

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>IV</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIII</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	4
1.6. Lingkup Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1. Analisis Eksternal .....	7
2.2. Analisis Internal .....	11
2.2.1. Aktifitas Utama ( <i>Primary Activities</i> ) .....	12
2.2.2. Aktifitas Pendukung ( <i>Support Activities</i> ) .....	13
2.3. Disiplin Nilai ( <i>Value Disciplines</i> ) .....	14

2.3.1. Keunggulan Operasional ( <i>Operational Excellence</i> ).....	16
2.3.2. Kedekatan dengan Konsumen ( <i>Customer Intimacy</i> ).....	19
2.3.3. Keunggulan Produk ( <i>Product Leadership</i> ).....	22
2.3.4. <i>Master of Two</i> .....	25
2.3.5. Disiplin Keunggulan Operasional pada Industri Jasa .....	26
2.4. Kerangka Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	30
3.3. Instrumen Penelitian.....	31
3.4. Metode Analisis Data .....	31
3.5. Profil Responden .....	34
3.6. Profil Objek Penelitian .....	35
3.6.1. Sejarah Perusahaan .....	35
3.6.2. Visi Perusahaan .....	35
3.6.3. Misi Perusahaan.....	35
3.6.4. Ruang Lingkup Jasa Klasifikasi PT. Biro Klasifikasi Indonesia....	36
3.6.5. Nilai Korporasi ( <i>Corporate Value</i> ).....	38
3.6.6. Struktur Organisasi .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1. Analisis Eksternal.....	39
4.1.1. Daya Tawar Konsumen ( <i>bargaining power of buyers</i> ).....	40
4.1.2. Daya Tawar Pemasok ( <i>bargaining power of suppliers</i> ) .....	41

4.1.3. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti ( <i>threat of substitutes products or services</i> ).....	43
4.1.4. Ancaman Pendetang Baru ( <i>threat of new entrant</i> ) .....	45
4.1.5. Persaingan di Antara Perusahaan yang Sudah Ada ( <i>rivalry among existing firms</i> ) .....	46
4.1.6. <i>Key Success Factors</i> Industri.....	48
4.1.7. Antisipasi Perusahaan.....	51
4.2. Analisis Rantai Nilai ( <i>Value Chain</i> ) .....	52
4.2.1. Logistik ke Dalam ( <i>inbound logistics</i> ) .....	55
4.2.2. Operasional ( <i>operational</i> ).....	59
4.2.3. Logistik ke Luar ( <i>outbound logistics</i> ).....	62
4.2.4. Pemasaran dan Penjualan ( <i>marketing and sales</i> ).....	64
4.2.5. Pelayanan ( <i>service</i> ) .....	68
4.2.6. Infrastruktur Perusahaan ( <i>firm infrastructure</i> ) .....	70
4.2.7. Manajemen Sumber Daya Manusia ( <i>human resource management</i> ).....	74
4.2.8. Pengembangan Teknologi ( <i>technology development</i> ).....	76
4.2.9. Pengadaan ( <i>procurement</i> ) .....	79
4.3. Analisis <i>Value Disciplines</i> .....	81
4.3.1. Aktifitas Rantai Nilai yang Lemah .....	81
4.3.2. Perbaikan Rantai Nilai Berdasarkan Konsep <i>Value Disciplines</i> ....	84
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>97</b>
5.1. Simpulan .....	97

5.2. Implikasi.....	101
5.3. Keterbatasan.....	101
5.4. Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>