

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Lingkup dan Batasan Penelitian	11
1.7. Sistematika Penulisan	11

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Strategi	12
2.2. Manajemen Strategi	13
2.3. Strategi Integrasi	15
2.3.1. Strategi Integrasi Vertikal	15
2.3.2. Strategi Integrasi Horisontal	18

2.4. Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain Analysis</i>)	19
2.5. Analisis Lima Kekuatan Porter (<i>Porter's Five Forces Analysis</i>).....	22
2.6. " <i>When and When not to Vertically Integrate</i> " Framework	25
2.7. Kerangka Restrukturisasi Vertikal (<i>Vertical Restructuring Framework</i>) ..	26
2.7.1. Daya Tarik Industri.....	29
2.7.2. Risiko Kegagalan Pasar Vertikal	29
2.7.3. Pertahanan Kekuatan Pasar	32
2.7.4. Penciptaan Kekuatan Pasar	33
2.8. Analisis SWOT.....	33

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	37
3.2. Metode Pengumpulan Data	38
3.3. Metode Analisis Data	40
3.4. Profil dan Kinerja Perusahaan PT. Pandora	40
3.4.1. Sejarah Perusahaan	41
3.4.2. Visi dan Misi Perusahaan	41
3.4.3. Sumber Daya Manusia.....	42
3.4.4. Pemasaran	45
3.4.5. Kinerja Staf Admin dan Pemasaran.....	51

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Rantai Nilai PT. Pandora.....	56
4.2. Daya Tarik Industri Agen Properti	60
4.3. Analisis Risiko Kegagalan Pasar Vertikal Agen Properti	68
4.4. Faktor-faktor Penentu Pertahanan dan Penciptaan Kekuatan Pasar Agen Properti	72
4.5. Analisis SWOT dan Manfaat Strategi Integrasi Vertikal PT. Pandora	76

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA	86
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan <i>Marketing In House</i> , Agen Properti, dan Makelar	4
Tabel 3.1 Proyek PT. Pandora Periode Juli 2013 - Agustus 2017.....	47
Tabel 3.2 Tabel Kinerja Kantor PT. Pandora Periode Januari 2017 - Agustus 2017.....	51
Tabel 3.3 Rata-rata Kinerja dan Dampak Kerja Harian Periode Januari 2017 - Agustus 2017.....	52
Tabel 3.4 Penjualan Staf Pemasaran PT. Pandora Periode Januari 2017 - Agustus 2017.....	53
Tabel 3.5 Penjualan Proyek PT. Pandora Periode Januari 2017 - Agustus 2017	54
Tabel 3.6 Proyek Berjalan PT. Pandora per Tanggal 1 Januari 2017	54
Tabel 3.7 Proyek Berjalan PT. Pandora per Tanggal 1 September 2017	55
Tabel 3.8 Prestasi Penjualan Proyek Periode 1 Januari 2017 - 31 Agustus 2017	55
Tabel 4.1 Kantor Agen Properti di Yogyakarta.....	62
Tabel 4.2 Penjualan <i>Listing</i> Agen Properti PT. Pandora Periode Januari 2017 - Agustus 2017.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi Integrasi Vertikal dan Horisontal	15
Gambar 2.2 Rantai Nilai Porter	20
Gambar 2.3 Strategi Lima Kekuatan Porter	24
Gambar 2.4 Kerangka Restrukturisasi Vertikal	27
Gambar 2.5 Aplikasi Kerangka Restrukturisasi Vertikal	28
Gambar 2.6 Proporsi Jumlah Pembeli dan Penjual di Pasar	30
Gambar 2.7 Matriks Transaksi - Aset	31
Gambar 2.8 Analisis SWOT	36
Gambar 3.1 Desain Penelitian	38
Gambar 4.1 Rantai Nilai PT. Pandora	56
Gambar 4.2 Jumlah Agen Properti di Yogyakarta	62
Gambar 4.3 Antarmuka Website Olx.co.id Halaman 216 dan 367	63
Gambar 4.4 Rangkuman Analisis Lima Kekuatan Porter Agen Properti	67
Gambar 4.5 Struktur Pasar Vertikal Agen Properti	69
Gambar 4.6 Matrik Transaksi - Aset Agen Properti	71
Gambar 4.7 Ringkasan Aplikasi Kerangka Restrukturisasi Vertikal PT. Pandora	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Pimpinan Kantor PT. Pandora	88
Lampiran 2. Hasil Wawancara dengan Staf Pemasaran PT. Pandora	90
Lampiran 3. Hasil Wawancara dengan Staf Admin <i>Online</i> PT. Pandora	91