

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| INTISARI..... | xiv |
| ABSTRACT..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritik..... | 5 |
| 1.5.2 Manfaat Praktikal..... | 5 |
| 1.6 Lingkup Penelitian | 5 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 2.1 Market Analysis | 8 |
| 2.1.1 Jumlah Permintaan | 8 |
| 2.1.2 Jumlah Penawaran..... | 9 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.3 Tingkat Persaingan..... | 9 |
| 2.1.4 Peluang Pasar | 9 |
| 2.1.5 Segmenting, Targeting, and Positioning | 9 |
| 2.1.6 Sistem Distribusi | 11 |
| 2.1.7 Informasi Produk Pasar | 11 |
| 2.2 Analisis Sumber Daya dan Kapabilitas..... | 11 |
| 2.2.1 Analisis Rantai Nilai | 11 |
| 2.2.2 Sumber Daya Perusahaan..... | 12 |
| 2.2.3 Kapabilitas Perusahaan | 14 |
| 2.3 Key Strenghts..... | 14 |
| 2.4 Analisis VRIO..... | 16 |
| 2.5 Analisis SWOT | 17 |
| 2.6 Analisis Porter's Generic Strategies | 18 |
| 2.7 Kajian Penelitian Sebelumnya..... | 19 |
| 2.8 Kerangka Penelitian | 20 |
| BAB III METODA PENELITIAN | 22 |
| 3.1 Desain Penelitian | 22 |
| 3.2 Metoda Pengumpulan Data..... | 22 |
| 3.3 Instrumen Penelitian | 26 |
| 3.4 Metoda Analisis Data..... | 29 |
| 3.5 Profil Perusahaan | 29 |
| 3.5.1 Objek Penelitian | 29 |
| 3.5.2 Visi, dan Misi Perusahaan..... | 29 |
| 3.5.3 Struktur Organisasi | 30 |

| | |
|--|------------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 31 |
| 4.1 Market Analysis | 31 |
| 4.1.1 Jumlah Permintaan | 32 |
| 4.1.2 Jumlah Penawaran..... | 34 |
| 4.1.3 Tingkat Persaingan..... | 35 |
| 4.1.4 Peluang Pasar | 40 |
| 4.1.5 Segmenting, Targeting, and Positioning | 42 |
| 4.1.6 Sistem Distribusi | 44 |
| 4.1.7 Informasi Produk Pasar | 46 |
| 4.2 Analisis Aktivitas Rantai Nilai PT Macananjaya Cemerlang..... | 46 |
| 4.2.1 Aktivitas Utama (Primary Activities) | 48 |
| 4.2.2 Aktivitas Pendukung (Supporting Activities) | 63 |
| 4.2.3 Identifikasi Sumber Daya dan Kapabilitas pada Aktivitas Utama PT Macananjaya Cemerlang..... | 73 |
| 4.2.4 Identifikasi Sumber Daya dan Kapabilitas pada Aktivitas Pendukung PT Macananjaya Cemerlang..... | 75 |
| 4.3 Identifikasi Kekuatan Kunci PT Macananjaya Cemerlang berdasarkan Sumber Daya dan Kapabilitas..... | 77 |
| 4.4 Analisis Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada PT Macananjaya Cemerlang | 80 |
| 4.5 Analisis SWOT | 944 |
| 4.6 Formulasi Strategi Bersaing Generik Porter | 988 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 100 |
| 5.1 Simpulan | 100 |
| 5.2 Implikasi | 1033 |
| 5.2.1 Implikasi Akademis | 1033 |



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Formulasi Strategi Penetrasi Pasar PT Macananjaya Cemerlang
Dinair Yusuf Masauddin, Amirullah Setya Hardi, S.E., Cand.Oecon., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

| | |
|-------------------------------|-------------|
| 5.2.2 Implikasi Praktis | 1033 |
| 5.3 Keterbatasan..... | 1033 |
| 5.4 Saran | 1044 |
| DAFTAR PUSTAKA | 1066 |
| LAMPIRAN | 1088 |