

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Lingkup Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II. LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Lingkungan Eksternal dan Kesempatan untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif	11
2.1.1. Analisis PESTEL	11
2.1.2. The Five Forces Framework.....	18
2.2. Lingkungan Internal yang Mendukung Keunggulan Kompetitif.....	26
2.2.1. Analisis SWOT	26
2.2.2. Analisis Value Chain	33
2.3. Strategi untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif	37
2.3.1. The Five Generic Competitive Strategies	37
2.4. Kajian Penelitian Terdahulu	41
2.5. Kerangka Penelitian	45
BAB III. METODA PENELITIAN.....	47

3.1.	Desain Penelitian.....	47
3.2.	Metoda Pengumpulan Data.....	50
3.3.	Instrumen Penelitian.....	51
3.4.	Metoda Analisis Data	52
3.5.	Profil Kasus	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1.	Analisis PESTEL	58
4.1.1.	Politics.....	58
4.1.2.	Economy	61
4.1.3.	Social.....	68
4.1.4.	Technology	73
4.1.5.	Environment	82
4.1.6.	Legal	85
4.2.	The Five Forces Framework.....	91
4.2.1.	Definisi Industri.....	91
4.2.2.	Potential New Entrants.....	92
4.2.3.	Supplier	99
4.2.4.	Substitute.....	111
4.2.5.	Buyers	117
4.2.6.	Rivalry among Competitive Seller	120
4.3.	Analisis SWOT	126
4.3.1.	Strength	126
4.3.2.	Weakness.....	138
4.3.3.	Opportunity	144
4.3.4.	Threat	149
4.4.	Analisis Value Chain.....	152
4.4.1.	Aktivitas Utama dan Pendukung.....	152
4.4.2.	Sales & Marketing	153
4.4.3.	Supply Chain Management	156
4.4.4.	Production	158
4.4.5.	Distribution.....	161
4.4.6.	Service.....	162
4.4.7.	Information Technology	163
4.4.8.	System Development & Human Capital Management.....	164
4.4.9.	General Administration & General Affair	166
4.5.	The Five Generic Competitive Strategy	167
4.5.1.	Broad atau Narrow	167
4.5.2.	Lower Cost atau Differentiation	172
4.5.3.	Strategi	179
4.6.	Pembahasan	182
4.6.1.	Apakah Lingkungan Eksternal Memberikan Kesempatan kepada Perusahaan untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif?	182

4.6.2. Apa saja Aspek dari Lingkungan Internal yang Dapat Mendukung Perusahaan untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif?	186
4.6.3. Apa Strategi yang Dapat Dilakukan Perusahaan untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif?	188
BAB V. SIMPULAN	191
5.1. Simpulan	191
5.2. Implikasi	192
5.3. Keterbatasan	193
5.4. Saran	194
DAFTAR PUSTAKA	195