



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel	x
Abstrak.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Tinjauan Literatur	14
2.1.1 Pengertian Dompot Elektronik	17
2.1.2 Lingkungan Makro Eksternal	17
2.1.2.1 Faktor Ekonomi.....	18
2.1.2.2 Faktor Politik.....	19
2.1.2.3 Faktor Sosial Budaya.....	19
2.1.2.4 Faktor Demografi	19
2.1.2.5 Faktor Lingkungan Alam	19
2.1.2.6 Faktor Teknologi	20
2.1.2.7 Faktor Hukum	20
2.1.2.8 Faktor Pasar.....	20
2.1.3 Five Forces Porter (<i>Porter's 5 Forces Analysis</i>).....	21
2.1.4 Peta Kelompok Strategis	22
2.1.5 Faktor Sukses Kunci	25
2.1.6 Struktur Pasar dan Kompetisi.....	26



2.1.6.1	Kompetisi Sempurna (<i>Perfect Competition</i>)	27
2.1.6.2	Kompetisi Monopolistik (<i>Monopolistic Competition</i>)	28
2.1.6.3	Oligopoli	29
2.1.6.4	Monopoli	30
2.1.7	Indeks Herfindahl-Hirschman disingkat HHI	30
2.2	Kerangka Konseptual Penelitian	32
BAB III METODA PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Metode Pengumpulan Data	35
3.3	Sumber Data	36
3.4	Instumen Penelitian	39
3.4.1	Analisis Indeks Herfindahl-Hirschman	39
3.4.2	Analisis Faktor Eksternal	41
3.4.2.1 Analisis PESTEL	
	41
3.4.2.2 Analisa Five	
	<i>Forces Porter</i>	42
3.4.2.3 Analisis Peta	
	Kelompok Strategis	47
3.4.3	Analisa Faktor Sukses Kunci	48
3.5	Objek Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Analisis Indeks Herfindahl-Hirschman	49
4.2	Analisis PESTEL	51
4.2.1	Faktor Ekonomi	51
4.2.2	Faktor Politik dan Hukum	57
4.2.3	Faktor Sosial Budaya	62
4.2.4	Faktor Demografi	66



4.2.5	Faktor Teknologi	69
4.2.6	Rangkuman Hasil Analisis Lingkungan Makro Eksternal	72
4.3	Analisis Five Forces Porter	74
4.3.1	Ancaman masuknya pendatang baru sebagai pesaing	74
4.3.2	Persaingan antara perusahaan dalam industri sejenis.....	81
4.3.3	Ancaman dari Produk Pengganti	88
4.3.4	Kekuatan tawar menawar pembeli	93
4.3.5	Kekuatan tawar menawar pemasok	99
4.3.6	Rangkuman Hasil Analisis <i>Five Forces</i>	103
4.3.7	Rangkuman Hasil Analisis <i>Five Forces</i> saat ini dan akan datang.....	104
4.3.8	Hasil Analisis <i>Five Forces</i> terhadap daya tarik industri	105
4.4	Peta Kelompok Strategis	105
4.5	Faktor Sukses Kunci	108
BAB V PENUTUP.....		113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Implikasi Penelitian.....	116
5.3	Keterbatasan Penelitian	117
5.4	Saran.....	118
Daftar Pustaka		118
Lampiran		