

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar .....	ix
Abstrak .....	x
<i>Abstract</i> .....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Batasan Penelitian .....	4

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Strategi <i>Positioning</i> .....	5
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	6
2.3 Analisis Lingkungan Internal .....	8
2.4 <i>Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix</i> .....	9
2.5 <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i> .....	11
2.6 <i>Porter's Value Chain Analysis</i> .....	13
2.7 <i>Payment Gateway</i> .....	16
2.8 <i>Electronic Data Capture (EDC)</i> .....	17
2.9 <i>Point of Sales</i> .....	18
2.10 Kajian Penelitian Terdahulu .....	19
2.11 Rerangka Penelitian .....	22

### BAB III METODA PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian .....	23
3.2 Metoda Pengumpulan Data .....	24
3.3 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data .....	25
3.4 Metode Analisa Data .....	25
3.5 Alat Analisis Data.....	26
3.6 Profil Perusahaan.....	30
3.7 Profil Informan .....	31
3.8 Panduan Wawancara .....	32

### BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	35
4.1.1 Faktor Politik .....	35
4.1.2 Faktor Ekonomi .....	37
4.1.3 Faktor Sosial .....	40
4.1.4 Faktor Hukum .....	42
4.1.5 Faktor Teknologi.....	44
4.1.6 Faktor Lingkungan.....	46
4.2 Analisis Lingkungan Internal .....	51
4.2.1 Sumber Daya Fisik.....	52
4.2.2 Sumber Daya Keuangan .....	54
4.2.3 Asset Teknologi.....	55
4.2.4 Sumber Daya Organisasi.....	57
4.3 Analisis <i>Strategic Position and Action Evaluation</i> (SPACE)	
Matrix di Dalam PT. Mitra Transaksi Indonesia.....	61
4.4 Analisis <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i> .....	68
4.5 Analisis <i>Porter's Value Chain Analysis</i> .....	73

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	85
5.3 Saran .....	86



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis strategi positioning pt. Mitra transaksi indonesia (yokke!) di bisnis payment gateway dalam upaya menghadapi era digital**

Desiree Isaac Jacob, Rangga Almahendra, Dr., S.T., M.M.

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Daftar Pustaka..... vii

Daftar Lampiran..... ix

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Informan Penelitian.....	32
Tabel 3.2	Daftar Pertanyaan Wawancara <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i> .....	33
Tabel 3.3	Daftar Pertanyaan Wawancara <i>Porter's Value Chain Analysis (Primary Activities)</i> 33	
Tabel 3.4	Daftar Pertanyaan Wawancara <i>Porter's Value Chain Analysis (Supporting Activities)</i> .....	34
Tabel 4.1	Rangkuman Faktor Lingkungan Eksternal Berdasarkan Hasil Wawancara Dengan Narasumber .....	49
Tabel 4.2	Rangkuman Faktor Lingkungan Internal Berdasarkan Hasil Wawancara Dengan Narasumber .....	60
Tabel 4.3	Analisis Perhitungan Dimensi <i>Matrix</i> .....	62
Tabel 4.4	SPACE <i>Matrix</i> .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>SPACE Matrix</i> .....	10
Gambar 2.2 <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i> .....	13
Gambar 2.3 <i>Porter's Value Chain Analysis</i> .....	14
Gambar 2.4 EDC konvensional dan Android Yokke! .....	18
Gambar 2.5 Rerangka Penelitian .....	22
Gambar 3.1 <i>SPACE Matrix</i> .....	30
Gambar 3.2 Yokkebiz E-Kiosk.....	31
Gambar 4.1 <i>SPACE Matrix</i> .....	60
Gambar 4.2 <i>SPACE Matrix</i> PT. Mitra Transaksi Indonesia.....	67
Gambar 4.3 Rantai Nilai PT. Mitra Transaksi Indonesia.....	79