

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI	x
ABSTRACT.....	xi
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Lingkup Penelitian	18
1.7 Sistematika Penulisan	18
 BAB II. LANDASAN TEORITIS.....	 20
2.1 Strategi Perusahaan	20
2.2 Strategi Kompetitif	21
2.3 Analisis <i>Resource Based View (RBV)</i>	26
2.3.1 Analisis Rerangka <i>VRIO (Value, Rareness, Immitability, Organized)</i>	28
2.4 Analisis Rantai Nilai	30
2.4.1 Aktivitas Utama	33
2.4.2 Rantai pendukung	34
2.5 Analisis <i>SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats)</i>	35
 BAB III. EKSISTENSI PT APMIGO INDONESIA	 39
3.1 Gambaran Umum PT Apmigo Indonesia	40
3.2 Produk PT Apmigo Indonesia.....	42
3.2.1 Minyak Goreng	42
3.2.2 Aplikasi PT Apmigo Indonesia.....	43
3.2.3 Produk Paket Waralaba PT Apmigo Indonesia	45
3.3 Kondisi Bisnis PT Apmigo Indonesia	48
 BAB IV. METODE PENELITIAN	 50
4.1 Desain Penelitian	50

4.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
4.2.1 Sumber Data Primer.....	52
4.2.2 Sumber Data Sekunder.....	55
4.3 Narasumber	55
4.4 Protokol Wawancara.....	57
4.5 Metode Analisis Data.....	63
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Metode Pengambilan Data.....	66
5.2 Analisis Strategi Kompetitif	68
5.2.1 Analisis visi dan misi perusahaan	68
5.2.2 Analisis strategi bisnis perusahaan	70
5.3 Analisis Sumber Daya dan Kapabilitas PT Apmigo Indonesia	76
5.4 Analisis Rantai Nilai PT Apmigo Indonesia.....	90
5.5.1 Kekuatan (<i>strenghts</i>).....	106
5.5.2 Kelemahan (<i>weaknesses</i>)	108
5.5.3 Peluang (<i>opportunities</i>).....	110
5.5.4 Ancaman (<i>threats</i>)	112
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	115
6.1 Simpulan	115
6.2 Implikasi	118
6.2.1 Implikasi Akademik.....	118
6.2.2 Implikasi Praktis	118
6.3 Keterbatasan.....	120
6.4 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN 1.....	125
LAMPIRAN 2.....	126
LAMPIRAN 3.....	127