

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
Intisari	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Belanja Modal (<i>Capital Expenditure</i>)	11
2.2 Pengeluaran Operasional (<i>Operating Expense</i>)	12

2.3 Definisi Strategi	13
2.4 <i>Five Forces Model of Competition</i>	15
2.4.1 Persaingan Antarperusahaan dalam Industri	16
2.4.2 Daya Tawar Pembeli	16
2.4.3 Daya Tawar Pemasok.....	16
2.4.4 Produk Substitusi	17
2.4.5 Ancaman dari Pendatang Baru.....	17
2.5. <i>Framework</i> Formulasi Strategi Komprehensif	17
2.5.1 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	18
2.5.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	20
2.5.3 Matriks <i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats</i>	21
2.5.4 <i>Quantitative Strategic Planning Method</i> (QSPM).....	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.2. Metode Analisis	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Kondisi Perusahaan	30
4.2 Analisis	32
4.2.1 Analisis Pembatasan Belanja Modal (<i>Capital Expenditure</i>) ..	32
4.2.2 Analisis Pembatasan Pengeluaran Operasional	36
4.2.3 Analisis PESTEL	39
4.2.4 <i>Five Forces Model of Competition</i>	43
4.2.5 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	44



4.2.6 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	48
4.2.7 Analisis SWOT	53
4.2.8 <i>Quantitative Strategic Planning Method</i> (QSPM).....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Keterbatasan.....	62
5.3 Implikasi	62
5.4 Saran.....	63
Daftar Pustaka	64
Lampiran	66