

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1 Manajemen Strategi.....	13
2.1.1 Tingkatan Strategi	14
2.2 Analisis Eksternal	16
2.2.1 Analisis Key External Forces	16
2.2.1 Analisis Industri	18
2.3 Analisis Internal.....	20
2.3.1 Analisis Rantai Nilai.....	21
2.4 Inovasi.....	24
2.4.1 Inovasi <i>Incremental</i>	26
2.4.2 Inovasi Radikal	27
2.5 Strategi Samudra Biru	28
2.5.1 <i>Value Innovation</i>	29
2.5.2 Kerangka Kerja dan Perangkat Analisis Strategi Samudra Biru.....	31
2.5.2.1 As Is Strategy Canvas	31
2.5.2.1 Buyer Utility Map	32
2.5.2.3 Three Tiers of Noncustomers.....	34
2.5.2.4 Six Paths Framework.....	36

2.5.2.5	The Four Actions Framework.....	39
2.5.2.6	The Eliminate-Reduce-Raise-Create Grid	41
2.6	Kerangka Analisis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1.	Jenis Penelitian, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	46
3.2.	Menentukan Narasumber Penelitian.....	49
3.3.	Metode Analisis Data	49
3.3.1	Wawancara.....	49
3.3.2	Studi Dokumen.....	50
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN		52
BAB V ANALISIS		55
5.1	Analisis Eksternal.....	55
5.1.1	Analisis Key External Forces	55
5.1.1.1	Economic forces.....	55
5.1.1.2	Social, cultural, demographic, and natural environment forces.....	56
5.1.1.3	Political, legal, and government forces	57
5.1.1.4	Technological forces	58
5.1.1.5	Competitive forces	60
5.1.2	Analisis Industri.....	62
5.2	Analisis Internal.....	69
5.2.1	Analisis Rantai Nilai.....	69
5.3	Strategy Canvas As-Is	78
5.4	Three Tiers of Noncustomers	96
5.5	Buyer Utility Map.....	98
5.6	Six Paths Framework	102
1.7	Four Actions Framework.....	103
5.8	Strategy Canvas To-Be.....	106
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		124
6.1	Kesimpulan.....	124
6.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA.....		ix
LAMPIRAN		xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 1.0.1 Logistik Indonesia Periode 2013 - 2017	3
Tabel 2.0.1 Perbedaan Samudra Merah dan Samudra Biru	28
Tabel 3.0.1 Sumber Data Penelitian	47
Tabel 3.0.2 Metode Pengumpulan Data	48
Tabel 3.0.3 Proses Analisis Studi Dokumen	50
Tabel 4.0.1 Layanan dan Produk SBU Express	53
Tabel 4.0.2 Produk SBU Express	54
Tabel 5.0.1 Peluang dan Ancaman	61
Tabel 5.0.2 Analisis Industri	69
Tabel 5.0.3 Aktivitas Primer Dari Rantai Nilai	69
Tabel 5.0.4 Aktivitas Pendukung Dalam Rantai Nilai	75
Tabel 5.0.5 Kekuatan dan Kelemahan	77
Tabel 5.0.6 Competing factors dan Penawaran SBU Express, CEP Konvensional, dan CEP Start Up	84
Tabel 5.0.7 Three Tiers of Noncustomers	94
Tabel 5.0.8 Buyer Utility Map	96
Tabel 5.0.9 Six Paths Framework	100
Tabel 5.0.10 Four Actions Framework	101
Tabel 5.0.11 Contoh Pilihan Jenis Layanan Pada CEP	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Analisis Rantai Nilai	22
Gambar 2 Karakteristik Inovasi Incremental vs Inovasi Radikal	26
Gambar 3 Value Innovation	30
Gambar 4 Strategy Canvas	32
Gambar 5 Buyer Utility Map.....	33
Gambar 6 Analisis Three Tier of Noncustomers	34
Gambar 7 The Four Action Framework.....	40
Gambar 8 The ERRC Grid	42
Gambar 9 Kerangka Analisis	42
Gambar 10 Definisi CEP	63
Gambar 11 As Is Strategy Canvas SBU Express	90
Gambar 12 Contoh perbandingan harga CEP startup dan konvensional pengiriman Jakarta - Jakarta.....	91
Gambar 13 Contoh perbandingan harga CEP startup dan konvensional pengiriman Bandung – Jakarta	91
Gambar 14 Contoh sistem pembayaran pada aplikasi CEP startup	92
Gambar 15 Contoh perbandingan trace and tracking	93
Gambar 16 To-be Strategy Canvas SBU Express Untuk B2C dan C2C	107
Gambar 17 Contoh Trace and Tracking yang Muncul Pada Pencarian Google	110
Gambar 18 To-be Strategy Canvas SBU Express Untuk B2B.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

xiv