

DAFTAR ISI

Lembar judul	i
Lembar pengesahan	ii
Lembar pernyataan	iii
Kata pengantar	iv
Daftar isi	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Intisari	xii
Abstract	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah	4
1.2.1. Pertanyaan penelitian	6
1.2.2. Tujuan penelitian	7
1.2.3. Manfaat penelitian.....	7
1.2.4. Lingkup penelitian	8
1.2.5. Sistematika penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Manajemen Strategik.....	10
2.1.1. <i>A low cost provider strategy</i>	11
2.1.2. <i>Broad Differentiation Strategy</i>	11
2.1.3. <i>A focused low cost strategy</i>	12
2.1.4. <i>A focused differentiation strategy</i>	12



2.1.5. <i>A best cost provider strategy</i>	12
2.2. Strategi bersaing	13
2.3. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	14
2.3.1. Analisis PESTEL	14
2.3.2. Faktor Lingkungan Umum	15
2.3.3. Porter's Five Forces Analysis.....	17
2.3.3.1. Persaingan antara Pesaing yang ada (<i>Rivalry among Competing Sellers</i>)	19
2.3.3.2. Ancaman Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>) ...	20
2.3.3.3. Penjual dari Produk Pengganti (<i>Sellers of Substitute Products</i>)	21
2.3.3.4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (<i>Supplier Bargaining Power</i>)	22
2.3.3.5. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli dan Sensitivitas Harga (<i>Buyer Bargaining Power and Price Sensitivity</i>)	23
2.4. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	23
2.4.1. Analisis <i>Value Chain</i>	23
2.4.2. Analisis VRIO	28
2.4.3. Analisis SWOT.....	30
2.5. Kajian penelitian terdahulu.....	32
2.6. Kerangka penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Desain penelitian	38
3.2. Metode pengumpulan data	39
3.2.1. Sumber data	39
3.2.2. Pengumpulan data.....	40



3.2.3. Instrumen penelitian	40
3.3. Metode Analisis Data.....	43
3.3.1. Analisis Eksternal Perusahaan (Pertanyaan 1)	43
3.3.2. Analisis Internal Perusahaan (Pertanyaan 2)	44
3.3.3. Analisis Alternatif Strategi (Pertanyaan 3)	44
3.4. Profil perusahaan	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Analisis Faktor Eksternal Perusahaan	46
4.1.1 Analisis Makro Ekonomi (PESTEL)	46
4.1.1.1 Faktor Politik	46
4.1.1.2 Faktor Ekonomi	48
4.1.1.3 Faktor Sosial dan Budaya	50
4.1.1.4 Faktor Teknologi	53
4.1.1.5 Faktor Lingkungan	56
4.1.1.6 Faktor Legal / Regulasi.....	57
4.1.2 Analisis Persaingan Industri (<i>Porter's Five Forces</i>)	59
4.1.2.1 <i>Rivalry among Competing Sellers</i>	59
4.1.2.2 <i>Potential New Entrants</i>	61
4.1.2.3 <i>Firms in Other Industries Offering Substitute Products</i>	63
4.1.2.4 <i>Supplier Bargaining Power</i>	63
4.1.2.5 <i>Customer bargaining power</i>	65
4.2 Analisis Faktor Internal Perusahaan	67
4.2.1 <i>Value Chain Analysis</i>	67
4.2.1.1 <i>Aktivitas Primer (primary activities)</i>	68



4.2.1.1.1 Logistik masuk (<i>Inbound Logistics</i>)	68
4.2.1.1.2 Operasional (<i>Operations</i>)	71
4.2.1.1.3 Logistik keluar (<i>Outbound Logistics</i>)	72
4.2.1.1.4 Pemasaran dan Penjualan (<i>Marketing and Sales</i>) ..	73
4.2.1.1.5 Layanan (<i>Service</i>)	75
4.2.1.2 Aktivitas Pendukung (<i>Secondary Activities</i>)	77
4.2.1.2.1 Pengadaan (<i>Procurement</i>)	77
4.2.1.2.2 Pengembangan Teknologi (<i>Technology Development</i>)	77
4.2.1.2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia (<i>Human Resource Management</i>)	79
4.2.1.2.4 Infrastruktur Perusahaan (<i>Firm Infrastructure</i>).....	80
4.2.2 VRIO <i>Analysis</i>	86
4.3 Analisis SWOT	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan	104
5.1.1 Implikasi	105
5.1.2 Keterbatasan	106
5.2. Saran.....	107
Daftar Pustaka	108