

Daftar Isi

Lembar Pengesahan.....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
Intisari	xi
Abstract	xii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Lingkup Penelitian.....	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	7
2.1. <i>Product-Market Strategies</i>	7
2.2. Strategi Diversifikasi	9
2.3. <i>Porter's Three Essential Tests</i>	13
2.4. <i>Porter's Five Forces Analysis</i>	16
2.5. Analisis Kelayakan Finansial	20
2.5.1. <i>Net Present Value (NPV)</i>	20
2.5.2. <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	20
2.6. Sinergi.....	21
2.6.1. <i>Value chain</i> (rantai nilai).....	22
2.6.2. <i>Interrelationship among business units</i> (keterkaitan antar unit bisnis)	25
2.6.3. <i>Strategic fit</i> (kecocokan strategis)	28

2.7.	Kerangka Analitis Perumusan Strategi.....	29
2.8.	Kerangka Penelitian.....	30
BAB III.....		32
3.1.	Desain Penelitian.....	32
3.2.	Metoda Pengumpulan Data	32
3.3.	Instrumen Penelitian dan Metode Analisis Data	33
3.3.1.	Uji Daya Tarik Industri	33
3.3.2.	Uji Biaya Masuk	40
3.3.3.	Uji Sinergi	42
3.3.4.	Kuantifikasi Strategi.....	44
3.4.	Profil Perusahaan.....	46
BAB IV		49
4.1.	Overview Rencana Diversifikasi.....	49
4.1.1.	Kondisi perusahaan saat ini.....	49
4.1.2.	Sumber daya yang dibutuhkan	50
4.1.3.	Mengapa harus industri interior?	51
4.1.4.	Strategi masuk yang dipilih.....	52
4.2.	Uji Daya Tarik Industri	53
4.2.1.	Ancaman pendatang baru	55
4.2.2.	Ancaman barang substitusi	57
4.2.3.	Kekuatan tawar pemasok	58
4.2.4.	Kekuatan tawar pembeli.....	59
4.2.5.	Persaingan dalam industri	61
4.3.	Uji Biaya Masuk.....	61
4.4.	Uji Sinergi	67
4.4.1.	Identifikasi aktivitas rantai nilai bisnis pintu	67
4.4.2.	Identifikasi aktivitas rantai nilai bisnis interior.....	75
4.4.3.	Identifikasi <i>strategic fit</i> antar rantai nilai bisnis pintu dan interior. 80	
4.4.4.	Kemungkinan sinergi antar bisnis.....	81
4.5.	Kuantifikasi Strategi.....	87
BAB V.....		89



5.1.	Simpulan.....	89
5.2.	Implikasi	90
5.3.	Saran	91
5.3.1.	Saran bagi perusahaan.....	91
5.3.2.	Saran bagi penelitian selanjutnya	91
	Daftar Pustaka	92
	Lampiran	94

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Sumber Hambatan Masuk pada Suatu Industri	17
Tabel 2.2 Sumber Penentu Ancaman Substitusi pada Suatu Industri	17
Tabel 2.3 Sumber Penentu Kekuatan Pemasok pada Suatu Industri	18
Tabel 2.4 Sumber Penentu Kekuatan Pembeli pada Suatu Industri	18
Tabel 2.5 Sumber Penentu Persaingan pada Suatu Industri	19
Tabel 2.6 Kategori <i>Tangible Interrelationship</i>	27
Tabel 3.1 Daftar Narasumber	33
Tabel 3.2 Formulir Penilaian Sumber Hambatan Masuk pada Suatu Industri	34
Tabel 3.3 Formulir Penilaian Sumber Penentu Ancaman Substitusi pada Suatu Industri	35
Tabel 3.4 Formulir Penilaian Sumber Penentu Kekuatan Pemasok pada Suatu Industri	36
Tabel 3.5 Formulir Penilaian Sumber Penentu Kekuatan Pembeli pada Suatu Industri	37
Tabel 3.6 Formulir Penilaian Sumber Penentu Persaingan pada Suatu Industri	39
Tabel 3.7 Formulir Penilaian Hubungan Antar Rantai Nilai Kedua Bisnis	43
Tabel 4.1 Tabulasi Kuesioner Sumber Penentu Kekuatan Industri Interior	53
Tabel 4.2 Tabulasi Penilaian Hambatan Masuk Industri	56
Tabel 4.3 Tabulasi Penilaian Ancaman Produk Substitusi	57
Tabel 4.4 Tabulasi Penilaian Kekuatan Pemasok	58
Tabel 4.5 Tabulasi Penilaian Kekuatan Pembeli	59
Tabel 4.6 Tabulasi Penilaian Persaingan	61
Tabel 4.7 Potensi Omzet Bisnis Interior (dalam Miliar Rupiah)	63
Tabel 4.8 Rincian Biaya Operasional Bisnis Pintu	64
Tabel 4.9 Perkiraan Arus Kas Bisnis Pintu pada Kondisi Optimis (dalam Miliar Rupiah)	65
Tabel 4.10 Perkiraan Arus Kas Bisnis Pintu pada Kondisi Moderat (dalam Miliar Rupiah)	66
Tabel 4.11 Perkiraan Arus Kas Bisnis Pintu pada Kondisi Pesimis (dalam Miliar Rupiah)	66



Tabel 4.12 Tabulasi Penilaian Keterkaitan Antara Bisnis Pintu Dengan Bisnis Interior.....	81
Tabel 4.13 Perhitungan Potensi Penghematan Akibat Sinergi (dalam Juta Rupiah)	86
Tabel 4.14 Tabulasi Penilaian Analisis QSPM	87

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Alternatif Product-Market Strategies	7
Gambar 2.2 Kerangka Porter's Five Forces Analysis	16
Gambar 2.3 Rantai Nilai Perusahaan	23
Gambar 2.4 Ilustrasi <i>Interrelationship</i> antar Rantai Nilai	26
Gambar 2.5 Tahapan Kerangka Analitis Perumusan Strategi	29
Gambar 2.6 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Suseta Daiken Indonesia	48
Gambar 4.1 Laju Pertumbuhan PDB Triwulan I-2017 s.d Triwulan III-2018.....	62
Gambar 4.2 Rantai Nilai Bisnis Pintu	67
Gambar 4.3 Proses Penanganan Bahan Baku dan Proses Retur	68
Gambar 4.4 Proses Order	70
Gambar 4.5 Rantai Nilai Bisnis Interior	75
Gambar 4.6 Ilustrasi <i>Strategic Fit</i> pada Rantai Nilai Bisnis Pintu dan Interior PT Suseta Daiken Indonesia	80



Daftar Lampiran

Transkrip Wawancara 1	89
Transkrip Wawancara 2	92
Transkrip Wawancara 3	98
Kuesioner Sumber Penentu Kekuatan pada Industri Interior	101
Kuesioner Keterkaitan Antar Bisnis.....	103
Kuesioner QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).....	106