

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>Bab I. Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penellitian .....	9
1.6. Lingkup Penelitian .....	10
1.7. Sistematika Penelitian .....	10
<b>Bab II. Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>12</b>
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. <i>Market Entry Strategy</i> .....	12
2.1.2. Teori OLI ( <i>Ownership, Location, and Internalization</i> ) .....	14
2.1.3. <i>Resource-Based View</i> (RBV) .....	16
2.1.4. Konsep <i>Firm-Specific Advantages</i> (FSA) dan <i>Location-Specific Advantages</i> (LSA).....	22
2.1.5. Hubungan FSA/LSA Matrix dengan Teori OLI dan RBV .....	26
2.1.6. Penerapan FSA Matrix dalam Strategi Internasionalisasi.....	26
2.1.7. Porter's <i>National Diamond Framework</i> .....	27
2.2. Penelitian Terdahulu .....	30
2.2.1. Penelitian terdahulu tentang <i>Market Entry Strategy</i> .....	30
2.2.2. Penelitian terdahulu tentang OLI Paradigm .....	32
2.2.3. Penelitian terdahulu tentang Pendekatan RBV .....	33
2.3. Kerangka Penelitian .....	35
2.3.1. Tahap Pertama.....	35
2.3.2. Tahap Kedua .....	35
2.3.3. Tahap Ketiga .....	36
<b>Bab III. Metode Penelitian</b> .....	<b>38</b>
3.1. Desain Penelitian.....	38
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.3. Sumber Data.....	39
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.5. Objek Penelitian .....	42
3.5.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
3.5.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	42
3.5.3. Jenis Produk Perusahaan.....	43



3.6. Metode Analisis Data .....	44
3.6.1. Analisis Paradigma OLI .....	46
3.6.2. Analisis RBV .....	47
3.6.3. Analisis <i>Porter's National Diamond Framework</i> .....	48
3.6.4. Analisis <i>Market Entry Strategy (FSA/LSA Matrix)</i> .....	49
3.6.5. Penyajian Data .....	50
3.6.6. Triangulasi Data .....	51
3.6.7. Penarikan Kesimpulan .....	51
<b>Bab IV. Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>52</b>
4.1. Analisis <i>Ownership Spesific Advantage</i> Easmed Pte Ltd .....	52
4.1.1. Pengalaman Pasar Luar Negeri .....	54
4.1.2. Nilai Unik Perusahaan dan Inovasi Teknologi .....	55
4.1.3. Komitmen Investasi Ekspansi Internasional .....	57
4.1.4. Standar Mutu Internasional dan Sertifikasi Produk .....	59
4.2. Analisis <i>Resource Based View</i> .....	61
4.2.1. Teknologi Produk – <i>Sustainable Competitive Advantage</i> .....	62
4.2.2. Program Edukasi & Pelatihan Klinik – <i>Sustainable Competitive Advantage</i> .....	63
4.2.3. Jaringan Regional Asia Tenggara – <i>Unused Competitive Advantage</i> .....	65
4.2.4. Reputasi Perusahaan & Komitmen Layanan – <i>Sustainable Competitive Advantage</i> .....	65
4.2.5. Struktur Keuangan dan Investasi yang Sehat – <i>Competitive Parity</i> .....	66
4.3. Analisis <i>Location Spesific Advantage</i> Indonesia .....	67
4.3.1. Potensi Permintaan Domestik ( <i>Demand Condition</i> ) .....	68
4.3.2. Kondisi Faktor Investasi dan Infrastruktur ( <i>Factor Condition</i> ) .....	69
4.3.3. Strategi, Struktur, dan Persaingan Perusahaan ( <i>Firm Strategy, Structure, and Rivalry</i> ) .....	70
4.3.4. Dukungan Pemerintah dan Kelembagaan Pendukung ( <i>Related and Supporting Industries; Government</i> ) .....	72
4.4. Analisis Matriks FSA/ LSA dan <i>Market Entry Strategy</i> .....	74
<b>Bab V. Penutup .....</b>	<b>77</b>
5.1. Simpulan .....	77
5.2. Implikasi .....	77
5.3. Keterbatasan .....	78
5.4. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Matrik Klasik FSA/LSA Rugman.....	24
Tabel 2.2: FSA/LSA <i>Matrix</i> dan <i>Market Entry Strategy</i> .....	25
Tabel 2.3: Implikasi <i>Porter's Diamond Framework</i> dalam Strategi Masuk Pasar.....	31
Tabel 2.4: Penelitian terdahulu tentang <i>Market Entry Strategy</i> .....	32
Tabel 2.5: Penelitian terdahulu tentang <i>OLI Paradigm</i> .....	33
Tabel 2.6: Penelitian terdahulu tentang Pendekatan RBV .....	34
Tabel 3.1: Rangkuman Data Narasumber .....	40
Tabel 3.2: Variabel dan Definisi Operasional Berdasarkan Teori OLI dan RBV.....	41
Tabel 3.3: Matriks OLI Dunning.....	47
Tabel 4.1: Hasil Analisis <i>Ownership Spesific Advantage Easmed Pte Ltd</i> .....	52
Tabel 4.2: Analisis <i>Resource Based View</i> Easmed .....	62
Table 4.3. Hasil Analisis <i>Location Spesific Advantage</i> Indonesia.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasien dengan Gangguan Kecemasan dan Tidur .....	1
Gambar 1.2 Prevalensi OSA di Negara-Negara Asia Tenggara .....	4
Gambar 2.1 Matriks Klasik FSA/LSA Rugman.....	24
Gambar 2.2 Rerangka Berlian Nasional Porter .....	28
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian .....	37
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Easmed.....	43
Gambar 3.2 Tim Easmed Asia .....	44
Gambar 3.3 Teknik Analisis Data.....	45
Gambar 3.4 Matriks Klasik FSA/LSA Rugman.....	50
Gambar 4.1 Sertifikasi Mutu Produk Easmed.....	61
Gambar 4.2 Berbagai Kegiatan Pelatihan <i>Easmed Academy</i> .....	64
Gambar 4.3 Matriks FSA/ LSA Easmed.....	75