

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------|------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Pengesahan | ii |
| Halaman Pernyataan | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Daftar Isi | v |
| Daftar Tabel | viii |
| Daftar Gambar | xi |
| Intisari | xii |
| <i>Abstract</i> | xiii |

BAB 1 PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Permasalahan | 1 |
| 2.1.1 Perumusan masalah | 5 |
| 2.1.2 Keaslian penelitian | 5 |
| 1.2 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.3 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4 Sistematika Pembahasan | 7 |

BAB 2 KERANGKA KONSEPTUAL

| | |
|--------------|----|
| 2.1 Strategi | 10 |
|--------------|----|



| | |
|--|----|
| 2.2 Identifikasi Strategi Suatu Perusahaan | 15 |
| 2.3 Strategi Pemenang | 17 |
| 2.4 Evaluasi Lingkungan Eksternal Perusahaan | 17 |
| 2.5 Evaluasi Sumber Daya dan Posisi Bersaing Perusahaan | 22 |
| 2.6 Pengembangan dan Pemilihan Strategi Bersaing | 24 |
| BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 27 |
| 3.2 Pengumpulan Data | 28 |
| 3.2.1 Data eksternal perusahaan | 28 |
| 3.2.2 Data sumber daya internal dan posisi bersaing perusahaan | 31 |
| 3.3 Alat Analisa Data | 32 |
| 3.4 Model dan Alur Proses Penelitian | 34 |
| 3.5 Batasan Penelitian | 35 |
| BAB 4 DATA LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL | |
| 4.1 Profil Lingkungan Makro | 36 |
| 4.2 Profil Industri dan Persaingan | 52 |
| 4.2.1 Pesaing | 56 |
| 4.2.2 Pemair Baru | 73 |
| 4.2.3 Barang Pengganti | 76 |
| 4.2.4 Pemasok | 76 |
| 4.2.5 Pelanggan | 81 |



| | | |
|---------------------------------------|--|-----|
| 4.3 | Profil Perusahaan | 82 |
| 4.4 | Identifikasi Strategi Perusahaan Saat Ini | 98 |
| 4.5 | Faktor Kunci Kesuksesan Bersaing | 104 |
| 4.6 | Analisa Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman | 112 |
| 4.6.1 | Kekuatan dan kelemahan | 114 |
| 4.6.2 | Peluang dan ancaman | 117 |
| 4.7 | Analisa Kesesuaian/Kesenjangan Strategi Perusahaan dengan Kondisi Eksternal dan Internal | 120 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan | 122 |
| 5.2 | Saran | 124 |
| | Daftar Pustaka | 128 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.1 | Distribusi Penduduk Berdasarkan Pulau-Pulau Besar di Indonesia | 36 |
| Tabel 4.2 | Jumlah Populasi Berdasarkan Provinsi di Indonesia | 37 |
| Tabel 4.3 | PDRB Provinsi-Provinsi di Indonesia Tahun 2007 | 39 |
| Tabel 4.4 | Jumlah Penduduk Provinsi Sulut Tahun 2007 per Kota/Kabupaten | 42 |
| Tabel 4.5 | Indikator Provinsi Sulteng tahun 2008 dan 2009 | 44 |
| Tabel 4.6 | Jumlah Penduduk per Kota/Kabupaten Provinsi Sultra Tahun 2005 | 45 |
| Tabel 4.7 | Indikator Provinsi Papua dan Papua Barat 2008/2009 | 48 |
| Tabel 4.8 | Populasi per Kota/Kabupaten Provinsi NTT Tahun 2007 | 49 |
| Tabel 4.9 | Indikator Provinsi NTT 2008/2009 | 52 |
| Tabel 4.10 | Penjualan Mobil Nasional Bulan Januari-Mei 2009 | 53 |
| Tabel 4.11 | Penjualan Sepeda Motor Nasional Bulan Januari-Mei 2009 | 54 |
| Tabel 4.12 | Jumlah Dealer Mobil Resmi dan Tingkat Persaingan Berdasarkan Kota pada Wilayah Operasional PT HA | 57 |
| Tabel 4.13 | Dealer Mobil Daihatsu pada Wilayah Operasional PT HA | 60 |
| Tabel 4.14 | Dealer Mobil Mitsubishi pada Wilayah Operasional PT HA | 61 |
| Tabel 4.15 | Dealer Mobil Suzuki pada Wilayah Operasional PT HA | 62 |



| | | |
|------------|---|-----|
| Tabel 4.16 | Daftar Operator Dealer Mobil dan Cakupan Operasional di Wilayah Operasional PT HA | 66 |
| Tabel 4.17 | Jumlah Dealer Sepeda Motor Resmi dan Tingkat Persaingan Berdasarkan Kota di Wilayah Operasional PT HA | 68 |
| Tabel 4.18 | Daftar Operator Dealer Sepeda Motor dan Kekuatan Bersaing di Wilayah Operasional PT HA | 72 |
| Tabel 4.19 | Daftar Dealer Toyota pada Wilayah Operasional PT HA | 80 |
| Tabel 4.20 | Daftar Barang Dagangan dan Kontribusi Terhadap Penjualan PT HA Bulan Januari–Mei 2009 | 84 |
| Tabel 4.21 | Daftar Cabang, Perwakilan, dan Outlet PT HA Untuk Unit | 85 |
| Tabel 4.22 | Daftar Perusahaan Afiliasi PT HA | 88 |
| Tabel 4.23 | <i>Current Ratio</i> dan <i>Quick Ratio</i> PT HA Komparasi Tahun 2008 dan 2007 | 90 |
| Tabel 4.24 | GM, FM, BEP, ROA, dan ROE PT HA komparasi tahun 2008 dan 2007 | 91 |
| Tabel 4.25 | Daftar Program Aplikasi yang Digunakan oleh Kantor Pusat dan Cabang-Cabang | 101 |
| Tabel 4.26 | Komparasi Data Dealer Mobil PT HA yang Tercatat pada PT TAM dengan Data PT HA | 102 |
| Tabel 4.27 | Komparasi Data Dealer Sepeda Motor Yamaha PT HA dari PT YMKI dan PT HA | 103 |



Tabel 4.28 Faktor Kunci Kesuksesan Bersaing Operator Dealer Mobil dan 105
Sepeda Motor

Tabel 4.29 Tabel Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman PT HA 113



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Penjualan Mobil Nasional Bulan Jan – Mei ‘09 dan Jan - Mei ‘08 | 3 |
| Gambar 1.2 | Penjualan Sepeda Motor Nasional Bulan Jan – Mei 09 dan Jan - Mei 08 | 3 |
| Gambar 2.1 | Hirarki Pembuatan Strategi Perusahaan | 12 |
| Gambar 2.2 | Langkah-Langkah Pengembangan Rencana Strategis | 14 |
| Gambar 2.3 | Skema Pengembangan Strategi Perusahaan | 15 |
| Gambar 2.4 | Proses Pembuatan dan Pelaksanaan Strategi | 15 |
| Gambar 3.1 | Model dan Alur Proses Penelitian | 34 |
| Gambar 4.1 | Prosentase Pencapaian Target Penjualan Mobil Toyota Tahun ‘09 dan Prosentase Kenaikan/ Penurunan Penjualan Mobil Toyota Jan-Mei ‘09 vs. Jan-Mei ‘08 | 87 |
| Gambar 4.2 | Prosentase Pencapaian Target Penjualan Sepeda Motor Yamaha Tahun ‘09 dan Prosentase Kenaikan/ Penurunan Penjualan Sepeda Motor Yamaha Komparasi Bulan Jan-Mei ‘09 dan Jan-Mei ‘08 | 87 |