



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Permasalahan	6
C. Tujuan Geladikarya	7
D. Manfaat Geladikarya	7
E. Ruang Lingkup	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teoritis	9
1. Strategi Pemasaran	9
2. Analisis Industri	11
3. Strategi Bauran Pemasaran	14
4. Strategi Bersaing Generik	17
5. Analisis SWOT	18
6. Analisis Kompetensi	20
B. Kerangka Konseptual	24
III. METODOLOGI	
A. Tempat dan Waktu Geladikarya	27
B. Metode Penelitian	27
C. Metode Pengumpulan Data	27
1. Data Primer	27
2. Data Sekunder	28
D. Pengelompokan Data	29
1. Data Kuantitatif	29
2. Data Kualitatif	29
E. Pengolahan Dan Analisis Data	29
1. Analisis Kualitatif	30
a. Analisis Struktur Industri	30
b. Analisis Bauran Pemasaran	30
c. Analisis Kompetensi	31

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan tesis atau disertasi yang memenuhi ketentuan Undang-undang tentang Hak Cipta.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPIB.

2. Dilarang mengumumkan, menyalin, memperbanyak atau menyebarluaskan sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPIB.

MB-IPB
 Program Sarjana Manajemen dan Bisnis
 Institut Pertanian Bogor



IV. PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan	34
B. Struktur Organisasi	37
C. Sumberdaya Manusia	38
D. Karakteristik, Jenis dan Pemasaran Produk	39
1. Sejarah, Karakteristik dan Keistimewaan Produk	39
2. Jenis-jenis Produk dan Pemanfaatannya	42
3. Pemasaran Produk	44
E. Standar Kualitas dan Aspek Lingkungan	49
F. Strategi Usaha	50
G. Persaingan dan Prospek Usaha	51

V. ANALISIS STRUKTUR INDUSTRI

A. Persaingan dalam Industri	53
B. Pendatang Baru	55
C. Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok	56
D. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli	57
E. Produk Pengganti	58

VI. ANALISIS STP DAN BAURAN PEMASARAN

A. Segmentasi Pasar, Target dan Penetapan Posisi Produk	61
1. Segmentasi Pasar	61
2. Target atau Sasaran Pasar	62
3. Penetapan Posisi Produk	63
B. Bauran Pemasaran	63
1. Produk	63
2. Harga	65
3. Distribusi	67
4. Promosi	67

VII. ANALISIS SWOT 71

VIII. ANALISIS KOMPETENSI

A. Proses Produksi Produk YUMMY	79
1. Ketahanan (<i>Durability</i>)	80
2. Kesesuaian Manfaat (<i>Appropriateness</i>)	81
3. Kemampuan untuk Tidak Ditiru (<i>Unimitability</i>)	82
4. Kemampuan untuk Digantikan (<i>Substituability</i>)	83
5. Keunggulan Daya Saing (<i>Competitiveness</i>)	83

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan atau
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
© Sia Cita Jilid III
MB-IPB
Pusat Penelitian dan Pengembangan
Institut Pertanian Bogor



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, dan penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan su atau masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Ketrampilan Sumberdaya Manusia	85
1. Ketahanan (<i>Durability</i>)	86
2. Kesesuaian Manfaat (<i>Appropriateness</i>)	86
3. Kemampuan untuk Tidak Mudah Ditiru (<i>Unimitability</i>)	87
4. Kemampuan untuk Digantikan (<i>Substituability</i>)	88
5. Keunggulan Daya Saing (<i>Competitiveness</i>)	89

IX APLIKASI STRATEGI

Penetrasi Pasar	92
Pengembangan Pasar	92
Pengembangan Produk	93
Integrasi Vertikal	93
Integrasi Horisontal	93

X RESUMBUAN DAN SARAN

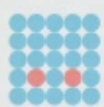
Kesimpulan	96
Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

.....	99
-------	----

LAMPIRAN

.....	102
-------	-----





DAFTAR GAMBAR

	Teks	Halaman
1.	Kekuatan-kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri	13
2.	Matriks SWOT	20
3.	Hirarki Kompetensi	21
4.	Hubungan Antar Hirarki Strategis dan Hirarki Kompetensi	23
5.	Kerangka Pemikiran Konseptual	26
6.	Skema Perhitungan Nilai IFE dan EFE	32
7.	Penjualan Produk YUMMY Periode 1994-1998	46
8.	Penjualan Produk YUMMY (kg) Periode 1996-1999	46
9.	Laba Kotor dan Laba Bersih Selama Periode 1995-1998	47
10.	Peta Persaingan PT. YFU dalam Industri	60
11.	Matriks Internal-Eksternal PT. YFU	72
12.	Matrik SWOT dan Alternatif Strategi Pemasaran	75
13.	Matrik Peranan Sumberdaya dalam Menentukan Kekuatan Persaingan Industri PT. YFU	78
14.	Keterkaitan antar Elemen Kompetensi Membentuk Kompetensi Inti	91

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

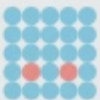
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk atau apapun tanpa izin IPB.

DAFTAR LAMPIRAN

Teks	Halaman
1. Analisis Regresi dan Ukuran Pasar Keju, Krim dan Yoghurt	102
2. Kuesioner untuk Pelanggan	103
3. Kuesioner untuk Internal Perusahaan	109
4. Kuesioner untuk Analisis SWOT	117
5. Rekapitulasi Data Kuesioner untuk Pelanggan	118
6. Rekapitulasi Data Kuesioner untuk Internal Perusahaan	128
7. Pengolahan Data untuk Matrik IFE dan EFE	135
8. Struktur Organisasi PT. Yummy Food Utama	147
9. Tinjauan Konsistensi Bauran Produk	148
10. Tahapan Proses Produksi	149
11. Lini Produk PT. Yummy Food Utama	150



Hak Cipta dan Milik
© Hak Cipta dan Milik
IPB
Hak Cipta dan Milik
Undang-Undang



MB-IPB
Program Pascasarjana, Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dari memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.