

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	1
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Teori – Teori dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Manajemen Strategi	13
2.1.2 Bisnis Model.....	15
2.1.3 SWOT Matrix	18
2.1.4 Porter’s five forces.....	19
2.1.5 <i>Resource-based view (RBV)</i>	20
2.1.6 <i>Value Chain Analysis</i>	21
2.1.7 <i>Root Cause Analysis (RCA)</i>	21
2.1.8 Transformasi Digital	22
2.1.9 Siklus dari persediaan	23
2.1.10 <i>Continuous improvement</i>	27
2.2 Penelitian terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.3 Tahapan Penelitian.....	64
3.4 Situasi Sosial	64
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	66
3.6 Keabsahan Data.....	66
3.7 Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Bisnis Model.....	69
4.1.1 <i>Customer segment</i>	70
4.1.2 <i>Value propositions</i>	71

4.1.3 <i>Channel</i>	72
4.1.4 <i>Customer relationship</i>	72
4.1.5 <i>Revenue streams</i>	72
4.1.6 <i>Key resources</i>	73
4.1.7 <i>Key activities</i>	73
4.1.8 <i>Key partnerships</i>	74
4.1.9 <i>Cost structure</i>	74
4.2 Evaluasi bisnis model	76
4.3 Analisa Lingkungan Internal	79
4.3.1 VRIO	80
4.3.2 <i>Value Chain Analysis</i> PT Z	81
4.3.3 Analisa SWOT internal	83
4.4 Internal Factor Evaluation (IFE)	86
4.5 Analisa lingkungan eksternal	87
4.5.1 PESTEL	87
4.5.2 5-forces Porter	95
4.6 External Factor Evaluation (EFE)	103
4.7 SWOT matrix	105
4.8 Seleksi dan prioritas strategi	118
4.9 Analisa Kuantitatif Strategi	130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	141