

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Pengertian Konsultan Komunikasi/ Public Relation (PR)	17
2.2 Pengertian Strategi Bersaing	19
2.2.1 Strategi.....	19
2.2.2 Manajemen Strategi.....	19
2.2.3 Strategi Bersaing.....	20
2.2.4 Key Success Factor.....	25
2.2.5 <i>Sustainable Competitive Advantage</i> (Keunggulan Bersaing).....	29
2.3 Analisis Lingkungan Industri	32
2.3.1 Five Forces Model	34
2.4 Analisis Faktor Eksternal	36

2.4.1 PESTEL Analysis	36
2.4.2 Mitra Analisis	40
2.4.3 Kompetitor Analisis.....	40
2.5 Analisis Internal	41
2.5.1 <i>Resource Based View (RBV)</i>	42
2.5.2 <i>VRIN analysis</i>	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Metode Pengumpulan Data	46
3.3 Kerangka Penelitian	47
3.4 Metode Analisis Data	50
3.4.1 Analisis Lingkungan Industri	50
3.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	54
3.4.3 Analisis Lingkungan Internal	59
3.5 Profil Perusahaan Baldwin Boyle Group	64
3.5.1 Logo Perusahaan.....	66
3.5.2 Misi, Nilai Perusahaan dan Budaya Perusahaan.....	66
3.5.3 Nilai Perusahaan	67
3.5.4 Strategi Perusahaan.....	68
3.5.5 Budaya Perusahaan	69
3.5.6 Produk dan Jasa Perusahaan	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Analisis Lingkungan Industri	72
4.1.1 Persaingan Dalam Industri Sejenis	72
4.1.2 Ancaman Terhadap Pendetang Baru	73
4.1.3 Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	75
4.1.4 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	75
4.1.5 Ancaman Terhadap Produk Pengganti	77
4.1.6 Hasil Analisis Lingkungan Industri <i>Porter's Five Forces</i>	78
4.2 Analisis Eksternal	82
4.2.1 Analisis PESTEL	82

4.2.2 Mitra dan Kompetitor Analisis	89
4.2.3 <i>Key Success Factor</i>	94
4.3 Analisis Internal	98
4.3.1 Resources Based View	98
4.3.2 VRIN Analysis.....	106
4.3.3 Analisis <i>Sustainability Competitive Advantages</i>	113
4.4 Rekomendasi Strategis	117
4.4.1 Implementation Plan.....	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1 Simpulan.....	126
5.2 Implikasi	127
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	127
5.2.2 Implikasi Praktis	128
5.2.3 Implikasi bagi Perusahaan Sejenis.....	129
5.3 Keterbatasan Penelitian	130
5.4 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	47
Tabel 3. 2 Pertanyaan Persaingan dalam Industri Sejenis.....	51
Tabel 3. 3 Pertanyaan Ancaman Masuknya Pendatang Baru	52
Tabel 3. 4 Pertanyaan Analisis Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok	52
Tabel 3. 5 Pertanyaan Analisis Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli.....	53
Tabel 3. 6 Pertanyaan Ancaman Produk Pengganti	54
Tabel 3. 7 Pertanyaan Wawancara Identifikasi PESTEL.....	55
Tabel 3. 8 Pertanyaan Wawancara dengan Media Fimela	56
Tabel 3. 9 Pertanyaan Wawancara dengan Media Tribun	57
Tabel 3. 10 Pertanyaan Wawancara dengan KOL	58
Tabel 3. 11 Pertanyaan Wawancara RBV	60
Tabel 3. 12 Analisis Tabel VRIN.....	63
Tabel 4. 1 Analisis Persaingan dalam Industri Sejenis	73
Tabel 4. 2 Analisis Ancaman Pendatang Baru	74
Tabel 4. 3 Analisis Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	75
Tabel 4. 4 Analisis Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	77
Tabel 4. 5 Analisis Ancaman Produk Pengganti.....	78
Tabel 4. 6 Ringkasan Analisis Lingkungan Industri (<i>Porter's Five Forces</i>).....	78
Tabel 4. 7 Kesimpulan Analisis Lingkungan Eksternal BBG.....	86
Tabel 4. 8 Analisis KSF	94
Tabel 4. 9 Kesimpulan Analisis RBV	103
Tabel 4. 10 VRIN Analysis.....	107
Tabel 4. 11 Kesimpulan VRIN Analysis.....	113
Tabel 4. 12 Analisis <i>Sustainability Competitive Advantages</i>	115
Tabel 4. 13 Implementation Plan	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2011-2021	2
Gambar 1. 2 Forecast Pertumbuhan Revenue dari Industri Jasa Konsultan	5
Gambar 1. 3 Industri Management Consulting Berdasarkan Ukuran Organisasi ...	6
Gambar 1. 4 Komposisi Tipe Industri Management Consulting	7
Gambar 2. 1 <i>Strategy-Making, Strategy-Executing Process</i>	20
Gambar 2. 2 Lima Strategi Bersaing Generik	21
Gambar 2. 3 PESTEL Analysis.....	37
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	48
Gambar 3. 2 Logo BBG	66
Gambar 4. 1 Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB).....	76