



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	18
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	20
1.7 Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
2.1 Strategi Pertumbuhan Bisnis	23
2.2 Keunggulan Kompetitif	24
2.3 Analisis Faktor Internal	27
2.3.1 <i>Resource</i> -based view (RBV)	28
2.3.2 Analisis rantai nilai (<i>Value Chain Analysis</i>)	29
2.3.3 <i>VRIO framework</i>	31
2.3.4 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	32
2.4 Analisis Faktor Eksternal	34
2.4.1 Lingkungan makro.....	35
2.4.2 Lingkungan industri.....	37
2.4.3 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	40
2.5 Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE)	42
2.6 Analisis SWOT	44
2.7 Analisis Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)	46



2.8 Kajian Penelitian Terdahulu.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Desain Penelitian	53
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.2.1 Sumber data	54
3.2.2 Pengumpulan data.....	54
3.3 Metode Analisis Data.....	58
3.4 Kerangka Penelitian	64
3.5 Profil PT INKA.....	65
3.6 Struktur Organisasi	67
3.7 Produk Perusahaan.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Analisis Faktor Internal	72
4.1.1 Analisis sumber daya.....	73
4.1.1.1 Sumber daya berwujud.....	73
4.1.1.2 Sumber daya tidak berwujud.....	79
4.1.2 Analisis rantai nilai (<i>value chain analysis</i>).....	90
4.1.2.1 Aktivitas utama.....	91
4.1.2.2 Aktivitas pendukung.....	98
4.1.3 Kerangka VRIO (<i>VRIO framework</i>)	101
4.2 Analisis Faktor Eksternal.....	105
4.2.1 Analisis lingkungan makro	106
4.2.1.1 Politik (<i>political</i>)	106
4.2.1.2 Ekonomi (<i>economic</i>)	108
4.2.1.3 Sosial (<i>social</i>)	110
4.2.1.4 Teknologi (<i>technological</i>).....	112
4.2.1.5 Hukum dan regulasi (<i>legal</i>)	114
4.2.1.6 Lingkungan (<i>enviromental</i>)	116



4.2.2	Analisis lingkungan industri.....	118
4.2.2.1	Persaingan dalam industri.....	119
4.2.2.2	Ancaman masuknya pendatang baru	123
4.2.2.3	Ancaman produk pengganti.....	125
4.2.2.4	Kekuatan daya tawar pemasok	127
4.2.2.5	Kekuatan daya tawar pembeli	129
4.3	Identifikasi Faktor Internal	131
4.3.1	Kekuatan	131
4.3.2	Kelemahan	134
4.4	Identifikasi Faktor Eksternal.....	136
4.4.1	Peluang	136
4.4.2	Ancaman	139
4.5	Analisis Matriks IFE.....	142
4.6	Analisis Matriks EFE	145
4.7	Analisis Matriks IE.....	148
4.8	Analisis Strategi SWOT	150
4.9	Analisis Matriks QSPM.....	158
BAB V	SIMPULAN	162
5.1	Simpulan	162
5.2	Implikasi	165
5.3	Keterbatasan.....	166
5.3	Saran	168
	DAFTAR PUSTAKA	170
	LAMPIRAN.....	173