

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Telaah teori dasar	7
2.1.1 <i>Manajemen</i>	7
2.1.2 <i>Strategy</i>	18
2.1.3 Keunggulan Bersaing	20
2.1.4 Inovasi.....	21
2.1.5 <i>Challenge (Tantangan)</i>	23
2.1.6 <i>Determination of Survival (Penentu keberlangsungan bisnis)</i>	27
2.1.7 Konsep Daya Saing dan Keunggulan Kompetitif (<i>Competitive Advantage</i>).....	31
2.1.8 Analisis Lingkungan Eksternal	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	42
3.2.1 Subjek Penelitian	42
3.2.2 Obyek Penelitian.....	43
3.3 Sumber Data	43
3.3.1 Data Primer	43
3.3.2 Data Sekunder	44
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Wawancara.....	45
3.5.2 Observasi	45
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.7 Fase Pelaksanaan Penelitian.....	46
3.7.1 Fase Pra Penelitian	46
3.7.2 Fase Pelaksanaan Penelitian.....	46
3.7.3 Fase Analisis Data.....	47
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 48
4.1 Deskripsi Subyek Penelitian	48
4.2 Strategi Manajemen Chockles Dalam Menghadapi Tantangan Yang Ada maupun Yang Akan Datang Demi Mencapai Keunggulan Bersaing.....	48
4.3 Cara Manajemen Chockles Mendesain Penentu Keberhasilan Bisnis Agar Mencapai Keunggulan Bersaing.....	62
4.4 Analisis Lingkungan Eksternal	70
4.4.1 Persaingan Perusahaan Dalam Industri.....	70
4.4.2 Ancaman Pendetang Baru	72
4.4.3 Potensi Pengembangan Produk Substitusi	74
4.4.4 Kekuatan Ancaman Daya Tawar Pemasok	75
4.4.5 Kekuatan Ancaman Daya Tawar Konsumen	77

4.5	Analisis Faktor Internal.....	79
4.5.1	<i>Resourced Based View</i>	79
4.5.2	<i>Value</i>	80
4.5.3	<i>Rareness</i>	81
4.5.4	<i>Difficult to Imitate</i>	82
4.5.5	<i>Non substitutability</i>	83
4.6	<i>Value Chain</i>	84
4.6.1	<i>Primary Activity</i>	84
4.6.2	<i>Support Activity</i>	88
4.6.3	<i>Building Blocks of Competitive Advantage</i>	89
BAB V	PENUTUP.....	97
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	97
5.2	Implikasi Teoritis.....	98
5.3	Implikasi Kebijakan.....	99
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	100
5.5	Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	100
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104