

Daftar Isi

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Intisari	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Ruang Lingkup atau Batasan Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Manajemen Strategis	9
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	12
2.2.1 Kekuatan Ekonomi	12
2.2.2 Kekuatan Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan.....	13
2.2.3 Kekuatan Politik, Pemerintah, dan Hukum	13
2.2.4 Kekuatan Teknologi.....	13
2.2.5 Kekuatan Kompetitif	14
2.2.5.1 Ancaman Pendatang Baru	15
2.2.5.2 Ancaman Produk Subsitusi	16

2.2.5.3 Kekuatan tawar-menawar Pembeli	17
2.2.5.4 Kekuatan tawar-menawar Pemasok	17
2.2.5.5 Persaingan di antara Pesaing yang ada.....	17
2.3 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFE)	18
2.4 Analisis Lingkungan Internal	19
2.4.1 Analisis Rantai Nilai.....	20
2.5 Matriks Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFE).....	21
2.6 Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE).....	22
BAB III METODA PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Metoda Pengumpulan Data	25
3.3 Metoda Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Profil PT. Nissan Motor Indonesia.....	28
4.1.1 Sejarah Singkat	28
4.1.2 Pernyataan Visi, Misi, dan Corporate tagline	30
4.1.3 Budaya Perusahaan.....	31
4.1.4 Produk PT. Nissan Motor Indonesia.....	33
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	36
4.2.1 Kekuatan Ekonomi	37
4.2.1.1 Pertumbuhan ekonomi	37
4.2.1.2 Nilai tukar mata uang asing	39
4.2.1.3 Upah Minimum Regional/Propinsi	40
4.2.2 Kekuatan Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan Alami.....	40
4.2.2.1 Jumlah Penduduk	40
4.2.2.2 Komposisi Penduduk Bekerja	41
4.2.2.3 Lingkungan Alami	42
4.2.3 Kekuatan Politik, Pemerintahan, dan Hukum.....	43
4.2.3.1 Kebijakan pemerintahan	43
4.2.3.2 Kekuatan politik	44
4.2.4 Kekuatan Teknologi.....	44
4.2.5 Kekuatan Kompetitif	45

4.2.5.1 Ancaman dari pendatang baru.....	45
4.2.5.2 Ancaman dari produk substitusi.....	46
4.2.5.3 Kekuatan tawar menawar pembeli.....	47
4.2.5.4 Kekuatan tawar menawar pemasok.....	48
4.2.5.5 Persaingan diantara para pesaing yang ada.....	48
4.3 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	49
4.3.1 Kegiatan Pendukung.....	50
4.3.1.1 Insfrastruktur Perusahaan.....	50
4.3.1.2 Human Resource Management.....	50
4.3.1.3 Pengembangan Teknologi.....	52
4.3.1.4 Procurement.....	53
4.3.2 Kegiatan Utama.....	54
4.3.2.1 Inbound Logistic.....	54
4.3.2.2 Operation.....	55
4.3.2.3 Outbound Logistic.....	57
4.3.2.4 Marketing & Sales.....	58
4.3.2.5 Service.....	60
4.4 Tahap Input.....	64
4.4.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	64
4.4.2 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	65
4.5 Tahap Pencocokan.....	66
4.5.2 Matriks IE (<i>Internal External</i>).....	66
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, & IMPLIKASI.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Implikasi.....	73
5.3 Keterbatasan.....	74
Kepustakaan.....	75

Daftar Tabel

Tabel 4. 1 Penjualan Mobil Bulan Jan - Apr 2018.....	46
Tabel 4. 2 Jumlah Pertumbuhan Kendaraan di Indonesia.....	47
Tabel 4. 3 Learning Map Pegawai PT. Nissan Motor Indonesia	51
Tabel 4. 4 Penjualan 2017 Berdasarkan Segmentasi Pasar.....	60
Tabel 4. 5 Matrik Evaluasi Faktor Internal (IFE) PT. Nissan Motor Indonesia ...	64
Tabel 4. 6 Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) PT. Nissan Motor Indonesia	65
Tabel 4. 7 Produk DATSUN di Indonesia	67
Tabel 4. 8 Produk Segmentasi Pasar 4x2 CC<1,500	69
Tabel 4. 9 Produk Segmentasi Pasar 4x2 CC 1,500-2,500	70
Tabel 4. 10 Produk Kompetitor Segmentasi Pasar 4x2 CC 1,500-2,500.....	71

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Penjualan Mobil di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Penjualan Mobil berdasarkan Segmentasi.....	2
Gambar 1. 3 Penjualan PT. Nissan Motor Indonesia	3
Gambar 1. 4 Penjualan PT. Nissan Motor Indonesia berdasarkan Segmentasi	4
Gambar 1. 5 Target dan Pencapaian Penjualan PT. Nissan Motor Indonesia.....	5
Gambar 1. 6 Kerangka Analisis Penelitian	8
Gambar 2. 1 Model Komprehensif Manajemen Strategis.....	10
Gambar 2. 2 Model Lima Kekuatan Porter	15
Gambar 2. 3 Porter's Generic Value Chain	20
Gambar 2. 4 Matriks Internal-Eksternal (IE)	22
Gambar 4. 1 Produk NISSAN di Indonesia	33
Gambar 4. 2 Produk NISSAN di Indonesia (lanjutan).....	34
Gambar 4. 3 Revolusi Merek DATSUN	34
Gambar 4. 4 Produk DATSUN di Indonesia	35
Gambar 4. 5 Produk INFINITI di Indonesia.....	36
Gambar 4. 6 Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.....	38
Gambar 4. 7 Tingkat Pertumbuhan Industri Otomotif Roda-4 di Indonesia.....	38
Gambar 4. 8 Nilai Tukar IDR terhadap Mata Uang Asing (USD).....	39
Gambar 4. 9 Upah Minimum Region/Propinsi	40
Gambar 4. 10 Jumlah Penduduk di Indonesia.....	41
Gambar 4. 11 Jumlah Penduduk Bekerja Indonesia	42
Gambar 4. 12 Market Share 3 Tahun Terakhir	49
Gambar 4. 13 Aktivitas Logistik kedalam PT. Nissan Motor Indonesia	54
Gambar 4. 14 Operasi Bisnis PT. Nissan Motor Indonesia	55
Gambar 4. 15 Proses Produksi PT. Nissan Motor Indonesia	56
Gambar 4. 16 Aktifitas Logistik keluar PT. Nissan Motor Indonesia	58
Gambar 4. 17 Aktifitas Marketing & Sales PT. Nissan Motor Indonesia.....	59
Gambar 4. 18 Aktifitas Service PT. Nissan Motor Indonesia.....	61
Gambar 4. 19 Jaringan Dealer PT. Nissan Motor Indonesia.....	62
Gambar 4. 20 Indeks Kepuasan Pelanggan 2017.....	63
Gambar 4. 21 Matriks Internal-Eksternal (IE) PT. Nissan Motor Indonesia	66



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**ANALISIS STRATEGI BERSAING MENGGUNAKAN INTERNAL EXTERNAL (IE) MATRIX STUDI PADA
PT. NISSAN MOTOR
INDONESIA**

GANDHI SUMAWIJAYA, Bapak Dr. Hargo Utomo, MBA., M.Com.

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>