



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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 Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Strategi <i>Positioning</i>	12
2.2 Analisis Rantai Nilai (<i>Value chain analysis</i>)	13
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	16
2.3.1 Analisis <i>Five Forces</i> Porter.....	17
2.4 Matriks SPACE (<i>Strategic Positioning and Action Evaluation</i>).....	20
2.5 Strategi Bersaing Generik Porter.....	23
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	27
2.7 Kerangka Penelitian	30
BAB III METODA PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Metoda Pengumpulan Data	34
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.3 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	37



3.2.4 Teknik Pemilihan Narasumber.....	38
3.3 Instrumen Penelitian.....	42
3.4 Metoda Analisis Data	43
3.5 Profil Perusahaan.....	46
3.5.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
3.5.2 Visi, Misi dan Budaya Perusahaan	47
3.5.3 Produk Layanan dan Kegiatan Usaha Perusahaan.....	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Analisis Rantai Nilai (<i>Value chain analysis</i>).....	51
4.1.1 Analisis Aktivitas Utama (<i>Primary Activities</i>).....	53
4.1.2 Analisis Aktivitas Pendukung (<i>Supporting Activities</i>).....	61
4.1.3 Implikasi Analisis Rantai Nilai MUF	66
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	69
4.2.1 Analisis <i>Five Forces</i> Porter.....	69
4.2.1.1 Tingkat Rivalitas di Industri (<i>Rivalry Among Existing Competitors</i>).....	71
4.2.1.2 Ancaman Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>).....	73
4.2.1.3 Daya Tawar Pemasok (<i>Bargaining Power of Suppliers</i>).....	76
4.2.1.4 Daya Tawar Pelanggan (<i>Bargaining Power of Buyers</i>)	78
4.2.1.5 Ancaman Produk Substitusi (<i>Threat of Substitutes</i>)	79
4.2.1.6 Implikasi Analisis <i>Five Forces</i>	80
4.3 Matriks SPACE (<i>Strategic Positioning and Action Evaluation</i>).....	84
4.3.1 Hasil Analisis Matriks SPACE	84
4.3.2 Implikasi Analisis Matriks SPACE.....	91
4.4 Strategi Bersaing Generik Porter.....	94
4.4.1 Analisis Strategi <i>Broad Differentiation</i> MUF.....	96
4.4.2 Implikasi Strategi Bersaing MUF	97
4.5 Elaborasi Strategi <i>Positioning</i> MUF	99
BAB V SIMPULAN	103
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Implikasi.....	105
5.3 Keterbatasan	106
5.4 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110