

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| ABSTRAK..... | xii |
| ABSTRACT..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.6 Lingkup Penelitian | 9 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 12 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 12 |
| 2.1.1 Strategi..... | 12 |
| 2.1.2 Strategi Bersaing..... | 14 |
| 2.1.3 Analisis Lingkungan Eksternal..... | 19 |
| 2.1.3.1 Analisis Lingkungan Makro | 20 |
| 2.1.3.2 Analisis Lingkungan Industri..... | 22 |
| 2.1.4 Analisis Lingkungan Internal | 26 |
| 2.1.5 Analisis SWOT..... | 29 |



| | |
|--|-----------|
| 2.1.6 Logistik | 30 |
| 2.2 Kerangka Penelitian | 35 |
| BAB III METODA PENELITIAN | 36 |
| 3.1 Desain Penelitian | 36 |
| 3.2 Metoda Pengumpulan Data | 36 |
| 3.2.1 Sumber Data | 37 |
| 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.2.3 Waktu Pelaksanaan | 40 |
| 3.2.4 Informasi mengenai Informan | 41 |
| 3.3 Metode Analisa Data | 42 |
| 3.3.1 Analisis Faktor Eksternal | 43 |
| 3.3.2 Analisis Faktor Internal | 43 |
| 3.3.3 Analisis SWOT | 43 |
| 3.3.4 Formulasi strategi dan rekomendasi | 44 |
| 3.4 Profil Kasus | 44 |
| 3.4.1 Sejarah Perusahaan | 44 |
| 3.4.2 Visi & Misi Perusahaan | 49 |
| 3.4.2.1 Visi | 49 |
| 3.4.2.2 Misi | 49 |
| 3.4.3 Struktur Organisasi | 49 |
| 3.4.4 Makna dari logo perusahaan | 50 |
| 3.4.5 Bidang Usaha Perusahaan | 52 |
| 3.4.6 Penghargaan Perusahaan | 55 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 57 |
| 4.1 Analisis Lingkungan Eksternal | 57 |
| 4.1.1 Analisis Lingkungan Makro | 57 |
| 4.1.1.1 Analisis Faktor Ekonomi | 57 |
| 4.1.1.2 Analisis Faktor Teknologi | 61 |
| 4.1.1.3 Analisis Faktor Hukum dan Regulasi | 64 |
| 4.1.2 Analisis Lingkungan Industri | 69 |
| 4.1.2.1 Potensi Masuknya Pesaing Baru | 69 |



| | |
|--|-----|
| 4.1.2.2 Daya Tawar Pemasok | 73 |
| 4.1.2.3 Daya Tawar Konsumen..... | 74 |
| 4.1.2.4 Potensi Pengembangan Produk Pengganti | 75 |
| 4.1.2.5 Persaingan Antarperusahaan Sejenis | 75 |
| 4.2 Analisis Faktor Internal | 81 |
| 4.2.1 Analisis Sumber Daya (<i>Resources</i>) | 81 |
| 4.2.1.1 Sumber Daya Manusia | 81 |
| 4.2.1.2 Aset Fisik | 85 |
| 4.2.1.3 Intangible Assets (Aset yang tidak tampak) | 87 |
| 4.2.2 Kapabilitas Fungsional | 87 |
| 4.2.2.1 Aspek Pemasaran | 87 |
| 4.2.2.2 Aspek Keuangan | 90 |
| 4.2.2.3 Aspek Operasional | 91 |
| 4.2.2.4 Aspek Manajemen | 94 |
| 4.2.3 Kompetensi Inti | 95 |
| 4.3 Analisis SWOT | 96 |
| 4.4 Analisis Strategi Bersaing | 100 |
| 4.4.1 Strategi Keunggulan Biaya | 100 |
| 4.4.2 Strategi Diferensiasi | 102 |
| 4.4.3 Strategi Fokus | 103 |
| 4.6 Rekomendasi Strategi..... | 106 |
| BAB V SIMPULAN | 109 |
| 5.1 Simpulan..... | 109 |
| 5.2 Implikasi Praktis..... | 114 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 114 |
| 5.4 Saran..... | 115 |

DAFTAR PUSTAKA