

Daftar Isi

Halaman judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman pernyataan.....	iii
Kata pengantar	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran.....	vii
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
I. Pendahuluan.....	1
I.1 Latar belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Pertanyaan penelitian.....	8
I.4 Tujuan Penelitian.....	8
I.5 Manfaat Penelitian.....	9
I.6 Batasan masalah dan lingkup penelitian.....	9
I.7 Sistematika penulisan	10
II. Landasan Teori dan Tinjauan Pustaka	12
II.1 Landasan Teori.....	12
II.2 Tinjauan pustaka.....	19
III. Metodologi Penelitian	24
III.1 Desain Penelitian	24
III.1.1 Data sekunder	24
III.1.2 Data primer	25

III.2	Tahapan Penelitian	25
III.3	Instrumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data.....	27
III.3.1	Obervasi Lapangan	27
III.3.2	Wawancara	32
III.4	Metode Analisis Data.....	34
III.5	Profil Kasus	37
III.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
IV.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	41
IV.1	Deskripsi data	41
IV.1.1	Dokumentasi.....	41
IV.1.2	Hasil observasi.....	43
IV.1.3	Hasil wawancara	47
IV.1.4	Peta konsep analisis	49
IV.2	Pembahasan.....	53
IV.2.1	Identifikasi visi dan misi	53
IV.2.2	Identifikasi model bisnis	55
IV.2.3	Identifikasi pesaing	58
IV.2.4	Analisis internal	59
IV.2.4.1	Kekuatan	60
IV.2.4.1.1	Analisis data.....	61
IV.2.4.2	Kelemahan.....	64
IV.2.4.2.1	Analisis data.....	64
IV.2.4.3	Kesempatan	65
IV.2.4.3.1	Analisis data.....	66
IV.2.4.4	Tantangan.....	68
IV.2.4.4.1	Analisis data.....	68
IV.2.5	Kompetensi dan kapabilitas.....	70

IV.2.6	Analisis eksternal.....	72
IV.2.6.1	<i>Five forces analysis</i>	72
IV.2.6.1.1	Persaingan internal	73
IV.2.6.1.1.1	Analisis data	74
IV.2.6.1.2	Ancaman masuk	75
IV.2.6.1.2.1	Analisis data	76
IV.2.6.1.3	Substitusi dan komplementer	78
IV.2.6.1.3.1	Analisis data	78
IV.2.6.1.4	Pemasok.....	79
IV.2.6.1.4.1	Analisis data	79
IV.2.6.1.5	Pembeli dan pengguna.....	80
IV.2.6.1.5.1	Analisis data	81
IV.2.6.2	Analisis PESTEL	84
IV.2.6.2.1	Kondisi ekonomi	84
IV.2.6.2.1.1	Analisis data	84
IV.2.6.2.2	Lingkungan	85
IV.2.6.2.2.1	Analisis data	85
IV.2.6.2.3	Sosial.....	86
IV.2.6.2.3.1	Analisis data	86
IV.2.6.2.4	Teknologi	87
IV.2.6.2.4.1	Analisis data	87
IV.2.6.2.5	Politik.....	87
IV.2.6.2.5.1	Analisis data	88
IV.2.6.2.6	Peran Pemerintah.....	88
IV.2.6.2.6.1	Analisis data	88
IV.2.7	<i>Key success factor</i>	89
IV.2.8	Identifikasi strategi.....	91



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**Strategi Bersaing Produk Aset Komersial PT. Intiland Surabaya dalam Dinamika Bisnis Properti di
Tengah Pandemi Covid-19**

ROKY HERDIANTO, Dr. Ertambang Nahartyo, M.Sc.CMA.Ak.CA

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

IV.2.9	<i>Excecution program</i>	94
VI.	Simpulan dan Saran	98
VI.1	Kesimpulan	98
VI.2	Keterbatasan	99
VI.3	Saran	100
	Daftar Pustaka.....	101