

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Lingkup Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Landasan Teori	14
2.2 Strategi Korporasi	18
2.3 Kontrak	19
2.4 Integrasi	20
2.4.1 Integrasi Horisontal	22
2.4.2 Integrasi Vertikal	23
2.4.2.1 Integrasi Vertikal Ke Belakang	23
2.4.2.2 Integrasi Vertikal Ke Depan	24
2.4.3 Integrasi Penuh	25
2.4.4 Integrasi Parsial	26

2.4.5 Kegagalan Pasar Vertikal.....	26
2.4.5.1 Sedikitnya Pembeli dan Penjual	27
2.4.5.2 Spesifitas	28
2.4.5.3 Frekuensi Transaksi	29
2.4.5.4 Ketidakpastian	29
2.4.5.5 Rasionalitas Terbatas	30
2.4.5.6 Oportunisme	30
2.5 Analisis Industri	32
2.6 Rerangka “ <i>When and when not to vertically integrate</i> ”	35
2.6.1 <i>Vertical Market Structure</i>	36
2.6.2 <i>Transaction Asset Matrix</i>	38
2.7 Kajian Penelitian Terdahulu	40
2.8 Rerangka Penelitian	41
BAB III METODA PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.2.1 Sumber Data	43
3.2.2 Langkah Pengumpulan Data	44
3.2.3 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data	47
3.3 Instrumen Penelitian	48
3.4 Metoda Analisis Data	49
3.4.1 Uji Daya Tarik Industri “ <i>Five Forces</i> ”	50
3.4.2 Rerangka “ <i>When and when not to vertically integrate</i> ”	51
3.4.2.1 Rerangka <i>Vertical Market Structure</i>	51
3.4.2.2 Rerangka <i>Transaction Asset Matrix</i>	52
3.4.3 Tahap Simpulan	52
3.5 Profil Kasus	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Analisis Internal dan Eksternal Perusahaan	56
4.1.1 Analisis Kebutuhan Peralatan Kesehatan	57
4.1.2 Analisis <i>External Five Forces</i>	59

4.1.2.1 Analisis Faktor Persaingan Industri	60
4.1.2.1.1 Tingkat Pertumbuhan Industri	62
4.1.2.1.2 Tingkat Diferensiasi Produk	64
4.1.2.1.3 Tingkat Penyesuaian Harga	64
4.1.2.1.4 Tingkat Biaya Tetap	65
4.1.2.2 Ancaman Pendetang Baru	67
4.1.2.2.1 Kebutuhan Modal	67
4.1.2.2.2 Tingkat Loyalitas Konsumen	67
4.1.2.2.3 Tingkat Kompleksitas Industri	69
4.1.2.2.4 Kurva Pembelajaran	69
4.1.2.2.5 Saluran Distribusi	70
4.1.2.2.6 Kebijakan Regulasi Pemerintah	71
4.2.2.3 Ancaman Produk Pengganti	73
4.2.2.3.1 Ancaman Produk Pengganti	73
4.2.2.3.2 Karakteristik <i>Price-Value</i> Produk Pengganti.....	74
4.2.2.4 Daya Tawar Pemasok	76
4.2.2.4.1 Konsentrasi Pemasok	76
4.2.2.4.2 Ancaman Integrasi Ke Depan	77
4.2.2.4.3 Kemampuan Substitusi Input	77
4.2.2.5 Daya Tawar Pembeli	79
4.2.2.5.1 Biaya Peralihan Pembeli	80
4.2.2.5.2 Keleluasaan Pembeli Memilih Produk Lain	80
4.2.2.5.3 Ancaman Integrasi Ke Belakang	81
4.2.2.5.4 Kesepakatan Harga	81
4.2 Analisis Rerangka <i>Vertical Market Structure</i>	85
4.3 Analisis Rerangka <i>Transaction Asset Matrix</i>	90
4.4 Diskusi	96
BAB V SIMPULAN	100
5.1 Simpulan	100
5.2 Implikasi	101
5.2.1 Implikasi Teoritis	102

5.2.2 Implikasi Praktis	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	103
5.4 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	108