

DAFTAR ISI

<i>SCENARIO PLANNING</i> UNTUK PERUSAHAAN MANUFAKTUR UBIN KERAMIK PT XYZ	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Operasi dan Rantai Pasok	4
1.2 Latar Belakang	8
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan Tesis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Manajemen Strategi	16
2.1.2 Definisi Perencanaan (Planning)	27
2.1.3 Perencanaan Skenario (Scenario Planning)	29
2.1.4 Metode Perencanaan Skenario	40
2.1.4.1 Penggunaan Dan Manfaat Perencanaan Skenario	43
2.1.5 Proses Produksi Ubin Keramik	45
2.1.6 Bisnis Ubin Keramik di Indonesia	49
2.1.6.1 Posisi Bisnis Ubin Keramik Indonesia di Dunia	49
2.1.6.2 Pabrik Ubin Keramik di Indonesia	52
2.1.6.3 Bisnis Ubin Keramik dan Faktor-Faktor yang Berpengaruh	54
2.1.7 Analisis PESTEL	59
2.1.8 <i>Porter's Five Forces</i>	63
2.1.9 Penelitian Terdahulu	68
2.2 Kerangka Pemikiran	74
BAB III METODE PENELITIAN	80
3.1 Jenis Penelitian	80
3.2 Variabel Operasional	83
3.3 Situasi Sosial dan Aktor	85
3.3.1 Situasi Sosial	85
3.3.2 Aktor	85
3.4. Pengumpulan Data	87

3.4.1 Data Primer	89
3.4.2 Data Sekunder	89
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	89
3.6 Teknik Analisis Data	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	95
4.1 Karakteristik Responden	95
4.2 Hasil Penelitian	96
4.2.1 Transkrip dan Reduksi Data	96
4.2.2 Validasi Data	97
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	132
4.3.1 <i>Key Focal Issues</i>	132
4.3.2 <i>Driving Forces</i>	133
4.3.2.1 Politik	133
4.3.2.2 Ekonomi	134
4.3.2.3 Sosiokultural	135
4.3.2.4 Teknologi	136
4.3.2.5 Lingkungan	137
4.3.2.6 Hukum	139
4.3.2.7 <i>Wildcards</i>	140
4.3.3 Analisis Industri	140
4.3.3.1 Ancaman Pendatang Baru Yang Potensial	141
4.3.3.2 Ancaman Produk Pengganti / Substitusi	142
4.3.3.3 Daya Tawar Konsumen	143
4.3.3.4 Daya Tawar Pemasok	144
4.3.3.5 Persaingan Antar Perusahaan Yang Bersaing	145
4.3.4 Ketidakpastian Kritis (Critical Uncetainties)	148
4.4 Pembuatan Skenario (Scenario Creation)	152
4.4.1 1544.4.2 1564.5 Implikasi dan Pilihan (Implications and Options)	159
4.6 Early Warning Signals	167
4.7 Strategic Imperatives	169
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	172
5.1 Kesimpulan	172
5.2 Saran	174
5.2.1 Saran Praktis	174
5.2.2 Saran Akademis	174
DAFTAR PUSTAKA	176