

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Alternatif Solusi.....	4
Tabel II. 1 Matriks IFE	12
Tabel II. 2 Matriks EFE	13
Tabel II. 3 Sekala Kepentingan Relatif.....	18
Tabel II. 4 Nilai Indeks Acak (RI)	19
Tabel II. 5 Metode Perbandingan.....	24
Tabel III. 1 Tahap Pengumpulan Data	28
Tabel IV. 1 Daftar Audit Bagian Manajemen.....	35
Tabel IV. 2 Daftar Audit Bagian Marketing	36
Tabel IV. 3 Daftar Audit Bagian Keuangan dan Akuntansi	37
Tabel IV. 4 Daftar Audit Bagian Produksi dan Operasi	38
Tabel IV. 5 Daftar Audit Bagian Riset dan Pengembangan	39
Tabel IV. 6 Kompetitor dalam bisnis pembuat cat dan thinner	47
Tabel IV. 7 Pemasok Solvent PT Karya Sari Murni.....	49
Tabel IV. 8 Pemasok Resin PT Karya Sari Murni	49
Tabel IV. 9 Pemasok Pigment PT Karya Sari Murni.....	50
Tabel IV. 10 Kompetitor Painting.....	51
Tabel IV. 11 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	51
Tabel IV. 12 Faktor Kekuatan	52
Tabel IV. 13 Faktor kekuatan terpilih oleh direktur PT PT Karya Sari Murni	53
Tabel IV. 14 Faktor Kelemahan.....	54
Tabel IV. 15 Faktor kelemahan terpilih oleh direktur PT PT Karya Sari Murni	56
Tabel IV. 16 Faktor Peluang.....	57
Tabel IV. 17 Faktor Ancaman	57
Tabel IV. 18 Contoh Matriks Perbandingan Berpasangan.....	59
Tabel IV. 19 Matriks AHP.....	61
Tabel IV. 20 Matriks Normalisasi.....	63
Tabel IV. 21 Contoh Hasil CR.....	64
Tabel IV. 22 Hasil Pemberian Bobot dan Rating Internal Faktor	65
Tabel IV. 23 Hasil Pemberian Bobot dan Rating Faktor Eksternal	67
Tabel IV. 24 Skor Pembobotan IFE.....	68
Tabel IV. 25 Skor Pembobotan EFE.....	70
Tabel IV. 26 Matriks SWOT	74
Tabel IV. 27 Kategori strategi.....	77
Tabel IV. 28 Penjelasan cara pengisian QSPM	78
Tabel IV. 29 Hasil Evaluasi Strategi Menggunakan QSPM.....	80
Tabel IV. 30 Verifikasi rancangan strategi usulan.....	86

Tabel V. 1 Validasi Pengajuan Strategi PT Karya Sari Murni	87
Tabel V. 2 Perancangan sebelum dan sesudah Faktor kekuatan	88
Tabel V. 3 Perancangan sebelum dan sesudah Faktor kelemahan.....	90
Tabel V. 4 Perancangan sebelum dan sesudah Faktor peluang	92
Tabel V. 5 Perancangan sebelum dan sesudah Faktor ancaman.....	93
Tabel V. 6 Target penetrasi pasar	95
Tabel V. 7 Usulan kebutuhan SDM strategi penetrasi pasar	96
Tabel V. 8 Usulan kebutuhan SDM strategi membuat perencanaan matang di bidang pemasaran	99
Tabel V. 9 Usulan kebutuhan SDM dan tools strategi menambahkan jumlah saluran pemasaran	101
Tabel V. 10 Target perusahaan strategi menjalin kerjasama	101
Tabel V. 11 Usulan kebutuhan SDM riset pasar.....	104
Tabel V. 12 Usulan kebutuhan SDM strategi pengembangan produk.....	105
Tabel V. 13 Analisis Sensitivitas Strategi Usulan	109
Tabel V. 14 Desain Sistem Terintegrasi	114