

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Abstrak.....	iii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xv

Bab I Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10

Bab II Telaah Pustaka

2.1. Telaah Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen Strategis dan Keunggulan Bersaing.....	12
2.1.2. Manajemen Strategis.....	13
2.1.3. Pengamatan Lingkungan.....	16

2.1.3.a.Lingkungan Eksternal.....	16
2.1.3.b.Lingkungan Internal.....	22
2.1.4. <i>Competitiveness</i> atau Daya Saing Perusahaan.....	24
2.1.5.Strategi Perusahaan.....	26
2.2. Review Penelitian yang relevan.....	33
2.3. Kerangka Analisis.....	37

Bab III Metode Penelitian

3.1. Pendekatan Penelitian.....	39
3.2. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis.....	39
3.2.1. Narasumber Penelitian.....	41
3.2.2. Teknik Analisis Data.....	42
3.2.2.1. Analisis SWOT.....	42
3.2.2.2. IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>).....	43
3.2.2.3. EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>).....	45
3.2.2.4. SFAS (<i>Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	47
3.2.2.5. Matriks BCG.....	49
3.3. Validitas dan Realibilitas Data.....	50

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Deskripsi Unit Analisis.....	54
-----------------------------------	----

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
4.1.2. Visi, Misi, dan Tata Nilai Perusahaan.....	57
4.1.3. Struktur Grup dan Organisasi Perusahaan.....	60
4.1.4. Bisnis Proses Perumnas.....	63
4.1.5. Wilayah Usaha Perumnas.....	64
4.1.6. Produk Perumnas.....	65
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	67
4.2.1. Analisis Industri.....	67
4.2.1.1. Ancaman Pendetang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>).....	67
4.2.1.2. Persaingan diantara Perusahaan yang Ada (<i>Rivalry among existing competitors</i>).....	68
4.2.1.3. Ancaman Produk dan Jasa Pengganti (<i>Threat of substitute product or services</i>).....	69
4.2.1.4. Kekuatan Penawaran Pembeli (<i>Bargaining power of buyers</i>).....	70
4.2.1.5. Kekuatan Penawaran Pemasok (<i>Bargaining power of suppliers</i>).....	71
4.2.1.6. Kekuatan Relatif dari <i>Stakeholder</i> Lain (<i>Relative power from other stakeholder</i>).....	72
4.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal	73
4.2.2.1. <i>Sociocultural</i>	73
4.2.2.2. <i>Technological</i>	75

4.2.2.3. <i>Economic</i>	75
4.2.2.4. <i>Ecological</i>	76
4.2.2.5. <i>Political-Legal</i>	77
4.2.3. Analisis Lingkungan Internal	78
4.2.3.1. Sumber Daya Berwujud (<i>Tangible Resources</i>).....	78
4.2.3.2. Sumber Daya Tidak Berwujud (<i>Intangible Resources</i>)	80
4.2.3.3. Sumber Daya Manusia (<i>Human Resources</i>)	81
4.2.4. Analisa SWOT.....	82
4.2.4.1. <i>Strength</i> (Kekuatan) dan <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	82
4.2.4.2. <i>Opportunity</i> (Peluang) dan <i>Threat</i> (Ancaman)	86
4.2.4.3. Pembobotan faktor Internal dan faktor Eksternal	91
4.2.4.4. Formulasi Strategi.....	99

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan.....	113
5.2. Saran.....	115

DaftarPustaka	117
----------------------------	-----

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perhitungan Backlog Kepemilikan Rumah.....	3
Tabel 2.1. Analisa Lingkungan Umum/Sosial.....	17
Tabel 2.2. Matriks Review Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1. Daftar Narasumber.....	41
Tabel 3.2. Matriks IFAS	45
Tabel 3.3. Matriks EFAS	47
Tabel 3.4. Matriks SFAS	49
Tabel 4.1. Entitas struktur Group Perumnas	60
Tabel 4.2. Susunan Direksi Perumnas	61
Tabel 4.3. Faktor-faktor Internal	86
Tabel 4.4. Faktor-faktor Eksternal	90
Tabel 4.5. Rekapitulasi Pembobotan Faktor Internal.....	91
Tabel 4.6. Rekapitulasi Rating Faktor Internal.....	91
Tabel 4.7. Rekapitulasi Penilaian Faktor Internal.....	93
Tabel 4.8. Rekapitulasi Pembobotan Faktor Eksternal.....	94
Tabel 4.9. Rekapitulasi Rating Faktor Eksternal.....	94
Tabel 4.10. Rekapitulasi Penilaian Faktor Eksternal	96
Tabel 4.11. SFAS (<i>Strategic Factor Analysis Summary</i>)	97

Tabel 4.12 Data Penjualan Produk Hunian Tahun 2017 dan 2018.....	100
Tabel 4.13.Matriks SWOT.....	103
Tabel 4.14.Alternatif Strategi.....	109
Tabel 4.15.Uji Validasi.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Skema Program Satu Juta Rumah Pemerintah RI.....	2
Gambar 1.2.	Potensial Konsumen di Indonesia.....	4
Gambar 1.3.	Pertumbuhan Tahunan Indeks <i>Supply</i> Properti Komersial.....	5
Gambar 1.4.	Perbandingan Kontribusi Pencapaian Program Satu Juta Rumah Tahun 2018.....	7
Gambar 2.1.	Elemen-elemen Dasar dari Proses Manajemen Strategis.....	14
Gambar 2.2.	Model Manajemen Strategis	15
Gambar 2.3.	Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi Persaingan Industri.....	18
Gambar 2.4.	Mekanisme Rantai Nilai.....	24
Gambar 2.5.	Hirarki Strategi	26
Gambar 2.6.	Kerangka Analisis	37
Gambar 3.1.	Matriks SWOT (TOWS).....	45
Gambar 3.2.	Matriks BCG Modifikasi.....	50
Gambar 3.3.	Diagram Matriks SWOT.....	51
Gambar 4.1.	Struktur Grup Perumnas.....	60
Gambar 4.2.	Struktur Organisasi Perumnas.....	61
Gambar 4.3.	Bisnis Proses Perumnas.....	63
Gambar 4.4.	Wilayah Usaha Perumnas.....	64

Gambar 4.5. Matriks BCG Perum Perumnas.....	101
Gambar 4.6. Matriks BCG Perum Perumnas.....	102
Gambar 4.7. Diagram Analisis SWOT.....	107

LAMPIRAN

Lampiran 1.a Daftar Pertanyaan Wawancara Mengenai Kondisi Internal dan Eksternal Perum Perumnas.

Lampiran 1.b Daftar Pertanyaan Wawancara Pesaing Mengenai Kondisi Industri Properti di Indonesia.

Lampiran 2 Kuesioner Strategic Formulation menggunakan Analisis SWOT.