

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Strategi	9
2.1.2 Klasifikasi Strategi	12
2.1.3 Manajemen Strategi	16
2.1.4 Pengamatan Lingkungan	17
2.1.5 Perumusan Strategi	18
2.1.6 Implementasi Strategi	22
2.1.7 Evaluasi dan Pengendalian.....	23
2.1.8 Pengukuran Kinerja.....	23
2.2 <i>Balanced Scorecard (BSC)</i>	26
2.2.1 Konsep <i>Balanced Scorecard</i>	26
2.2.2 Ukuran hasil dan penggerak kinerja	31
2.2.3 Hubungan sebab akibat	33
2.3 Kewirausahaan	33
2.3.1 Pengertian Kewirausahaan dan Wirausahaan ...	33

2.3.2	Pengembangan Usaha	34
2.3.3	Teknik Pengembangan Perusahaan	36
2.3.4	Hubungan Balanced Scorecard dengan Pengembangan Usaha	37
2.4	Kerangka Pemikiran	38
2.4.1	Tuntutan penciptaan produk berkualitas nasional dan internasional	39
2.4.2	Tuntutan pelayanan yang semakin baik	40
2.4.3	Tuntutan agar perusahaan beroperasi lebih efektif dan efisien	40
2.4.4	Skema Kerangka Pemikiran	41
BAB III	METODE PERANCANGAN	
3.1	Objek/Unit analisis	45
3.2	Jenis Dan Sumber Data	45
3.2.1	Jenis Data	45
3.2.2	Sumber Data	45
3.3	Teknik Pengambilan Data	45
3.4	Langkah langkah perancangan	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Profil Perusahaan	51
4.2	Visi dan Misi PT. Caprifarmindo Laboratories.....	53
4.2.1	Visi	53
4.2.2	Misi	53
4.3	Analisi Daya Tarik Industri	54
4.3.1	Pendatang Baru (<i>Potential Entrance</i>)	54
4.3.2	Pemasok (<i>Suppliers</i>)	56
4.3.3	Pembeli/Konsumen (<i>Buyers</i>)	58
4.3.4	Barang Pengganti (<i>Substitutes</i>)	60

4.3.4	Pesaing (<i>Competitor Rivality</i>)	61
4.4	Analisis SWOT	63
4.4.1	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	63
4.4.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	64
4.4.3	Kesempatan (<i>Opportunity</i>)	65
4.4.4	Ancaman (<i>Threath</i>)	67
4.5	Evaluasi Visi, Misi dan Strategi PT. Caprifarmindo Laboratories	69
4.6	Penentuan Design Strategi Korporasi PT. Caprifarmindo Laboratories.....	72
4.6.1	Evaluasi Grand Strategi Korporasi	72
4.6.2	Pemilihan Strategi Bisnis	76
4.6.3	Kesempatan (<i>Opportunity</i>)	65
4.7	Penentuan Sasaran dan Ukuran Strategi Empat Perspektif <i>Balanced Scorecard</i> Pada PT. Caprifarmindo Laboratories	77
4.7.1	Perspektif Keuangan	77
4.7.1.1	Pertumbuhan Profitabilitas Perusahaan	78
4.7.1.2	Arti Pentingnya Pertumbuhan Profitabilitas	78
4.7.1.3	<i>Return On Equity</i> (ROE)	80
4.7.1.4	<i>Return On Investment</i> (ROI)	82
4.7.1.5	<i>Total Reduced Operating Cost</i>	85
4.7.2	Perspektif Pelanggan	87
4.7.2.1	<i>Product Quality & Corporate Image</i>	92
4.7.2.1.1	<i>Product Quality</i>	92
4.7.2.1.2	<i>Corporate Image</i>	94

4.7.2.2	<i>Affordable Price</i>	96
4.7.2.3	<i>Product Availability</i>	97
4.7.2.4	<i>Growth of Export Volume</i>	98
4.7.2.5	<i>Number of Acquired Global Distributor</i>	99
4.7.3	Perspektif Proses Bisnis Internal	100
4.7.3.1	<i>High Supply Performance</i>	101
4.7.3.2	<i>Compliance with Regulatory and Standard</i>	102
4.7.3.3	<i>Operational Excellent</i>	104
4.7.4	Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan	106
4.7.4.1	<i>Well Trained Employee</i>	108
4.7.4.2	<i>Employee Satisfaction</i>	109
4.7.4.3	<i>Employee Productivity</i>	111
4.7.4.4	<i>Information Technology</i>	111
4.7.5	Visualisasi Sasaran Strategi dan ukuran Strategi Menggunakan <i>Strategy Map</i>	115
4.8	Implikasi Hasil Rancangan	119
4.8.1	Kondisi Kinerja PT. Caprifarmindo Laboratories Saat ini	119
4.8.2	Tuntutan yang harus dilakukan oleh Manajemen PT. Caprifarmindo Laboratories	120

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	126
5.2	Saran	128
5.2.1	Saran untuk PT. Caprifarmindo Laboratories....	128
5.2.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN