

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRAC	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Metoda Penelitian	6
I.6 Metoda Analisa	8
I.7 Batasan Penelitian	11
I.7 Sistematika Penulisan	12

BAB II LANDASAN TEORI

II.1. Manajemen Strategi	15
II.2 Analisis Misi dan Visi, serta Tujuan Perusahaan	17
II.3 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	18
II.4 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	23
II.5 Analisa Value Chain (Rantai Nilai)	25
II.6 Analisis SWOT	31
II.7 Evaluasi Strategi	32

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

III.1 Sejarah PT Pos Indonesia (Persero)	34
III.2 Kebijakan Pokok PT Pos Indonesia (Persero)	35
III.3 Pelayanan PT Pos Indonesia (persero)	40
III.3.1 Klasifikasi layanan	41
III.3.2 Aliansi PT Pos Indonesia	45
III.3.3 Sarana Produksi (Fasilitas Layanan Pos)	49
III.3.4 Anak Perusahaan dan Yayasan	50
III.4 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia (Persero)	51
III.5 PT Pos Menuju Transformasi Bisnis masa depan	58

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

IV1. Analisis Lingkungan Eksternal	71
IV.1 Lingkungan Ekonomi	72

IV.2 Lingkungan Politik dan Hukum.....	74
IV.3 Lingkungan Sosial	83
IV.4 Lingkungan Teknologi	85
IV.2 Analisa Lingkungan Industri	87
IV.2.1 Intensitas Persaingan Industri.....	88
IV.2.2 Ancaman Pendatang Baru	90
IV.2.3 Kekuatan Tawar-menawar Pembeli	93
IV.2.4 Ketersediaan Produk Substitusi	94
IV.2.5 Kekuatan Tawar-menawar Pemasok	96
IV.3. Analisis lingkungan Internal	97
IV.4 Analisa value chain.....	100
IV.4.1 Aktivitas primer.....	100
IV.4.1.1 Inbound Logistik	101
IV.4.1.2 Operasional	102
IV.4.1.3 Outbound Logistik	102
IV.4.1.4 Marketing and Sales	103
IV.4.1.5 Service	104
IV.4.2 Aktivitas Pendukung	104
IV.4.2.1 Firm Infrastructure	105
IV.4.2.2 Research and Development	106
IV.4.2.3 Human Resource Development	107
IV.4.2.4 Procurement	109

IV.5 Analisis SWOT	109
VI.6 Evaluasi Strategi PT Pos Indonesia Wilpos VI di era Transformasi	
Bisnis	115
VI.6.1 Prospek perusahaan masa mendatang	115
IV.6.2 Evaluasi strategi PT Pos di era Transformasi Bisnis...	118
BAB V KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan	128
5.2. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	133

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Bisnis komunikasi dan Bisnis Filateli	42
Tabel III. 2 Bidang logistik.....	42
Tabel III. 3 Bidang keuangan dan keagenan	43
Tabel III.4 Tempat kedudukan dan wilayah kerja wilpos.....	55
Tabel IV.1 Industri Pos di Indonesia.....	91
Tabel IV.2 Pesaing layanan surat pos	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka analisis Five Forces Model	21
Gambar II.2 Rantai Nilai	26
Gambar III.1 Fasilitas layanan PT Pos Indonesia di tahun 2003 ...	49
Gambar III.2 Restrukturisasi Organisasi PT Pos Indonesia	53
Gambar III.3 Restrukturisasi Wilpos pada PT Pos Indonesia	56
Gambar III.4 Konsep Hubungan Pusat-Wilpos-UPT pada restrukturisasi Tahap II	57
Gambar III.5 The strategics ways to Business Transformation	67
Gambar IV.1 Lingkup persaingan bisnis PT Pos Indonesia	89
Gambar IV.2 Daur hidup pesaing layanan pos	95
Gambar IV.3 Core Competence menurut Hamel-Prahalad	98
Gambar IV.4 Jaringan Pos Indonesia pada tahun 2000	99

LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia (persero) Wilpos VI Semarang	132
Lampiran 2 UPT-UPT yang ada di wilayah Usaha Pos VI	133