

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Lingkup Penelitian	8
1.7. Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Manajemen Strategi.....	10
2.2. Penurunan Industri	11

	2.3. <i>Industry Life Cycle</i>	15
	2.4. Penentuan Posisi Bisnis.....	18
	2.5. Penentuan Program Strategi Perusahaan.....	20
	2.6. Kajian Penelitian Terdahulu	22
	2.7. Kerangka Penelitian	23
BAB III	METODA PENELITIAN	
	3.1. Desain Penelitian.....	24
	3.2. Metode Pengumpulan Data	24
	3.3. Metode Analisis Data	26
	3.4. Profil Perusahaan.....	27
	3.4.1. Sejarah Perusahaan	27
	3.4.2. Visi, Misi, dan Filosofi Perusahaan.....	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Percepatan Penurunan	31
	4.2. Penentuan Posisi Perusahaan	34
	4.2.1. Kondisi Industri	34
	4.2.2. Pembahasan Kondisi Industri	48
	4.2.3. Kondisi Internal Perusahaan	50
	4.3. Hasil Penentuan Program Strategi Perusahaan	57
BAB V	SIMPULAN	
	5.1. Simpulan.....	68
	5.2. Implikasi.....	69
	5.3. Keterbatasan Penelitian	69

5.4. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Guideline of Matrix Stage of Industry Maturity</i>	17
Tabel 2.2	Kondisi Posisi Kompetitif Berdasarkan <i>Market Share Thrust</i>	19
Tabel 2.3	Kondisi Posisi Kompetitif Berdasarkan <i>Investment Requirement</i>	19
Tabel 2.4	Kondisi Posisi Kompetitif Berdasarkan <i>Profitability and Cashflow</i>	20
Tabel 2.5	<i>The Life-Cycle Portfolio Matrix</i>	21
Tabel 2.6	Pilihan Program Strategi	22
Tabel 3.1	Sumber Informan.....	25
Tabel 3.2	Data Sekunder yang Dibutuhkan.....	26
Tabel 4.1	Hasil Analisis <i>Industry Life Cycle Matrix</i>	48
Tabel 4.2	Posisi Strategis Perusahaan Berdasarkan <i>Market Share Thrust</i>	50
Tabel 4.3	Posisi Strategis Perusahaan Berdasarkan <i>Investment Requirements</i>	52
Tabel 4.4	Posisi Strategis Perusahaan Berdasarkan <i>Profitability and Cashflow</i>	54
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>The Life-Cycle Portfolio Matrix</i>	57
Tabel 4.6	Pilihan Program Strategi Berdasarkan Hasil dari <i>The Life Cycle Portfolio Matrix</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penjualan Ritel Semester I (2016-2017).....	3
Gambar 1.2	Kinerja PT Matahari Department Store Tbk. Tahun 2012- 2018	5
Gambar 2.1	<i>Industry Life Cycle Matrix</i>	16
Gambar 4.1	Pertumbuhan Penjualan Ritel Tahun 2012-2018.....	31
Gambar 4.2	Pertumbuhan Penjualan Ritel Perbulan Tahun 2012-2018	32
Gambar 4.3	Pertumbuhan <i>Gross Sale</i> PT Matahari Department Store Tbk.	36
Gambar 4.4	Laju Pertumbuhan Tahunan Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor Tahun 2011-2018	36
Gambar 4.5	Jumlah Pelaku Usaha Perdagangan Besar dan Eceran Tahun 2006-2016.....	41
Gambar 4.6	<i>Net Income</i> PT Matahari Department Store Tbk. Tahun 2011- 2018 (Jutaan Rupiah).....	53
Gambar 4.7	Kontribusi Lima Merek <i>Private Label</i> Eksklusif Terhadap Penjualan Kuartal 2 Tahun 2017	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Hasil Wawancara mengenai Kondisi Industri Ritel	72
Lampiran 2.	Hasil Wawancara mengenai Strategi Perusahaan dan Keadaan Perusahaan	81
Lampiran 3.	Hasil Wawancara mengenai Kondisi Internal Perusahaan	83
Lampiran 4.	Hasil Wawancara Mengenai Kondisi Internal Perusahaan	85
Lampiran 5.	Hasil Wawancara Mengenai Strategi Perusahaan dan Kondisi Perusahaan	87