

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH DIUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
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	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Mmetodologi Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Tesis	7
BAB II. Tinjauan Pustaka	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Strategi.....	10
2.3. Keunggulan Bersaing	12
2.4. Formulasi Strategi	12

2.5. Analisa Lima Kekuatan Kompetitif.....	13
2.5.1. Threat Of New Entry	13
2.5.2. Tingkat Persaingan Diantara Pesaing Yang Ada.....	16
2.5.3. Pengganti Tekanan Produk/ Subtitusi	16
2.5.4. Kekuatan Tawar Pembeli	17
2.5.5. Kekuatan Tawar Pemasok	17
2.6. Elelemen Strategi Diamond.....	17
2.6.1. Arena	18
2.6.2. Vehicles	18
2.6.3. Differentiators.....	19
2.6.4. Staging.....	19
2.6.5. Economic Logic.....	19
2.7. Evaluasi Faktor Eksternal-Internal.....	20
2.7.1. Matriks EFE (External Factor Evaluation).....	20
2.7.2. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation).....	22
2.7.3. Total Factor Strategi Internal-External (IE Matriks).....	24
BAB III. Metode Penelitian	26
3.1. Pendekatan Kualitatif	26
3.2. Penerapan Narasumber	26
3.3. Pengumpulan Data Dan Informasi	27
3.4. Tahapan Penelitian.....	29
3.4.1. Analisa Data	29
3.4.2. Uji Keabsahan Data.....	29
3.4.3 <i>Hasil Penelitian Dan Pembahasan</i>	30
3.4.4. Kerangka Alut Tahapan Penelitian.....	30

BAB IV. Gambaran Umum	32
4.1. Profil PT. Sarana Perintis Jaya.....	32
4.2. Visi-Misi PT. Sarana Perintis Jaya.....	34
BAB V. Analisa Dan Pembahasan Hasil Penelitian	37
5.1. Analisa Internal Perusahaan	37
5.1.1. Fungsi-Fungsi Manajemen	37
5.1.2. Fungsi-Fungsi Bisnis	40
5.2. Analisa External Perusahaan	43
5.2.1. Lingkungan Makro	43
5.2.2. Lingkungan Mikro (Industri).....	45
5.3. Uji Trianggulasi.....	50
5.4. Assesment of Internal Eksternal Strengths, Weakness, Opportunities and Resources	
.....	57
5.4.1. Internal Factor Evaluation	59
5.4.2. External Factor Evaluation	60
5.4.3. Internal-External Matrix	61
5.5. Strategi Diamond.....	62
5.5.1. Arena	62
5.5.1.1. Katagori Jasa	63
5.5.1.2. Segmentasi Pasar	64
5.5.1.3. Wilayah Geografis.....	65
5.5.1.4. Teknologi.....	67
5.5.1.5. Value Added Stage	69
5.5.2. Vehicles	70

5.5.3. Differentiator	74
5.5.4. Staging.....	76
5.5.5. Economic Logic.....	76
BAB VI. Simpulan Dan Saran.....	79
6.1. Kesimpulan	79
6.2. Saran.....	81
6.2.1. Implikasi Manajemen	81
6.2.2. Implikasi Teoritis.....	82
6.2.3. Saran Untuk Penelitian selanjutnya.....	84
6.3. Keterbatasan Penelitian.....	84
Daftar Pustaka	86
Lampiran.....	89