

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	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	
2.1 Keputusan Membuat dan Membeli	9

2.1.1	Tingkat dimana Kebutuhan Membuat atau Membeli Butuh untuk di Pertimbangkan	11
2.1.2	Faktor-Faktor Relevan Membuat atau Membeli	12
2.2	<i>Outsourcing</i>	13
2.2.1	Pengertian <i>Outsourcing</i>	13
2.2.2	Alasan Melakukan <i>Outsourcing</i>	13
2.2.3	Resiko Dalam <i>Outsourcing</i>	14
2.2.4	Keuntungan dan Kerugian dari <i>Outsourcing</i>	15
2.3	Keunggulan Bersaing	17
2.3.1	Keunggulan Biaya	17
2.3.2	Keunggulan Diferensiasi	18
2.4	<i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	19
2.5	<i>Five Forces of Porter</i>	19
2.5.1	Ancaman Pendatang Baru	21
2.5.2	Ancaman dari Produk Pengganti	22
2.5.3	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	22
2.5.4	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	23
2.5.5	Persaingan antara Pesaing yang Ada	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Lokasi Penelitian	24
3.3	Jenis dan Sumber Data	24

3.4	Prosedur Pengumpulan Data	25
3.5	Metode Analisa Data	26
3.6	Objek Penelitian	26
3.6.1	Gambaran Umum PT Pos Logistik Indonesia	26
3.6.2	Visi dan Misi Perusahaan	28
3.6.3	Tiga Pilar Layanan	30
3.6.4	Struktur Organisasi	31
3.7	Kerangka Penelitian	32
3.8	Metode dan Alat Analisis Data	33
3.8.1	Analisa Lingkungan Eksternal	33
3.8.1.1	<i>Five Forces of Porter</i>	34
3.8.2	Analisa Lingkungan Internal	36
3.8.2.1	Analisa Sumber Daya Strategik	37
3.8.2.1.1	Sumber Daya Keuangan atau Finansial	37
3.8.2.1.2	Aset Organisasi dan Sumber Daya Manusia ...	38
3.8.2.2	Analisa Kapabilitas	38
3.8.2.3	Kompetensi Inti	39
3.8.3	Analisa Posisi Strategi Perusahaan	39
3.8.4	<i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Proses Keputusan Membuat atau Membeli Pos Logistics	42
4.1.1	Proses Seleksi dan Perencanaan Rute	42

4.1.2	Proses Operasi (<i>Indoor Process</i>) disetiap Hub Udara <i>Origin</i>	43
4.1.3	Proses Distribusi Kiriman melalui Maskapai Penerbangan	43
4.1.4	Proses Pengecekan, <i>Reporting</i> dan Evaluasi	44
4.2	Evaluasi Keputusan Membuat atau Membeli	47
4.3	Analisa Lingkungan Eksternal	51
4.3.1	Analisa Kekuatan Bersaing Lingkungan Industri	52
4.3.1.1	Ancaman Pendatang Baru	53
4.3.1.2	Ancaman dari Produk Pengganti	54
4.3.1.3	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	55
4.3.1.4	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	56
4.3.1.5	Persaingan antara Pesaing yang ada	58
4.3.2	Matrik EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	60
4.4	Analisa Lingkungan Internal Perusahaan	62
4.4.1	Kinerja Keuangan Perusahaan	62
4.4.2	Sumber Daya Internal	64
4.4.2.1	Fasilitas atau Sarana Kerja	64
4.4.2.2	Karyawan	66
4.4.2.3	Teknologi Informasi	67
4.4.3	Kapabilitas	69
4.4.4	Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	70
4.5	<i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	72
4.5.1	<i>Business Strategy</i>	72
4.5.2	<i>Product Supply Chain Risk</i>	72

4.5.3	<i>Economic Factors</i>	73	
4.6	Analisa Posisi Strategi Perusahaan	75	
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN			
5.1	Kesimpulan	77	
5.2	Saran	78	
 DAFTAR PUSTAKA			80
 LAMPIRAN			82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sifat Kompetitif pada Industri Layanan Kargo Udara	59
Tabel 4.2 Matrik EFE Perusahaan	61
Tabel 4.3 Kinerja Pencapaian Target RKA 2014	62
Tabel 4.4 Ikhtisar Keuangan 2012 - 2014	64
Tabel 4.5 Matrik IFE Perusahaan	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Kekuatan Kompetitif yang Menentukan Profitabilitas Industri ..	20
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Pos Logistik Indonesia	31
Gambar 3.2 Kerangka Penelitian	32
Gambar 3.3 <i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	41
Gambar 4.1 <i>Decision Tree</i>	46
Gambar 4.2 <i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i> pada Layanan Primer Udara	74
Gambar 4.3 Matrik Posisi Strategi Perusahaan	76