

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Lingkup Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Strategi	10
2.2. Faktor Eksternal.....	11
2.3. Faktor Internal.....	12
2.4. Analisis SWOT	14

2.5. Matriks <i>Impact-Effort</i>	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1. Rancangan Penelitian	17
3.2. Jenis dan Sumber Data	17
3.2.1. Data Primer	17
3.2.2. Data Sekunder	18
3.3. Kerangka Penelitian	18
3.4. Metode Analisis Data	19
3.4.1. Analisis PESTEL	20
3.4.2. Analisis Rantai Pasok	20
3.5. Formulasi Strategi	21
3.6. Regulasi Kepiting di Indonesia	22
3.7. Profil Perusahaan	23
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Analisis Lingkungan Eksternal	27
4.1.1. Analisis PESTEL	27
4.1.1.1. Politik	27
4.1.1.2. Ekonomi	29
4.1.1.3. Sosial	30
4.1.1.4. Teknologi	32
4.1.1.5. Lingkungan	33
4.1.1.6. Legal	35
4.2. Analisis Lingkungan Internal	40

4.2.1. Analisis Rantai Pasok	40
4.2.1.1. Pelaku dalam Rantai Pasok.....	40
4.2.1.2. Struktur Rantai Pasok	42
4.2.1.3. Proses Bisnis.....	46
4.2.1.4. Membangun Kepercayaan Antar Mitra	47
4.3. Analisis SWOT	49
4.3.1. <i>Strength</i>	49
4.3.2. <i>Weakness</i>	50
4.3.3. <i>Opportunity</i>	51
4.3.4. <i>Threats</i>	53
4.4. Formulasi Strategi	55
4.4.1. Strategi SO (<i>Strength-Opportunity</i>).....	56
4.4.2. Strategi ST (<i>Strength-Threat</i>)	57
4.4.3. Strategi WO (<i>Weakness-Opportunity</i>)	58
4.4.4. Strategi WT (<i>Weakness-Threat</i>)	59
4.5. Keputusan Pemilihan Strategi.....	60
4.5.1. Matriks <i>Impact-Effort</i>	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran.....	66
5.3. Keterbatasan Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	70