

## DAFTAR ISI

<b>PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>INTISARI</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1   Latar Belakang .....	1
1.2   Perumusan Masalah.....	5
1.3   Tujuan Penelitian.....	7
1.4   Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1   Bagi Perusahaan .....	8
1.4.2   Bagi Peneliti.....	8
1.5   Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1   Strategy.....	10
2.2   Analisis Lingkungan Eksternal .....	12
2.2.1   Analisis Lingkungan Umum .....	13

2.2.2	<i>Competitive Force of Industry</i> .....	16
2.2.3	<i>Driving Forces</i> .....	22
2.2.4	<i>Market Position</i> .....	23
2.2.5	<i>Critical Success Factors</i> .....	24
2.3	Analisis Lingkungan Internal.....	25
2.4	<i>Value Chain</i> .....	27
2.4.1	<i>Primary Activities</i> .....	27
2.4.2	<i>Support Activities</i> .....	28
2.5	<i>RBV Theory</i> .....	29
2.6	<i>VRIO Framework</i> .....	30
2.7	<i>SWOT Analysis</i> .....	31
2.8	<i>Competitive Advantages</i> .....	33
2.9	Formulasi Strategi .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Tempat Penelitian.....	36
3.3	Data Penelitian.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5	Analisis Data .....	40
3.6	Kerangka Analisis .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	<b>45</b>



4.1	Industri Profile .....	45
4.1.1	Gambaran Umum Produk.....	45
4.1.2	Anatomi Truk .....	48
4.1.3	Truk Volvo .....	53
4.2	Company Profile .....	63
4.2.1	Introduction .....	63
4.2.2	Misi, Visi, dan Objective .....	67
4.2.3	Core Values .....	68
4.2.4	Bisnis Utama .....	69
4.2.5	Kantor Pusat dan Cabang.....	77
4.2.6	Prosedur Pemesanan dan Pengiriman Truk.....	78
4.2.7	Customer Utama .....	80
4.2.8	Struktur Organisasi.....	81
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS.....</b>	<b>84</b>
5.1	Analisis Lingkungan Eksternal .....	84
5.1.1	Analisis Lingkungan Umum .....	84
5.1.2	Analisis Lingkungan Persaingan .....	102
5.1.3	Strategy Map.....	110
5.1.4	Key Success Factors.....	113
5.2	Analisis Lingkungan Internal.....	117
5.2.1	Analisis Rantai Nilai .....	117
5.2.2	Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan .....	120

5.2.3	Analisis Sumber daya dan Kemampuan.....	143
5.2.4	Analisis <i>Competitiveness</i> perusahaan.....	148
5.2.5	Analisis <i>Core Competencies</i> Perusahaan.....	154
5.2.6	Formulasi Strategy .....	164
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>170</b>
6.1	Kesimpulan.....	170
6.2	Saran-saran.....	174
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>176</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>178</b>
•	Struktur Organisasi.....	179
•	Kantor Pusat dan Kantor Cabang Perusahaan.....	180
•	Customer Utama Perusahaan.....	181
•	Prosedur Pemesanan Parts.....	182
•	Standard Volvo International.....	183
•	Prosedur dan Harga Perbaikan Komponen.....	206
•	Kuetioner penelitian.....	220

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Produsen Truk, Produk dan Jumlah Unit di Seluruh Dunia .....	47
Tabel 4.2	Market Share Produsen Truk di Dunia .....	54
Tabel 4.3	Customer utama PT. Eka Dharma .....	80
Tabel 5.1	Kebijakan Import dan Pajak Pemerintah Indonesia .....	85
Tabel 5.2	Perkembangan Produksi Batubara Indonesia, 2000-2004.....	92
Tabel 5.3	Perkembangan Ekspor Batubara Indonesia 2002-2005 .....	93
Tabel 5.4	Komponen-komponen dan Prosentase Pencemar Udara .....	98
Tabel 5.5	Sektor dan Kelompok Usaha Yang Mendapat Insentif .....	100
Tabel 5.6	Hasil Analisis Lingkungan Persaingan Truk.....	109
Tabel 5.7	Keunggulan-keunggulan truk Volvo Menurut Customer.....	110
Tabel 5.8	Pesaing-pesaing truk Volvo .....	111
Tabel 5.9	Posisi Truk Volvo di industri truk di Kalimantan.....	112
Tabel 5.10	Analisis Resources dan Capabilities Perusahaan .....	144
Tabel 5.11	Analisis <i>Competitiveness</i> Perusahaan .....	152
Tabel 5.12	Sumber daya dan Kemampuan yang Memiliki Keunggulan.....	153
Tabel 5.13	Analisis <i>Core Competencies</i> Perusahaan .....	162
Tabel 5.14	Formulasi Strategy pada PT. Eka Drama .....	166

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Pangsa Pasar Pengguna Alat Berat dan Truk .....	2
Gambar	1.2	Grafik Perkembangan Penjualan Alat Berat dan Truk.....	4
Gambar	2.1	Tiga Wilayah Utama Strategi.....	11
Gambar	2.1	Macroenvironment .....	14
Gambar	2.3	Porters Five forces .....	17
Gambar	2.4	Value Chain.....	28
Gambar	2.5	The Position of Resource-Based Theories .....	35
Gambar	3.1	Kerangka Analisis .....	44
Gambar	4.1	Grafik Penjualan Truk Volvo dari tahun 1999-2005 .....	56
Gambar	4.2	Grafik Penjualan Truk Volvo di Kalimantan .....	57
Gambar	4.3	Prosedur Pemesanan Parts yang Konvensional.....	71
Gambar	4.4	Prosedur Pemesanan Parts dengan Sistem LPA.....	73
Gambar	4.5	Kantor Pusat dan Kantor Cabang.....	78
Gambar	4.6	Proses Pemesanan dan Pengiriman Truk .....	79
Gambar	4.7	Struktur Organisasi.....	83
Gambar	5.1	Grafik Nilai Ekspor dan Import Alat Berat.....	91
Gambar	5.2	Porters Five Forces .....	109
Gambar	5.3	Prosedur Pemesanan Parts.....	133