

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR TABEL	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Winning Strategy Theory	12
2.1.2 The Five Forces Framework Theory	13
2.1.3 Strategic Group Analysis	18
2.1.4 Resources Based View.....	21
2.1.5 VRIO Analysis.....	22
2.1.6 Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)	23
2.1.7 Tahap Masukan (<i>The Input Stage</i>).....	24
2.1.8 Tahap Pencocokan (<i>The Matching Stage</i>).....	27
2.1.9 Tahap Pemilihan Strategi (<i>The Decision Stage</i>).....	29
2.2 Kerangka Penelitian.....	30
BAB III	31
METODA PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Metoda Pengumpulan Data	31
3.3 Instrumen Penelitian.....	31
3.4 Metoda Analisis Data	33
3.4.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	34
3.4.2 Analisis SWOT	40

3.4.3 Analisis QSPM	44
3.4 Profil Perusahaan.....	46
3.4.1 Operasional Perusahaan	46
3.4.2 Visi, Misi dan Nilai – nilai Perusahaan.....	47
BAB IV.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Profil Informan.....	49
4.2 Faktor Keunggulan Bersaing Unit Bisnis NDC PT Moratelindo.....	49
4.2.1 Analisis Internal.....	50
4.2.2 Analisis Eksternal	62
4.2.3 Winning Strategy	80
4.3 Perumusan Strategi Unit Bisnis NDC PT Moratelindo.....	82
4.3.1 Faktor Eksternal dan Faktor Internal Unit Bisnis NDC PT Moratelindo	82
4.3.2 Matriks Analisis Situasi Lingkungan Eksternal.....	84
4.3.3 Matriks Analisis Situasi Lingkungan Internal	86
4.3.4 Matriks IE (Internal-Eksternal)	88
4.3.5 Matriks Analisis SWOT	89
4.4 Matriks Analisis QSPM	92
BAB V.....	95
SIMPULAN	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Implikasi.....	98
5.3 Keterbatasan	98
5.4 Saran.....	99
5.4.1 Saran untuk Perusahaan.....	99
5.4.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet	1
Gambar 1.2 Tingkat Penjualan Sektor Digital	2
Gambar 1.3 Peluang Market Share Data Center dan Hosting 2023	4
Gambar 1.4 Pangsa Pasar Data Center di Indonesia tahun 2020.....	6
Gambar 2 .1 Forces Framework	14
Gambar 2 .2 Kerangka Analisis Strategi Formulasi	24
Gambar 2 .3 Matriks IE.....	27
Gambar 2 .4 Kerangka Penelitian.....	30
Gambar 4 .1 Pemetaan Kelompok Strategis Jumlah Data Center dan Panjang Kabel Fiber Optic.....	63
Gambar 4 .2 Matriks IE (Internal-Eksternal)	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis VRIO	36
Tabel 3.2 Kerangka VRIO	37
Tabel 3.3 Porter's Five Forces.....	39
Tabel 3.4 Matriks IFAS	41
Tabel 3.5 Matriks EFAS	42
Tabel 3.6 Matriks SWOT	44
Tabel 3.7 Matriks QSPM	45
 Tabel 4 .1Informan Penelitian	 49
Tabel 4 .2 Temuan Kondisi Internal Unit Bisnis NDC PT Moratelindo	55
Tabel 4 .3Analisis Kondisi Internal berdasarkan VRIO Unit Bisnis NDC.....	60
Tabel 4 .4 Temuan Kondisi Kekuatan Industri terhadap Unit Bisnis NDC PT Moratelindo	71
Tabel 4 .5Temuan dan Implikasi Kondisi Kekuatan Industri yang Menentukan Persaingan Unit Bisnis NDC PT Moratelindo	76
Tabel 4 .6 Intensitas Persaingan Industri Data Center di Indonesia	78
Tabel 4 .7Posisi Winning Strategy Unit Bisnis NDC PT Moratelindo	80
Tabel 4 .8 Faktor Eksternal	83
Tabel 4 .9Faktor Internal.....	84
Tabel 4 .10Matriks EFAS Unit Bisnis NDC PT Moratelindo.....	85
Tabel 4 .11Matriks IFAS.....	87
Tabel 4 .12 Matriks SWOT	90
Tabel 4 .13 Matriks QSPM	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Wawancara	102
Lampiran 2 KUESIONER RATING IFAS dan EFAS	132
Lampiran 3 Hasil Kuesioner IFAS & EFAS	135
Lampiran 4 ANOTASI DATA	139