

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	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Keputusan Membuat dan Membeli	8

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	Keunggulan Bersaing	12
2.2.1	Keunggulan Biaya	13
2.2.2	Keunggulan Diferensiasi	13
2.3	<i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	14
2.4	Analisis Posisi Strategis Perusahaan	14
2.5	<i>Five Forces of Porter</i>	15
2.5.1	Ancaman Pendatang Baru	16
2.5.2	Ancaman dari Produk Pengganti	17
2.5.3	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	17
2.5.4	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	18
2.5.5	Persaingan antara Pesaing yang Ada	18
2.6	<i>External Factor Analysis</i>	19
2.6.1	Faktor Politik dan Hukum.....	19
2.6.2	Faktor Ekonomi	19
2.6.3	Faktor Sosial dan Budaya	20
2.6.4	Faktor Teknologi	20
2.7	<i>Internal Factor Analysis</i>	20
2.7.1	Faktor Pemasaran.....	21
2.7.2	Faktor Keuangan / Akuntansi	21
2.7.3	Faktor Produksi Teknik.....	22

2.7.4	Faktor SDM	22
-------	------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Kerangka Penelitian	23
3.2	Jenis Penelitian	24
3.3	<i>Unit of Analysis</i>	24
3.4	Jenis dan Sumber Data	25
3.5	Prosedur Pengumpulan Data	25
3.6	Metode Analisis Data.....	26
3.7	Objek Penelitian	26
3.7.1	Gambaran Umum PT Reasuransi Indonesia Utama (Persero)	26
3.7.2	Visi dan Misi Perusahaan	27
3.7.3	Struktur Organisasi	29
3.8	Metode dan Alat Analisis Data	29
3.8.1	Analisa Lingkungan Eksternal	29
3.8.1.1	<i>Five Forces of Porter</i>	30
3.8.2	Analisa Lingkungan Internal	32
3.8.2.1	Analisa Sumber Daya Strategik	33
3.8.2.1.1	Sumber Daya Keuangan atau Finansial	33
3.8.2.1.2	Aset Organisasi dan Sumber Daya Manusia	33
3.8.2.2	Analisa Kapabilitas	34
3.8.2.3	Kompetensi Inti	34
3.8.3	Analisa Posisi Strategi Perusahaan	35

3.8.4	<i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	35
-------	--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Evaluasi Keputusan Membuat atau Membeli	37
4.2	Analisa Lingkungan Eksternal	39
4.2.1	Analisa Kekuatan Bersaing Lingkungan Industri	40
4.2.1.1	Ancaman Pendatang Baru	40
4.2.1.2	Ancaman dari Produk Pengganti	41
4.2.1.3	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	42
4.2.1.4	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	43
4.2.1.5	Persaingan antara Pesaing yang ada	45
4.2.2	Matrik EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	47
4.3	Analisa Lingkungan Internal Perusahaan	49
4.3.1	Kinerja Keuangan Perusahaan	49
4.3.2	Sumber Daya Internal	50
4.3.2.1	Karyawan	50
4.3.2.2	Teknologi Informasi	53
4.3.3	Kapabilitas	55
4.3.4	Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	56
4.4	<i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	58
4.4.1	<i>Business Strategy</i>	58
4.4.2	<i>Product Supply Chain Risk</i>	58
4.4.3	<i>Economic Factors</i>	59

4.5	Analisa Posisi Strategi Perusahaan	61
4.6	Perumusan Analisa	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	65
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	66

DAFTAR PUSTAKA	67
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	
----------------------	--

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sifat Kompetitif pada Industri Layanan Survey Risiko	45
Tabel 4.2 Matrik EFE Perusahaan	47
Tabel 4.3 Rasio Keuangan	49
Tabel 4.4 Komposisi Jumlah Karyawan	50
Tabel 4.5 Daftar Tenaga Ahli Perusahaan	51
Tabel 4.6 Neraca Pembayaran Asuransi/Reasuransi	54
Tabel 4.7 Matrik IFE Perusahaan	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Kekuatan Kompetitif yang Menentukan Profitabilitas Industri ..	15
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	22
Gambar 3.2 <i>Decision Tree</i>	28
Gambar 3.2 <i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i>	35
Gambar 4.2 <i>Weighing the Make-vs-Buy Decision</i> pada Layanan Survey Risiko	59
Gambar 4.3 Matrik Posisi Strategi Perusahaan	61