

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.7. Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Pengertian Strategi dan <i>E-purchasing</i>	12
2.1.1. Pengertian Strategi.....	13
2.1.2. Pengertian <i>e-Purchasing</i>	19

2.2. Strategi Bersaing	15
2.3. Analisa Sumberdaya dan Posisi Bersaing.....	17
2.3.1. SWOT dan TOWS Model.....	18
2.3.2. Analisa Strategi perusahaan berdasar VRIO (Value Rare Imitable Organizing)	31
2.3.3. Analisa Lain Menggunakan Five Force menggunakan Five Force Model.....	34
2.4. Tingkatan strategi.....	37
2.5. Peraturan yang Melandasi Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah.....	39
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL OBJEK PENELITIAN	48
3.1. Metode Penelitian.....	48
3.1.1 Sumber Data	48
3.1.2 Metode Analisa	50
3.2. Profil Objek Penelitian	50
3.2.1. Profile Holding.....	57
3.2.2. Lembaga kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah (LKPP)	56
BAB IV ANALISA PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1. SWOT DAN TOWS.....	64
4.1.1. <i>CRITICAL VALUE OF SWOT</i>	64
4.1.2. <i>CRITICAL VALUE OF TOWS</i>	74
4.2. <i>Critical Value of Rareness Immitability dan Organization (VRIO)</i>	83
4.3. Alternatif Strategi Berdasarkan <i>Five Forces</i>	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. SIMPULAN	93

5.2. SARAN.....	94
DAFTAR PUSTAKAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Table 2.1 Variabel dan Dimensi Faktor Internal <i>SWOT</i> atau <i>TOWS</i>	22
Tabel 2 : Tabel 2.2 Variabel dan Dimensi Faktor Eksternal <i>SWOT</i> atau <i>TOWS</i>	26
Tabel 3 : Tabel 2.3 <i>VRIO-Framework</i> (Barney, 2007).....	32
Tabel 4 : Tabel 2.4 Empat macam tipe <i>e-katalogue</i>	43
Tabel 5 : Tabel 3.1 Status transaksi <i>e-purchasing</i>	60
Tabel 6 : Tabel 4.1 komoditas barang / jasa pada <i>e-katalogue</i>	76
Tabel 7 : Tabel 4.2 Matrik <i>TOWS</i> perusahaan CV. Tunas Abadi	82
Tabel 8 : Tabel 4.3 Matrik <i>VRIO</i> Perusahaan CV. Tunas Abadi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Gambar 2.1 <i>five force</i> model.....	36
Gambar 2 : Gambar 2.2 bagan organisasi bagan organisasi Tunas Abadi <i>Group</i>	38
Gambar 3 : Gambar 2.3 Alur proses e-katalogue type 1.....	42
Gambar 4 : Gambar 2.4 Proses Bisnis <i>E-purchasing</i>	44
Gambar 5 : Gambar 2.5 Alur Proses <i>E-purchasing</i>	47
Gambar 6 : Gambar 3.1 Bagan Struktur Kordinasi holding dan <i>Group</i>	53
Gambar 7 : Gambar 3.2 Struktur Organisasi Fungsional.....	54
Gambar 8 : Gambar 3.3 Jalur Rangkaian Distribusi Barang	56
Gambar 9 : Gambar 3.4 Tren Belanja Pengadaan Tahun 2013 – 2014	57
Gambar 10 : Gambar 3.5 Pengumuman RUP tahun 2014 Berdasarkan Metode Pemilihan Penyedia	58
Gambar 11 : Gambar 3.6 Perkembangan Komoditas <i>E-katalogue</i>	60
Gambar 12 : Gambar 3.7 Perkembangan Penyedia Berkontrak Payung di <i>e-catalogue</i> .	61
Gambar 13 : Gambar 4.1 Jalur Rangkaian Distribusi Barang	71

DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN INTERVIEW DENGAN NARASUMBER.....	100
--	-----