

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Lingkup Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori	10

2.1.1 Manajemen Strategis	10
2.1.2 Rencana Strategis	12
2.1.3 Strategi	15
2.1.4 Analisis Lingkungan Eksternal	24
2.1.5 Analisis Lingkungan Internal	29
2.1.6 Analisis SWOT	30
2.1.7 Misi dan Visi	32
2.1.8 <i>Objective and Key Results</i> (OKR)	36
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Penelitian	46
BAB III METODA PENELITIAN	47
3.1 Desain Penelitian	47
3.2 Metoda Pengumpulan Data	49
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	49
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.3 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data	51
3.3 Instrumen Penelitian	51
3.4 Metoda Analisis Data	52
3.5 Profil Kasus	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Analisis Lingkungan Eksternal	62
4.1.1 Analisis PESTEL	62

4.1.2 Analisis <i>Five Forces Porter</i>	67
4.2 Analisis Lingkungan Internal	71
4.2.1 Analisis Sumber Daya	71
4.2.2 Analisis SWOT	76
4.3 Evaluasi Misi dan Visi	86
4.4 OKR Perusahaan	91
4.4.1 OKR Departemen <i>Sales & Business Development</i>	92
4.4.2 OKR Departemen <i>Repair & Tyre Management</i>	94
4.4.3 OKR Departemen <i>Administration</i>	96
4.5 <i>Initiatives</i> OKR Perusahaan Tahun 2023	98
BAB V SIMPULAN	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Implikasi	103
5.3 Keterbatasan	103
5.4 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106