

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Abstraksi.....	iii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Bagan.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Perumusan Masalah.....	9
I.3. Tujuan Penelitian.....	9
I.4. Manfaat Penelitian.....	10
I.5. Metodologi Penelitian	11
I.6. Sistematika Penulisan	18
 BAB II LANDASAN TEORI	
II.1. Analisa Lingkungan Eksternal Perusahaan	19
II.2. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	27
II.3. Formulasi Strategi.....	37
 BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN	
III.1. Sejarah Perusahaan	50
III.2. Strategi Perusahaan ke depan.....	53
III.3. Struktur Organisasi Perusahaan	59
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
IV.1. Analisis Lingkungan Eksternal	70
IV.1.1. Perkembangan Ritel di Indonesia.....	70
IV.1.2. Analisis Lingkungan Bisnis Umum	73
IV.1.2.1. Lingkungan Ekonomi	73
IV.1.2.2. Lingkungan Teknologi	79
IV.1.2.3. Lingkungan Ecology	84
IV.1.2.4. Lingkungan Politik Dalam dan Luar Negeri Serta Issue Otonomi daerah.....	86
IV.1.2.5. Lingkungan Sosial	90
IV.1.2.6. Lingkungan Budaya.....	93
IV.1.2.7. Lingkungan Demografi.....	97
IV.1.2.8. Lingkungan Pemerintahan	101
IV.1.3. Analisis Lingkungan Industri	104
IV.1.4. Analisis Startegic Group.....	109

IV.2. Analisis Lingkungan Internal.....	119
IV.2.1. Analisis Strategi Marketing	119
IV.2.1.1. Analisis Strategi Marketing Mix	119
IV.2.1.2. Analisis Bauran Produk.....	120
IV.2.1.3. Analisis Bauran Harga.....	123
IV.2.1.4. Analisis Bauran Distribusi.....	125
IV.2.1.5. Analisis Bauran Promosi.....	132
IV.2.1.6. Analisis Strategi Segmentasi.....	133
IV.2.1.7. Analisis Strategi Positioning	135
IV.2.2. Analisis Manajemen Operasi.....	137
IV.2.2.1. Analisis Strategi Lokasi.....	137
IV.2.2.2. Analisis Strategi Layout	143
IV.2.2.3. Analisis Strategi sistem Manajemen Persediaan.....	145
IV.2.2.4. Analisis Strategi Rantai Pasokan.....	163
IV.2.3. Analisis Strategi Keuangan.....	172
IV.2.3.1. Analisis Rasio.....	172
IV.2.4. Analisis Strategi Value Chain	182
IV.2.4.1. Analisis Strategi Supplier Linkage dan Customer Linkage	183
IV.2.4.2. Analisis Strategi Pengembangan IT.....	186
IV.2.4.3. Analisis Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia	189
IV.2.5. Analisis Strategi Resource Based View (RBV)	191
IV.3. Perumusan Strategi.....	205
IV.3.1. EFE Matrik.....	206
IV.3.2. IFE Matrik.....	208
IV.3.3. Matrik Competitive Profile.....	210
IV.3.4. Matiks TOWS.....	214
IV.3.5. Space Matrix.....	216
IV.3.6. BCG Matix	219
IV.3.7. Matrik Internal Eksternal.....	220
IV.3.8. Matrik Grand Strategy	221
 BAB V PENUTUP	
V.1. Kesimpulan	225
V.2. Saran	228

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Ikhtisar keuangan PT Hero Supermarket Tbk	7
Tabel 2.1	Rerangka Strategi Manajemen Pperasi-produksi.....	28
Tabel 2.2	Rerangka Strategi Marketing	31
Tabel 2.5	The Strategic Role Of Organizational Resources And Organizational Capabilities.....	35
Tabel 3.1	Jumlah Ekspansi PT Hero Supermarket Tbk 2002.....	52
Tabel 3.2	Komposisi Pemegang Saham PT Hero Supermarket Tbk	55
Tabel 3.3	Pihak Dengan Hubungan Istimewa.....	55
Tabel 4.1	Pertumbuhan Ritel di Indonesia 1995 – 2000	72
Tabel 4.2	Perkembangan Asumsi Makro 2001 – 2004	73
Tabel 4.3	Upah Minimum propinsi	88
Tabel 4.4	Daftar Departement Store, Supermarket dan Pusat Perkulakan Yang Dibakar atau Dijarah.....	93
Tabel 4.5	Estimasi Jumlah dan Pertumbuhan Penduduk	97
Tabel 4.6	Distribusi dan Kepadatan Penduduk.....	98
Tabel 4.7	Struktur Penduduk Menurut Usia dan Jenis Kelamin 2002	99
Tabel 4.8	Kualitas Sumber Daya Manusia.....	100
Tabel 4.9	Indonesian Market Size Industry.....	105
Tabel 4.10	Perusahaan Ritel Skala Menengah dan Besar di Indonesia.....	106
Tabel 4.11	Hypermarket di Indonesia	106
Tabel 4.12	Perkembangan Kontribusi Pasar Terhadap Penjualan Barang Konsumsi.....	109
Tabel 1.13	Contoh Form Master List.....	147
Tabel 4.14	Contoh Form Kartu Stock	149
Tabel 4.15	Contoh Form Lembaran Aktivitas Barang	150
Tabel 4.16	Contoh Form Untuk Pperhitungan Nilai Stock Barang	151
Tabel 4.17	Contoh Form Stock Opname	153
Tabel 4.18	Contoh Form Rekap Faktur Pembelian.....	157
Tabel 4.19	Contoh Form Pembelian Barang	158
Tabel 4.20	Neraca Konsolidasi 31 Desember 2002 dan 2001	173
Tabel 4.21	Laporan laba Rugi Konsolidasi 31 desember 2002 dan 2001	174
Tabel 4.22	Posisi Keuangan Perusahaan	180
Tabel 4.23	Kinerja Keuangan Ritel Nasional (Per 31 Maret 2003)	181
Tabel 4.24	EFE Matrix PT Hero Supermarket Tbk	207
Tabel 4.25	IFE Matrix PT Hero Supermarket Tbk.....	208
Tabel 4.26.a	Matrik Competitive Profile Giant Hypermarket	210
Tabel 4.26.b	Matrik Competitive Profile Hero Supermarket	212
Tabel 4.26.c	Matrik Competitive Profile Star Mart.....	213
Tabel 4.27	Matrik TOWS PT Hero Supermarket Tbk	214
Tabel 4.28	SPACE Matrix PT Hero Supermarket Tbk	217
Tabel 4.29	BCG Matrix atas SBU PT Hero Supermarket Tbk.....	219
Tabel 4.30	(Contoh) Sales Contribution PT Hero Supermarket Tbk 1996... ..	221
Tabel 4.31	IE Matrix PT Hero Supermarket Tbk.....	221
Tabel 4.32	Matrix Grand Strategy PT Hero Supermarket Tbk.....	222
Tabel 4.33	Alternatif Strategi	222

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Market Share Industri Ritel 1999.....	5
Gambar 1.2	Persentase Jenis Item Produk Yang Dijual Sektor Ritel.....	5
Gambar 1.3	Approach To Strategy Analysis : A practical Framework.....	16
Gambar II.1.2	Konsep Competitive Strategy Michael Porter	22
Gambar II.2.5	The Strategic Role of Organizational Resources and Organizational Capabilities	35
Gambar II.3.1	Generic Strategic Michael M. Porter	39
Gambar 4.1	Struktur Industri Ritel Indonesia	110
Gambar 4.2	Strategic Group Minimarket	114
Gambar 4.3	Strategic Group Supermarket	117
Gambar 4.4	Strategic Group Hypermarket	121
Gambar 4.5	Diagram Alir Sistem Distribusi Dan Pergudangan.....	128
Gambar 4.6	Fresh Food Cibitung (receiving processing).....	129
Gambar 4.7	Fresh Food Distribution Center Cibitung, Sales Order Processing.....	130
Gambar 4.8	Fresh Food Distribution Center Cibitung, Distribution Processing.....	131
Gambar 4.9	Arus Sistem Untuk Prosedur Persediaan Barang Dagangan Gudang Sentral Secara Online	162
Gambar 4.10	Arus Sistem Untuk Prosedur Pembelian Berbasis Komputer Secara Online.....	164
Gambar 4.11	Arus Sistem Untuk Prosedur Penerimaan Berbasisi Komputer.....	165
Gambar 4.12	Flow Chart Penerimaan Barang Dagangan Dari Pembelian....	167
Gambar 4.13	Flow Chart Pengeluaran Barang Dagangan Dari Retur Pembelian.....	168
Gambar 4.14	Diagram Arus Data	169
Gambar 4.15	Arus Sistem Untuk Prosedur Hutang Secara Batch Dan Tumpuk	170
Gambar 4.16	Flow Chart Pengeluaran Barang Dagangan Untuk Dijual.....	171
Gambar 4.17	Nilai ROE 5 Tahun Terakhir.....	179



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi PT Hero Supermarket Tbk dalam persaingan di bisnis retail
SETYAWARMAN, Adityo, Drs. Agastya, MBA.,MPM
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1	Struktur Organisasi PT Hero Supermarket Tbk (Pusat)	58
Bagan 3.2	Struktur Gerai/Outlet Hero Supermarket.....	59
Bagan 4.1	Analisis SWOT PT HERO Supermarket Tbk	209
Bagan 4.2	Space Matrix PT Hero Supermarket Tbk	218



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi PT Hero Supermarket Tbk dalam persaingan di bisnis retail
SETYAWARMAN, Adityo, Drs. Agastya, MBA.,MPM
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Jaringan PT Hero Supermarket Tbk
Lampiran II	List of Foreign Retailers in Indonesia
Lampiran III	List of Supermarket and Grocery in Indonesia.....
Lampiran IV	Retail Market Analysis