

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II: KAJIAN TEORI	9
2.1 Evaluasi Kinerja	9
2.1.1 Evaluasi Visi dan Misi	9
2.1.2 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	9
2.2 Analisis Eksternal	11
2.2.1 PESTEL.....	11
2.2.2 <i>Porter's 5 Forces Model</i>	12
2.2.3 <i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	13
2.3 Analisis Internal.....	14
2.3.1 Analisis Fungsional.....	14
2.3.2 <i>Value Chain Analysis</i>	15
2.3.3 <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	16
2.4 Analisis Kompetitor.....	17
2.4.1 <i>Key Success Factor (KSF)</i>	17
2.4.2 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	17
2.5 Identifikasi Alternatif Strategi.....	17
2.5.1 <i>Internal - External (IE) Matrix</i>	18
2.5.2 <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i>	19
2.5.3 <i>Ansoff growth strategies</i>	20
2.5.4 <i>TOWS Matrix</i>	21
2.6 Pemilihan Strategi.....	22
2.7 Kerangka Analisis.....	24
BAB III: METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Jenis Data dan Sumber Data.....	25
3.2.1 Jenis Data	25
3.2.2 Sumber Data	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1 Observasi	26
3.3.2 Wawancara	26
3.3.3 Studi Kepustakaan	26
3.3.4 Triangulasi	27
3.4 Metode Analisis Data.....	28
BAB IV: PROFIL PERUSAHAAN	29
4.1 Sejarah Perusahaan	29

4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	30
4.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
4.4	Produk.....	32
4.4.1	Produk Arsitektural.....	32
4.4.2	Produk Struktural.....	34
4.4.3	Produk Modular.....	34
4.5	Strategi Perusahaan.....	35
4.5	Evaluasi Kinerja.....	36
4.5.1	Evaluasi Visi dan Misi.....	36
4.5.2	<i>Business Model Canvas</i>	37
BAB V: ANALISIS EKSTERNAL.....		39
5.1	PESTEL.....	39
5.1.1	<i>Politics</i>	39
5.1.2	<i>Economics</i>	40
5.1.3	<i>Social</i>	42
5.1.4	<i>Technology</i>	43
5.1.5	<i>Environment</i>	44
5.1.6	<i>Law/Legal</i>	45
5.2	<i>Porter's Five Forces</i>	46
5.2.1	<i>Rivalry Among Existing Firms</i>	46
5.2.2	<i>Threat of New Entrants</i>	47
5.2.3	<i>Threat of Substitute Product</i>	48
5.2.4	<i>Bargaining Power of Buyers</i>	48
5.2.5	<i>Bargaining Power of Suppliers</i>	49
5.3	<i>External Factor Evaluation (EFE) Woodlam Indonesia</i>	50
5.4	Analisis Kompetitor.....	53
5.4.1	<i>Key Success Factor (KSF) Industri Prefabrikasi</i>	53
5.4.2	<i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	55
BAB VI: ANALISIS INTERNAL.....		57
6.1	Analisis Fungsional.....	57
6.1.1	<i>Management</i>	57
6.1.2	<i>Marketing</i>	58
6.1.3	<i>Operation</i>	62
6.1.4	<i>Human Resource</i>	64
6.1.5	<i>Research and Development</i>	65
6.1.6	<i>Finance</i>	65
6.2	<i>Analisis Value Chain</i>	67
6.3	<i>Internal Factor Evaluation (IFE) Woodlam Indonesia</i>	70
BAB VII: PERENCANAAN STRATEGI.....		73
7.1	Penetapan Sasaran.....	73
7.2	Identifikasi Alternatif Strategi Woodlam Indonesia.....	73
7.2.1	<i>Matrix IE</i>	73
7.2.2	Analisis Ansoff dan Porter.....	73
7.2.3	<i>Matrix TOWS</i>	74
7.3	Strategi Terpilih Woodlam Indonesia.....	78
BAB VIII: KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
8.1	Kesimpulan.....	83
8.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....		85
APPENDIX.....		89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pembagian kategori sistem prefabrikasi	1
Tabel 1.2	Portofolio perusahaan penyedia sistem rumah prefabrikasi	2
Tabel 3.1	Daftar objek observasi	26
Tabel 3.2	Sumber dan metode pengumpulan data	26
Tabel 4.1	5 years planning Woodlam Indonesia	36
Tabel 4.2	<i>Business Model Canvas</i> Woodlam Indonesia	37
Tabel 5.1	PESTEL	45
Tabel 5.2	Perusahaan yang bergerak di bidang prefabrikasi	47
Tabel 5.3	<i>Porter's 5 Forces Analysis</i>	50
Tabel 5.4	EFE Matrix	51
Tabel 5.5	Identifikasi <i>Key Success Factor</i> (KSF)	54
Tabel 5.6	<i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM) industri rumah prefabrikasi	55
Tabel 6.1	Laporan laba-rugi Woodlam Indonesia tahun 2018	65
Tabel 6.2	Laporan neraca keuangan Woodlam Indonesia tahun 2018	66
Tabel 6.3	Analisis Fungsional Woodlam Indonesia	66
Tabel 6.4	Daftar pemasok Woodlam Indonesia.....	68
Tabel 6.5	Matrix IFE Woodlam Indonesia.....	70
Tabel 7.1	Matrix TOWS Woodlam Indonesia.....	74
Tabel 7.2	QSPM Woodlam Indonesia.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Market potential</i> industri konstruksi	4
Gambar 2.1	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	9
Gambar 2.2	<i>Porter's 5 Forces Model</i>	13
Gambar 2.3	<i>Value Chain Analysis</i>	15
Gambar 2.4	<i>IE Matrix</i>	18
Gambar 2.5	<i>Porter's Generic Competitive Matrix</i>	19
Gambar 2.6	<i>Ansoff Growth Matrix</i>	20
Gambar 2.7	<i>TOWS Matrix</i>	22
Gambar 2.8	<i>QSPM</i>	23
Gambar 2.9	Kerangka analisis	24
Gambar 4.1	Timeline pendirian Woodlam Indonesia	29
Gambar 4.2	Skema kepemilikan saham Woodlam Indonesia	29
Gambar 4.3	Struktur organisasi Woodlam Indonesia	31
Gambar 4.4	Beberapa jenis produk Woodlam Indonesia	32
Gambar 4.5	Kisi-kisi Woodlam Indonesia pada proyek Koloni Kemang	33
Gambar 4.6	<i>Wall panel</i> Woodlam Indonesia pada proyek Deltomed	33
Gambar 4.7	Panel kayu laminasi Woodlam Indonesia	34
Gambar 4.8	Produk modular Woodlam Indonesia	35
Gambar 4.9	<i>Unit office extension</i> Woodlam Indonesia	35
Gambar 5.1	Target Rencana Strategis (Renstra) sektor perumahan	39
Gambar 5.2	Kebijakan 10 destinasi Bali baru	40
Gambar 5.3	Rata-rata kenaikan harga rumah di Indonesia	41
Gambar 5.4	Rata-rata kenaikan harga rumah di kota besar	41
Gambar 5.5	Jumlah penduduk Indonesia menurut kelompok umur dan jenis kelamin .	42
Gambar 5.6	Proyeksi jumlah populasi berdasarkan pendapatan	43
Gambar 5.7	Kontribusi penyumbang gas rumah kaca terbesar di Indonesia	44
Gambar 6.1	Proyeksi pembagian kelas Indonesia tahun 2020	58
Gambar 6.2	Halaman instagram Andra Matin	59
Gambar 6.3	Halaman website Woodlam Indonesia	60
Gambar 6.4	Perbandingan emisi CO2 beberapa material pembangunan	61
Gambar 6.5	Waktu Rata-Rata Penyelesaian Pembangunan	62
Gambar 6.6	Alur Order to Sales Woodlam Indonesia	62
Gambar 6.7	Keterlambatan pengiriman penawaran dari target (hari) periode 2019	63
Gambar 6.8	<i>Value Chain Analysis</i> Woodlam Indonesia	70
Gambar 7.1	Matrix IE Woodlam Indonesia	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar pertanyaan wawancara	89
Lampiran 2	Verbatim wawancara	91