

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Batasan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Konsep Manajemen Strategik	8
2.1.1 Pengertian Strategi	8
2.1.2 Proses Formulasi dan Eksekusi Strategi	8
2.2 Analisis Lingkungan Bisnis	10
2.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	11
2.2.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	15
2.3 Strategi Kompetitif Generik (<i>Generic Competitive Strategies</i>)	18
2.4 Memperkuat Posisi Persaingan Perusahaan (<i>Strengthening a Company's Competitive Position</i>)	21
2.5 Rerangka Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Metode Pengumpulan Data	24
3.2.1 Jenis Data	24
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.3 Informan Sasaran	25
3.3 Metode Analisis Data	26

3.3.1	Proses Pengumpulan Data.....	26
3.3.2	Proses Paska Pengumpulan Data	26
3.3.3	Daftar Pertanyaan.....	28
3.3.4	Analisis Faktor Eksternal dan Faktor Internal	28
3.4	Profil Perusahaan.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Analisis Lingkungan Eksternal	34
4.1.1	Analisis Kondisi PESTEL.....	34
4.1.2	Analisis Porter's <i>Five Forces</i>	47
4.1.3	Faktor- Faktor Sukses Kunci (<i>Key Success Factors</i>).....	59
4.2	Analisis Lingkungan Internal	61
4.2.1	Analisis Rantai Bisnis	61
4.2.2	Analisis VRIO	67
4.2.3	Keunggulan Kompetitif.....	69
4.3	Strategi Kompetitif Generik	70
4.4	Perumusan Strategi.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Implikasi Manajerial.....	77
5.3	Keterbatasan	78
5.4	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		81