

DAFTAR ISI

BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Lingkup Penelitian	7
1.7. Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Konsep Strategi	11
2.2. Keputusan <i>Make-or-Buy</i>	14
2.3. Kerangka Kerja Praktis untuk Pengambilan Keputusan <i>Make-or-Buy</i>	24
2.3.1. Tahap 1 - Identifikasi Aktivitas Inti	25
2.3.2. Tahap 2 - Evaluasi Rantai Nilai	26
2.3.3. Tahap 3 - Analisis Biaya Total	27
2.3.4. Tahap 4 - Analisis Hubungan dan Risiko	28
2.4. Kajian Penelitian Terdahulu.....	30
2.5. Kerangka Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Desain Penelitian.....	34
3.2. Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	35
3.3. Profil Narasumber	37
3.4. Instrumen Penelitian	38
3.5. Metode Analisis Data.....	40
3.6. Profil Perusahaan	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Kajian Tahapan Strategis <i>Make-or-Buy</i> di LEX Menggunakan Kerangka McIvor	45
4.2. Evaluasi Efektivitas Implementasi Strategi <i>Make-or-Buy</i> Berdasarkan Studi Komparasi 4 Fasilitas di Wilayah Jawa Barat dan Banten	60

4.3.	Rekomendasi Strategi <i>Make-or-Buy</i> yang Efektif untuk Implementasi di Masa Mendatang.....	71
4.3.1.	Identifikasi Celah (<i>loop hole</i>) dalam Strategi Saat Ini.....	71
4.3.2.	Prinsip Strategi <i>Make-or-Buy</i> yang Disarankan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1.	Kesimpulan	75
5.2.	Implikasi.....	77
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4.	Saran Penelitian.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN		86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Rerangka Penelitian	33
Gambar 3.1.	Alur Penelitian	35
Gambar 3.2.	Jaringan Distribusi LEX.....	44
Gambar 4.1.	Distribusi Volume Per Segmentasi Wilayah.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1.	Profil Narasumber Penelitian	38
Tabel 3.2.	Matriks Desain Pengumpulan Data.....	39
Tabel 3.3.	Protokol Wawancara Mendalam Individual - Manajemen LEX.....	40
Tabel 4.1.	Segmentasi Wilayah Operasional Lazada.....	49
Tabel 4.2.	KPI LEX untuk Aktivitas <i>Last-Mile</i>	52
Tabel 4.3.	KPI Pengalaman Pembeli.....	55
Tabel 4.4.	Komponen Biaya LEX pada Model <i>Make-or-Buy</i>	56
Tabel 4.5.	KPI LEX Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kota Serang, dan Kota Cilegon Tahun 2024 untuk Aktivitas <i>Last-Mile</i>	63
Tabel 4.6.	KPI LEX Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kota Serang, dan Kota Cilegon Tahun 2024 untuk Pengalaman Pembeli ...	64
Tabel 4.7.	Biaya Rata-Rata per Paket Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kota Serang, dan Kota Cilegon Tahun 2024 per Kategori.....	67
Tabel 4.8.	Tabel Evaluasi Risiko Hubungan Berdasarkan Model <i>Make-or-Buy</i> Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kota Serang, dan Kota Cilegon Tahun 2024	68
Tabel 4.9.	Tabel Evaluasi Strategi <i>Make-or-Buy</i> Berdasarkan Kerangka McIvor Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kota Serang, dan Kota Cilegon	70
Tabel 4.10.	Penyesuaian Model Operasi Wilayah Berdasarkan Evaluasi 4 Kota.....	73