

DAFTAR ISI

LEMBAR 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
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Lingkup Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Konsep Strategi.....	13

2.2 Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.2.1 Analisis Lingkungan Industri	16
2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	24
2.4 Kerangka Penelitian	28
BAB III.....	30
METODA PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Metoda Pengumpulan Data.....	30
3.2.1 Jenis Data	31
3.2.2 Sumber Data.....	31
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.4 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data	35
3.3 Instrumen Penelitian.....	36
3.4 Metoda Analisis Data	36
3.4.1 Analisis Strategi Perusahaan	37
3.4.2 Analisis Lingkungan Industri	37
3.4.3 Analisis SWOT.....	38
3.5 Profil Perusahaan	39
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Analisis Strategi Perusahaan.....	46
4.2. Analisis Lingkungan Industri.....	47

4.2.1 Ancaman Pendatang baru (<i>Threat of New Entrants</i>).....	47
4.2.2 Persaingan antar Kompetitor (<i>Rivalry Among Existing Firms</i>)	52
4.2.3 Kekuatan Tawar Menawar dari Pembeli (<i>Bargaining Powers of Buyers</i>).....	55
4.2.4 Kekuatan Tawar Menawar dari Pemasok (<i>Bargaining Powers of Suppliers</i>).....	58
4.2.5 Ancaman Produk Pengganti (<i>Threat of Substitutes</i>)	59
4.3 Analisis SWOT	61
4.3.1 Kekuatan (<i>Strength</i>).....	61
4.3.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	65
4.3.3 Peluang (<i>Opportunity</i>)	68
4.3.4 Ancaman (<i>Threat</i>)	74
BAB V.....	79
SIMPULAN.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Implikasi	81
5.3 Keterbatasan.....	83
5.4 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	88