



Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Intisari .....	xii
Abstract .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar belakang masalah .....	1
1.2. Rumusan masalah .....	3
1.3. Tujuan, Manfaat, dan Kontribusi penelitian .....	3
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	3
1.3.3. Kontribusi Penelitian .....	4
1.4. Sistematika Pembahasan .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1. Konsep Strategi .....	6
2.1.1. Pengertian Strategi.....	6



2.2 Strategi Bersaing	7
2.2.1. Low-Cost Leadership Strategy	8
2.2.2. Differentiation Strategy	8
2.2.3. Focused Strategy	9
2.3. Analisis Eksternal dan Analisis Internal	9
2.3.1. Lingkungan Eksternal	10
2.3.1.1. Lingkungan Makro	12
2.3.1.2. Lingkungan Persaingan	16
2.3.2. Lingkungan Internal	20
2.3.2.1. SWOT	23
2.3.2.2. Business Life Cycle	27
2.4. Implementasi Strategi	29
2.5. Evaluasi Strategi	30
2.5.1. Alternatif strategi bersaing perusahaan	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>33</b>
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.1. Jenis penelitian	33
3.2.2. Metode pengumpulan data	34
3.3. Alat Analisis	34
3.3.1. Analisis profil perusahaan	34
3.3.2. Analisis lingkungan eksternal	35



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis strategi bersaing toko buku XYZ dalam menghadapi persaingan industri ritel buku Indonesia**

UTOMO, B. Bimo Satrio, Gudono, Dr., M.B.A

Universitas Gadjah Mada, 2010. Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Analisis lingkungan internal perusahaan .....	35
3.3.4. Analisis strategi bersaing .....	35
3.4. Kerangka Analisis .....	36
<b>BAB IV PROFIL PERUSAHAAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Sejarah Toko Buku XYZ .....	37
4.2. Visi, Misi, GCG, Sasaran dan Core Values .....	37
4.2.1. Visi .....	37
4.2.2. Misi .....	37
4.2.3. Good Corporate Governance.....	38
4.2.4. Sasaran / target .....	38
4.2.5. Core Values .....	38
4.3. Struktur organisasi .....	40
4.4. Perkembangan perusahaan .....	41
4.4.1. Teknologi .....	42
4.4.2. Sumber daya manusia .....	43
4.4.3. Ragam produk dan dukungan pemasok .....	43
4.4.4. Departemen Impor .....	44
4.5. Prosedur Merchandising .....	45
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
5.1. Analisis lingkungan eksternal.....	47
5.1.1. Analisis lingkungan makro .....	47



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

## Analisis strategi bersaing toko buku XYZ dalam menghadapi persaingan industri ritel buku Indonesia

UTOMO, B. Bimo Satrio, Gudono, Dr., M.B.A

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia, [utomo@ugm.ac.id](mailto:utomo@ugm.ac.id)

5.1.2. Analisis lingkungan eksternal	51
5.1.2.1. Ancaman masuknya pendatang baru	51
5.1.2.2. Kekuatan tawar-menawar dari pemasok	52
5.1.2.3. Kekuatan tawar-menawar dari pembeli	52
5.1.2.4. Ancaman produk substitusi	53
5.1.2.5. Intensitas persaingan	54
5.2. Analisis lingkungan internal	55
5.2.1. Analisis SWOT	55
5.2.2. Analisis Business Life Cycle	62
5.3. Evaluasi Strategi	63
5.3.1. Alternatif strategi bersaing perusahaan	63
5.3.2. Implikasi strategi	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>66</b>
6.1. Kesimpulan	66
6.2. Saran	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>69</b>



4.1. Omset sales PT.XYZ berdasarkan empat outlet di Jakarta .....	42
5.1. Kekuatan ( <i>strength</i> ) .....	58
5.2. Kelemahan ( <i>weakness</i> ) .....	59
5.3. Peluang ( <i>opportunity</i> ) .....	60
5.4. Ancaman ( <i>threath</i> ) .....	61



2.1. Kelima kekuatan bersaing yang menentukan kemampuan industri .....	11
2.2. Kuadran Analisis SWOT .....	25
3.1. Kerangka pemikiran .....	36
4.1. Struktur Organisasi .....	40
4.2. Proses merchandising Toko Buku XYZ .....	45
5.1. TOWS Matrix .....	62