

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Persembahan	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Intisari	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Metode Penelitian	7
1.6. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Manajemen Strategis	12
2.1.1. Peluang dan ancaman eksternal dalam manajemen strategis	14
2.1.2. Kekuatan dan kelemahan internal dalam manajemen strategis	14

2.1.3. Dimensi-dimensi strategi bersaing	15
2.1.4. Strategi bersaing pada lingkungan industri generik	17
2.2. Analisis Industri	26
2.2.1. Analisis karakteristik industri	28
2.2.2. Analisis lima kekuatan bersaing	29
2.2.3. <i>Driving forces analysis</i>	37
2.2.4. <i>Key success factors analysis</i>	38
BAB III GAMBARAN UMUM INDUSTRI RITEL DI INDONESIA	
3.1. Perkembangan Bisnis Ritel di Indonesia	40
3.2. Institusi dalam Bisnis Ritel	43
3.3. Kondisi Pengecer di Indonesia	52
3.4. Prospek Bisnis Ritel di Indonesia	78
BAB IV ANALISIS INDUSTRI	
4.1. Analisis Karakteristik Industri	81
4.2. Analisis Lima Kekuatan Bersaing	94
4.3. <i>Driving Forces Analysis</i>	101
4.4. <i>Key Success Factors</i>	108
BAB V SIMPULAN ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA	
5.1. Simpulan	119
5.2. Saran	125
Daftar Pustaka	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Faktor-faktor dalam Analisis Karakteristik Industri	28
Tabel 3.1. Nama-nama Pengecer Modern di Indonesia	57
Tabel 3.2. Nama-nama Anak Perusahaan PT Matahari Putra Prima	60
Tabel 3.3. Komposisi Kepemilikan Saham Hero	66
Tabel 3.4. Indikator Perekonomian Indonesia	71
Tabel 3.5. Omzet Pasar Ritel Modern	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Faktor Kompetitif yang Mempengaruhi Persaingan Industri

Ritel Indonesia

101