

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Konsep Manajemen Strategik	10
2.2 Analisis Lingkungan Internal	11
2.2.1 Visi dan Misi	11
2.2.2 Aliansi Strategis	12
2.2.3 Alasan Melakukan Aliansi	13
2.2.4 Pilihan bentuk-bentuk Aliansi Strategi	14
2.2.5 Strategi <i>Rebadge</i>	17
2.2.6 Skala Ekonomi	17
2.2.7 Penciptaan Sinergi	18

2.2.8	Analisis <i>Value Chain</i>	19
2.3	Analisis Lingkungan External	20
2.3.1	Analisis PESTEL	20
2.3.2	Analisis Five Force's Porter	22
2.4	Analisis SWOT	27
2.5	Kerangka Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Metoda Pengumpulan Data	34
3.3	Instrumen Penelitian	36
3.4	Metode Analisis Data	36
3.4.1	Persiapan data	37
3.4.1.1	Transkrip Verbatim	37
3.4.1.2	Anonim Data	37
3.4.1.3	Pengenbangan Kode	37
3.4.1.4	Pembuatan buku kode	37
3.4.1.5	Proses <i>Coding</i>	38
3.4.2	Analisis Data	38
3.4.2.1	Deskripsi (<i>Thick Description</i>)	38
3.4.2.2	Komparasi (<i>Comparison</i>)	38
3.4.2.3	Kategorisasi (<i>Categorizing</i>)	39
3.4.2.4	Konseptualisasi (<i>Conceptualizing</i>)	39
3.4.2.5	Pengembangan Teori (<i>Theory Development</i>)	39
3.5	Profil Kasus	39
3.5.1	PT Nissan Motor Distributor Indonesia	39
3.5.1.1	Profil Perusahaan	39
3.5.1.2	Misi dan Visi	40
3.5.1.3	Profil Partisipan	41
3.5.2	PT. Mitsubishi Motor Krama Yudha Sales Indonesia (MMKSI)	42
3.5.2.1	Profil Perusahaan	42
3.5.2.2	Misi dan Misi	42
3.5.2.3	Profil Partisipan	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	44
4.1.1 Analisis Visi dan Misi	45
4.1.2 Analisis Aliansi.....	47
4.1.3 Analisis <i>Value Chain</i>	48
4.1.3.1 <i>Inbound Logistics</i>	49
4.1.3.2 <i>Operation</i>	50
4.1.3.3 <i>Outbound Logistic</i>	50
4.1.3.4 <i>Marketing and Sales</i>	51
4.1.3.5 <i>Service</i>	51
4.1.3.6 <i>Firm Infrastructure</i>	52
4.1.3.7 <i>Human Resource Management</i>	53
4.1.3.8 <i>Technology Development</i>	54
4.1.3.9 <i>Proucrement</i>	55
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal	56
4.2.1 Analisis PESTEL	56
4.2.1.1 Politik.....	57
4.2.1.2 Ekonomi.....	57
4.2.1.3 Sosialkultural	57
4.2.1.4 Teknologi.....	58
4.2.1.5 Lingkungan	60
4.2.1.6 Regulasi	61
4.2.2 Analisis Five Forces Porter	61
4.2.2.1 Ancaman Pendatang Baru.....	62
4.2.2.1.1 Governennt Regulation.....	62
4.2.2.1.2 <i>Economic of Scale</i>	63
4.2.2.2 Persaingan Industri yang Sudah Ada.....	63
4.2.2.3 Kekuatan Daya Tawar Pembeli	65
4.2.2.4 Kekuatan Daya Tawar Pemasok.....	66
4.2.2.5 Ancaman Produk Subtitusi	66
4.3 Analisis Matriks TOWS	69
4.3.1 Kekuatan (<i>Strength</i>).....	69

4.3.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	69
4.3.3	Peluang (<i>Opportunity</i>)	69
4.3.4	Ancaman (<i>Threat</i>).....	70
BAB V Kesimpulan dan Saran		73
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN-LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Total Penjualan Segmen LMPV Kuartal Satu 2023.....	5
Tabel 3. 1 Rangkuman Metode Pengumpulan Data	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Aliansi Renault-Nissan-Mitsubishi.....	2
Gambar 1. 2 Produk Daihatsu yang di rebadge oleh Toyota.....	3
Gambar 1. 3 Hasil aliansi dari Renault-Nissan-Mitsubishi	4
Gambar 2. 1 Konsep Manajemen Strategi	10
Gambar 2. 2 Tiga definisi bisnis	12
Gambar 2. 3 Bentuk-bentuk Aliansi Strategis	14
Gambar 2. 4 Grafik Skala Ekonomi.....	18
Gambar 2. 5 Tipikal <i>Value Chain</i> (Rantai Nilai) untuk produk perusahaan	19
Gambar 2. 6 <i>Value Chain</i> (Rantai Nilai) Perusahaan	20
Gambar 2. 7 Analisis PESTEL	21
Gambar 2. 8 <i>Five Force Porter</i>	23
Gambar 2. 9 Matriks TOWS	28
Gambar 2. 10 Rerangka Penelitian	30
Gambar 4. 1 Hasil analisis Value Chain	56