

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRCT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 pertanyaan Penelitian	15
1.4 Tujuan penenlitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Lingkup Penelitian	16
1.7 Sistematika Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Manajemen Strategi.....	19
2.1.2 Strategi Bersaing	23
2.1.3 Analisis Lingkungan Eksternal	26
2.1.4 Analisis Lingkungan Internal.....	40
2.1.5 Perdagangan Elektronik (E-commenrce).....	42
2.1.5.1 Jenis Perdagangan Elektronik (E-commenrce)	43
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	45
2.3 Kerangka Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Desain Penelitian	50
3.2 Pengumpulan Data	51
3.2.1 Sumber Data	51
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.2.3 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data	57
3.3 Metode Analisis Data.....	58

3.3.1 Validasi data	60
3.4 Profil Ojek Penelitian	60
3.4.1 Sejarah berdirinya Kienka.id	60
3.4.2 Visi dan Misi Perusahaan	64
3.4.3 Produk Kienka.id.....	65
3.4.4 Struktur Organisasi.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Analisis Eksternal Perusahaan	67
4.1.1 Analisis Lingkungan (PESTEL Analysis)	67
4.1.2 Analisis Porter's Five - Forces	82
4.1.3 Analisis Faktor Kunci Utama.....	104
4.2 Analisis Internal Perusahaan	110
4.2.1 Analisis SWOT	110
4.3 Alternatif Strategi	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran	127
5.3 Keterbatasan	127
5.4 Implikasi.....	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	54
Tabel 3. 2 Daftar Narasumber Penelitian	56
Tabel 4. 1 Hasil Analisis PESTEL.....	81
Tabel 4. 2 Kekuatan Ancaman Pendatang Baru	89
Tabel 4. 3 Biaya Investasi Kienka.id.....	93
Tabel 4. 4 Kekuatan Persaingan antara Pesaing dalam Industri	95
Tabel 4. 5 Ancaman Produk Pengganti	97
Tabel 4. 6 Pertumbuhan Jumlah Transaksi.....	98
Tabel 4. 7 Kekuatan atau Daya Tawar Pembeli.....	100
Tabel 4. 8 Kekuatan atau Daya Tawar Pemasok	103
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Porter's Five Forces	104
Tabel 4. 10 Data Penjualan Kienka tahun 2022.....	117
Tabel 4. 11 Hasil Analisis SWOT.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Persentase Penetrasi Internet Indonesia 2018-2022	2
Gambar 1. 2 Konten Internet Yang Sering Diakses	2
Gambar 1. 3 Data Statistik We are Social April Tahun 2021	4
Gambar 1. 4 Produk Fesyen Paling diminati di E-Commerce dan Toko Fisik Tahun 2021	
Gambar 1. 5 Platform Media Sosial yang Paling Diminati di Indonesia.....	10
Gambar 1. 6 Kategori Produk Terlaris di Shopee	11
Gambar 1. 7 Penjualan Kienka.id Tahun 2021	12
Gambar 1. 8 Penjualan Kienka.id Tahun 2022	13
 Gambar 2. 1 Proses Manajemen Strategik.....	20
Gambar 2. 2 Lima Jenis Strategi Bersaing	24
Gambar 2. 3 Komponen Lingkungan Makro Perusahaan	31
Gambar 2. 4 Porter's Five Forces Analysis	34
Gambar 2. 5 Langkah-langkah dalam Analisis SWOT	42
Gambar 2. 6 Kerangka Penelitian	49
 Gambar 3. 1 Halaman Profil Instagram Kienka.id.....	62
Gambar 3. 2 Halaman profil Instagram kienka.id yang dinonaktifkan (suspend account)	63
Gambar 3. 3 Halaman profil Instagram @kienka.id.Official	64
Gambar 3. 4 Halaman Produk di Website Kienka.id	65
Gambar 3. 5 Halaman Produk di Tiktok Shop.....	66
Gambar 3. 6 Struktur Organisasi Kienka.id.....	66
 Gambar 4. 1 Tren Peningkatan Sesi Kunjungan website e-commerce di Indonesia	
Sumber: Iprice, 2022.....	73
Gambar 4. 2 Data Persentase Pelaku Usaha E-commerce di Indonesia (September 2022	
Vs Desember 2021).....	85
Gambar 4. 3 Data Situs E-commerce Dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia	
(Agustus 2022).....	86

Gambar 4. 4 Data Perbandingan Kuantitas Penjualan Kienka.id dengan Kompetitor tahun 2020 - 2022.....	87
Gambar 4. 5 Jumlah Kuantitas Penjualan Kienka.id, Haideeorlin dan Diana Restu 2021-2022.....	91
Gambar 4. 6 Data Demografi Akun Instagram Kienka.id 3 Bulan Terakhir	106
Gambar 4. 7 Trunk Show Event Kienka.id 2023	113