

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Analisis SWOT.....	6
2.1.1 Variabel Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	7
2.1.2 Variabel Eksternal (Peluang dan Ancaman).....	7
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	7
2.3 Definisi Operasional	11

BAB III	: METODOLOGI PENELITIAN	13
3.1	Lokasi Penelitian.....	13
3.2	Jenis Penelitian	13
3.3	Populasi dan Sampel.....	14
3.3.1	Populasi.....	14
3.3.2	Sampel	14
3.4	Sumber Data	15
3.4.1	Data Primer.....	15
3.4.2	Data Sekunder.....	15
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	15
3.6	Metode Analisis Data.....	16
3.6.1	Langkah-langkah Analisis.....	18
BAB IV	: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	22
4.1.1	Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	22
4.1.2	Manajemen dan Organisasi.....	22
4.1.3	Produksi.....	39
4.1.4	Pemasaran.....	44
4.1.5	Harga Produk.....	48
4.1.6	Promosi.....	49
4.1.7	Personalia.....	50
4.1.8	Visi dan Misi PT. Djarum Kudus.....	53
4.2	Analisis Kondisi Internal Dan Eksternal.....	54

4.2.1 Analisis Internal.....	54
4.2.1.1 Komponen Harga.....	54
4.2.1.2 Komponen Produk.....	56
4.2.1.3 Komponen Promosi.....	58
4.2.1.4 Komponen Distribusi.....	60
4.2.1.5 Komponen Kapasitas Produksi.....	61
4.2.1.6 Komponen Reputasi Merk.....	63
4.2.2 Analisis Eksternal.....	64
4.2.3 Positioning PT. Djarm Kudus.....	66
4.2.4 Implikasi Strategi.....	68
BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Volume penjualan produk berdasarkan merk	45
4.2 Pangsa pasar industri rokok di Jawa Tengah	46
4.3 Jumlah tenaga kerja PT. Djarum Kudus	51
4.4 Upah pekerja PT. Djarum Kudus	52
4.5 Penilaian komponen harga	54
4.6 Penilaian komponen produk	56
4.7 Penilaian komponen promosi	58
4.8 Penilaian komponen distribusi	60
4.9 Penilaian komponen kapasitas produksi	61
4.10 Penilaian komponen reputasi merk	63
4.11 Penilaian terhadap kondisi eksternal	65
4.12 Nilai variabel internal PT. Djarum Kudus	67
4.13 Nilai variabel eksternal PT. Djarum Kudus	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Skema analisa SWOT.....	6
2.2 Kerangka pemikiran teoritis	9
3.1 Berbagai pilihan strategi.....	21
4.1 Struktur organisasi PT.Djarum Kudus	26
4.2 Positioning PTDjarum Kudus	68

