

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	8
I.3. Pertanyaan Penelitian	9
I.4. Tujuan Penelitian	10
I.5. Manfaat Penelitian	11
I.6. Lingkup Penelitian	12
I.7. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Analisis Kompetisi dan Industri	14
2.1.1. <i>Strategic Group Mapping</i>	14
2.1.2. <i>Porter's Five Forces Model</i>	19
2.2. Strategi Pengembangan Pasar	24
2.2.1. Strategi Pengembangan Pasar Geografis	30
2.3. Analisis Lingkungan	33
2.3.1. Analisis Lingkungan Internal	33
2.3.2. Analisis Lingkungan Eksternal	33
2.4. <i>IE Matrix</i>	33
2.5. <i>QSPM</i>	35
2.6. Rerangka Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39

3.1. Desain Penelitian.....	39
3.2. Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.3. Instrumen Penelitian.....	42
3.4. Desain Kuesioner	49
3.4.1. <i>Strategic Group Map</i>	49
3.4.2. <i>Porter's Five Forces Analysis</i>	53
3.4.3. <i>IFE Matrix, EFE Matrix, dan QSPM</i>	57
3.5. Metode Analisis Data.....	64
3.5.1. <i>Strategic Group Map</i>	64
3.5.2. <i>Porter's Five Forces Analysis</i>	65
3.5.3. <i>Analisis Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	66
3.5.4. <i>Analisis External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	69
3.5.5. <i>Analisis IE Matrix</i>	71
3.5.6. <i>Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	72
3.6. Objek Penelitian	75
3.6.1. Deskripsi Perusahaan	75
3.6.2. Visi Perusahaan	75
3.6.3. Produk Perusahaan	76
3.6.4. Program Scola untuk Sekolah Masa Depan	77
3.7. Tahapan Pelaksanaan Penelitian	80
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	83
4.1. <i>Analisis Strategic Group Mapping</i>	83
4.1.1. Rentang Harga versus Segmen Pasar	84
4.1.2. Segmen Pasar versus Cakupan Geografis	85
4.1.3. Kepemimpinan Teknologi versus Keluasan Lini Produk	86
4.1.3. Rekapitulasi <i>Strategic Group Map</i>	88
4.2. <i>Analisis Kekuatan Pesaingan dengan Porter's Five Forces Model</i>	91
4.2.1. <i>Analisis Kekuatan Pesaingan Industri EdTech pada Segmen Sekolah Negeri</i>	91
4.2.2. <i>Analisis Kekuatan Pesaingan Industri EdTech pada Segmen Sekolah Swasta</i>	98
4.2.3. <i>Perbandingan Kekuatan Pesaingan Industri EdTech Menurut Segmen</i>	105
4.3. <i>Analisis Internal</i>	106
4.4. <i>Analisis Eksternal</i>	114

4.5. <i>IE Matrix</i>	134
4.6. Analisis <i>QSPM</i> Penentuan Lokasi Geografis.....	138
4.7. Analisis <i>QSPM</i> Penentuan Segmen	143
BAB V SIMPULAN	147
5.1. Simpulan	147
5.2. Implikasi.....	149
5.3. Keterbatasan.....	152
5.4. Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN.....	159