

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
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.....	6
1.6. Lingkup Penelitian	7
1.7. Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Strategi Pengembangan Pasar	9
2.2. Pemilihan Lokasi.....	10
2.3. Strategi Bersaing di Pasar Negara Berkembang	13
2.3.1. <i>Porter Diamond</i>	14
2.3.2. <i>Five Forces Porter</i>	17
2.4. Strategi Masuk Pasar	20
2.4.1. Konsep Masuk Pasar	20
2.4.2. Strategi Pasar Generik untuk Kompetisi Internasional.....	21
2.4.3. <i>Ownership, Location and Internalization</i>	30
2.4.4. <i>Firm Spesific Advantage and Location Spesific Advantage</i>	32
2.5. <i>Strategic Fit Analysis</i>	34
2.6. Matriks IFAS dan EFAS	41
2.7. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	44
2.8. Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU)	46

2.9. Penelitian Terdahulu	48
2.10. Rerangka Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Desain Penelitian.....	50
3.2. Metode Pengumpulan Data	51
3.2.1. Data Primer.....	51
3.2.2. Data Sekunder.....	52
3.3. Metode Pengumpulan Data	54
3.4. Transkrip Hasil Wawancara	55
3.5. Pengujian Keabsahan Data.....	56
3.6. Proses Analisis Data.....	56
3.7. Metode Analisis Data	57
3.8. Instrumen Penelitian.....	68
3.9. Profil Kasus	71
BAB IV PEMBAHASAN.....	74
4.1. Tahapan Analisis dan Pembahasan	74
4.2. Proses Analisis Data.....	78
4.2.1. Analisis Pemilihan lokasi	79
4.2.2. Analisis Strategi Masuk Pasar	103
4.2.3. Analisis Potensial <i>Partner</i>	135
4.3. Rekomendasi	148
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	150
5.1. Simpulan.....	150
5.2. Implikasi.....	151
5.3. Keterbatasan	152
5.4. Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN.....	157
Lampiran 1. Matriks Pertanyaan Wawancara Terstruktur	157
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Verbatim	160
Lampiran 3. <i>Thick Description</i> untuk Koda yang Muncul.....	190

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>The Diamond of National Competitive Advantage</i>	15
Gambar 2.2 <i>Five Forces Porter</i>	17
Gambar 2.3 Identifikasi <i>Cross-Business Strategic Fit</i>	36
Gambar 2.4 Identifikasi potensi keunggulan kompetitif if	39
Gambar 2.5 <i>Internal-External Matrix</i>	43
Gambar 2.6 SPKLU yang ada di Kantor PLN Jakarta	47
Gambar 2.7 Bagan Alir Rerangka Penelitian	49
Gambar 3.1 Sistem Ketenagalistrikan	72
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT PLN (Persero)	73
Gambar 4.1 <i>Home Charging</i>	80
Gambar 4.2 Lingkup Teknis Fasilitas Pengisian Kendaraan Listrik	80
Gambar 4.3 <i>Roadmap</i> Pemasangan SPKLU	84
Gambar 4.4 Kepmen ESDM No. 182.K/TL.04/MEM.S/2023	86
Gambar 4.5 Grafik Hasil Analisis <i>Diamond Porter</i>	87
Gambar 4.6 <i>Home Charging Integrated System</i>	91
Gambar 4.7 Mesin SPKLU (Delta)	94
Gambar 4.8 Grafik Hasil Analisis <i>Five Forces Porter</i>	98
Gambar 4.9 Matriks Internal dan Eksternal (IE)	100
Gambar 4.10 Grafik Hasil Analisis IFE	116
Gambar 4.11 Grafik Hasil Analisis EFE	129
Gambar 4.12 Matriks Internal dan Eksternal (IE)	132
Gambar 4.13 Grafik Hasil <i>Fit Analysis</i>	145

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data SPKLU di berbagai UID/UIW	5
Tabel 2.1 Matriks <i>Internal Factor Analysis Strategic (IFAS)</i>	41
Tabel 2.2 Matriks <i>External Factor Analysis Strategic (EFAS)</i>	42
Tabel 2.3 <i>Quantitive Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	45
Tabel 2.4 Tipe <i>Charging Station</i>	47
Tabel 2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel 3.1 Rekap Permintaan Data.....	52
Tabel 3.2 Sumber, Metode Pengumpulan Data dan Narasumber	55
Tabel 3.3 Instrumen Kuesioner untuk Identifikasi Lokasi.....	68
Tabel 3.4 Instrumen Kuesioner untuk Identifikasi Strategi Masuk Pasar.....	69
Tabel 3.5 Instrumen Kuesioner untuk Identifikasi Potensial <i>Partner</i>	70
Tabel 4.1 Penilaian Faktor Permintaan SPKLU diluar Jawa	81
Tabel 4.2 Tabel Model Kerjasama SPKLU	82
Tabel 4.3 Penilaian Faktor Kondisi SPKLU diluar Jawa.....	82
Tabel 4.4 Penilaian Faktor Industri Terkait dan Pendukung.....	84
Tabel 4.5 Penilaian Faktor Struktur, Strategi dan Persaingan	87
Tabel 4.6 Resume Penilaian <i>Diamond Porter</i>	87
Tabel 4.7 Penilaian Faktor Persaingan dalam Industri	89
Tabel 4.8 Penilaian Faktor Produk Substitusi	92
Tabel 4.9 Penilaian Faktor Tawar-menawar Pembeli.....	93
Tabel 4.10 Penilaian Faktor Tawar-menawar Pemasok.....	95
Tabel 4.11 Penilaian Faktor Kekuatan Pesaing Baru.....	97
Tabel 4.12 Resume Penilaian <i>Five Forces Porter</i>	98
Tabel 4.13 Faktor Internal Utama dalam Pemilihan Lokasi	99
Tabel 4.14. Faktor Eksternal Utama dalam Pemilihan Lokasi.....	100
Tabel 4.15 QSPM dalam Pemilihan Lokasi Potensial	102
Tabel 4.16 Penilaian Faktor Evaluasi Kekuatan Internal.....	106
Tabel 4.17 Penilaian Faktor Identifikasi Kelemahan Internal	108
Tabel 4.18 Penilaian Faktor Pemetaan Posisi Internal.....	111

Tabel 4.19 Penilaian Faktor Penentuan Strategi Internal.....	114
Tabel 4.20 Penilaian Faktor Pembandingan dengan Pesaing.....	115
Tabel 4.21 Resume Penilaian <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	115
Tabel 4.22 Penilaian Faktor Evaluasi Peluang Pasar	119
Tabel 4.23 Penilaian Faktor Identifikasi Ancaman Lingkungan	122
Tabel 4.24 Penilaian Faktor Analisis Persaingan Industri	124
Tabel 4.25 Penilaian Faktor Pemetaan Posisi Eksternal	127
Tabel 4.26 Penilaian Faktor Pengembangan Strategi Bisnis	128
Tabel 4.27 Resume Penilaian <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	129
Tabel 4.28 Faktor Internal Utama dalam Pemilihan Strategi Masuk Pasar	131
Tabel 4.29 Faktor Eksternal Utama dalam Pemilihan Strategi Masuk Pasar ..	131
Tabel 4.30 QSPM Pemilihan Strategi Memasuki Pasar SPKLU	134
Tabel 4.31 Penilaian Faktor Kesesuaian Strategis	139
Tabel 4.32 Penilaian Faktor Komplementaritas Sumber Daya Dan Keahlian. 140	
Tabel 4.33 Penilaian Faktor Kesamaan Budaya dan Nilai.....	141
Tabel 4.34 Penilaian Faktor Keuntungan Kompetitif	142
Tabel 4.35 Penilaian Faktor Risiko dan Keberanjutan.....	144
Tabel 4.36 Resume Penilaian <i>Fit Analysis</i>	144
Tabel 4.37 Evaluasi Kesesuaian Potensial <i>Partner</i>	146