

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR <i>APPENDIX</i>	xi
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Lingkup Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Konsep Manajemen Strategik.....	12
2.1.1. Proses Perencanaan Strategis	13
2.1.2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	13
2.1.3. Analisis Lingkungan Internal	16
2.1.4. Penyusunan dan Pemilihan Strategi	17
2.1.5. Aliansi Strategis (<i>Strategic Alliance</i>)	18
2.1.6. Alasan Melakukan Aliansi Strategis	19
2.1.7. Kemitraan Vertikal (<i>Vertical Partnership</i>)	21

2.1.8. Pilihan Bentuk-bentuk Aliansi Strategis	23
2.1.9. Mengelola Ketakutan (<i>fear</i>) dan Ketamakan (<i>greed</i>) dalam Aliansi	26
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Penelitian.....	31
BAB III METODA PENELITIAN	33
3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Metoda Pengumpulan Data	35
3.3. Instrumen Penelitian.....	39
3.4. Metoda Analisis Data	39
3.5. Profil Kasus	40
3.5.1. Profil Perusahaan.....	40
3.5.2. Misi dan Visi	41
3.5.3. Inisiatif Strategis Perusahaan	42
3.5.4. Tantangan Utama Inisiatif Jargas	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Deskripsi Data	46
4.2. Pembahasan	56
4.2.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	56
4.2.2. Analisis Lingkungan Internal	68
4.2.3. Analisis SWOT.....	74
4.2.4. Validasi Kebutuhan Aliansi.....	83
4.2.5. Analisis Kebutuhan Aliansi pada Rantai Nilai Jargas.....	86
4.2.6. Analisis Bentuk Aliansi Jargas	90
4.2.7. Analisis Pemetaan Aliansi.....	97
BAB V SIMPULAN	106
5.1. Simpulan.....	106
5.2. Implikasi.....	108
5.3. Keterbatasan	109
5.4. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111

APPENDIX	114
LAMPIRAN	122