

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
 BAB II LANDASAN TEORI	 9
2.1. Konsep Strategi	9
2.1.1. Pengertian Manajemen Strategis	10
2.1.2. Fase Manajemen Strategis	13
2.1.3. Manfaat Manajemen Strategis	15
2.1.4. Level manajemen strategi (Korporat, bisnis, fungsional, operasional)	17
2.2. Analisis Lingkungan Perusahaan	21
2.2.1. Analisis Lingkungan Internal	22

2.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal	24
2.3. Model Lima Kekuatan Porter	28
2.4. Analisis Matriks SWOT	38
2.5. Konsep Strategi Generik	40
2.5.1. Pengertian Strategi Generik	40
2.5.2. Tujuan Strategi Generik	42
2.5.3. Tipe Strategi Bersaing Generik	43
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	
3.1. Jenis Penelitian	51
3.2. Desain penelitian	51
3.3. Metode Pengumpulan data	51
3.4. Instrumen penelitian	52
3.5. Metode Analisis Data	52
3.5.1. Analisis Lima Kekuatan Porter	53
3.5.2. Analisis Matriks SWOT	58
3.5.3. Analisis Strategi Generik	62
3.6. Profil PT. Borindo Rekatama	65
3.6.1. Struktur Organisasi PT. Borindo Rekatama	68
 BAB IV EVALUASI STRATEGI PERUSAHAAN	74
4.1. Evaluasi Penerapan Strategi Bersaing	74
4.1.1. Lingkungan eksternal makro	82
4.2. Analisis SWOT	88
4.2.1. Kekuatan	88
4.2.2. Kelemahan	89
4.2.3. Peluang	89
4.2.4. Ancaman	90
4.3. Rumusan Strategi Generik	93

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	97
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Rekomendasi	99
5.2.1. Rekomendasi manajerial	99
5.2.2. Rekomendasi penelitian berikutnya	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persyaratan untuk strategi bersaing generik	49
Tabel 3.1. Perhitungan Angket Penelitian	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Struktur ekonomi kalimantan timur menurut lapangan usaha tahun 2013 (persen)	1
Gambar 2.1. Elemen dasar proses manajemen strategis	11
Gambar 2.2. Proses Manajemen Strategi	13
Gambar 2.3. Hirarki Strategi	17
Gambar 2.4. Strategi Direksi Korporat	19
Gambar 2.5. Komponen-komponen makro perusahaan	25
Gambar 2.6. Model lima kekuatan kompetisi : sebuah kunci alat analisa	30
Gambar 2.7. Tiga tahap dalam menganalisis SWOT : identifikasi, membuat kesimpulan, menerjemahkan langkah strategis	40
Gambar 3.1. Matriks SWOT	60
Gambar 3.2. Strategi bersaing generik Porter	64
Gambar 3.3. Hubungan PT. Borindo Rekatama dengan pelanggan	67
Gambar 3.4. Struktur organisasi PT. Borindo Rekatama	68
Gambar 4.1. Variabel-variable lingkungan	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip wawancara direktur	103
Lampiran 2. Kuesioner lima kekuatan Porter	109
Lampiran 3. Ancaman terhadap pendatang baru	113
Lampiran 4. Ancaman terhadap produk pengganti	114
Lampiran 5. Ancaman terhadap daya tawar pembeli	115
Lampiran 6. Ancaman terhadap daya tawar pemasok	116
Lampiran 7. Ancaman terhadap persaingan di antara pemain yang sudah ada (di dalam industri)	117