

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Ringkasan Metoda Penelitian.....	9
1.7 Ringkasan Hasil Penelitian.....	10
1.8 Lingkup Penelitian.....	11
1.9 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
2.1 Teori <i>Resource-Based View (RBV)</i> .....	15
2.2 Teori Pemangku Kepentingan ( <i>Stakeholder Theory</i> ).....	17
2.3 Strategi Bisnis.....	17
2.4 <i>Internal Analysis</i> .....	19
2.5 <i>External Analysis</i> .....	20
2.6 <i>VRIO Analysis</i> .....	21



2.7 <i>Competitive Advantage</i> .....	22
2.8 <i>SWOT Analysis</i> .....	23
2.9 <i>Porter's Five Forces Analysis</i> .....	25
2.10 <i>PESTLE Analysis</i> .....	29
2.11 Kajian Penelitian Terdahulu.....	29
2.12 Kerangka Penelitian.....	31
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Metoda Pengumpulan Data.....	32
3.3 Instrumen Penelitian.....	33
3.4 Metoda Analisis Data.....	34
3.5 Profil Kasus pada PT Rasa Inti Indonesia.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Analisis Faktor Internal Perusahaan.....	38
4.2 Analisis Faktor Eksternal Perusahaan.....	40
4.3 <i>SWOT Analysis</i> .....	65
4.4 Analisis Strategi Bersaing PT Rasa Inti Indonesia.....	70
<b>BAB V SIMPULAN.....</b>	<b>77</b>
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Implikasi.....	81
5.3 Keterbatasan.....	82
5.4 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>