



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN KARYA TULIS TESIS	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Lingkup Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Omnichannel</i> Retail.....	12
2.1.2 Teori Dynamic Capabilities	12
2.1.3 Dimensi Strategi <i>Omnichannel</i> dan Indikator Keberhasilan	18



2.1.4 Praktik Terbaik <i>Omnichannel</i> Global	24
2.1.5 Efektivitas Implementasi <i>Omnichannel</i> terhadap Peningkatan Daya Saing.....	29
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Penelitian.....	35
2.3.1 Diagram Kerangka Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	40
3.2.2 Instrumen Penelitian.....	43
3.3 Metode Analisis Data.....	46
3.4 Profil Kasus	49
3.4.1 Profil Organisasi	49
3.4.2 Aspek Kritis Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Data	55
4.1.1 Data Sekunder Praktik <i>Omnichannel</i> Ritel Global.....	55
4.1.2 Data Primer Strategi <i>Omnichannel</i> Blibli.....	85
4.2 Analisa dan Pembahasan	100
4.2.1 Praktik Terbaik dan Indikator Adaptasi bagi Blibli	100
4.2.2 Efektivitas Strategi <i>Omnichannel</i> Blibli.....	109
BAB V SIMPULAN	117



5.1 Simpulan.....	117
5.2 Implikasi.....	118
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	119
5.4 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN I.....	127
LAMPIRAN II.....	132
LAMPIRAN III.....	138
LAMPIRAN IV.....	143
LAMPIRAN V.....	147
LAMPIRAN VI.....	150
LAMPIRAN VII.....	161



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Operasionalisasi Indikator Omnichannel Ritel	22
Tabel 4. 1 Arketipe Model Bisnis Omnichannel Global	56
Tabel 4. 2 Sumber Data Sekunder Perusahaan Global Benchmark	72
Tabel 4. 3 Data Kuantitatif Kunci dari Perusahaan Global	73
Tabel 4. 4 Data Keuangan PT Global Digital Niaga Tbk 2022–1H25.....	73
Tabel 4. 5 Infrastruktur Logistik Blibli per Juni 2025	78
Tabel 4. 6 Jaringan Toko Fisik Blibli per Juni 2025	78
Tabel 4. 7 Profil Kompetitor untuk Analisis BMC	80
Tabel 4. 8 Perbandingan Data Keuangan Blibli vs Kompetitor 2024	85
Tabel 4. 9 Profil Informan Wawancara	86
Tabel 4.10 Tabel Benchmarking Score Dimensi Teknologi dan Integrasi Data	103
Tabel 4. 11 Benchmarking Score Dimensi Keunggulan Pengalaman Pelanggan	103
Tabel 4. 12 Benchmarking Score Dimensi Kapabilitas Organisasi	104
Tabel 4. 13 Gap Analysis Blibli terhadap Praktik Terbaik Global	104
Tabel 4. 14 Hasil Importance-Performance Analysis.....	106
Tabel 4. 15 Metrik Kinerja untuk Perbandingan Daya Saing	109
Tabel 4. 16 Business Model Canvas Comparative Blibli dan Pesaing	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 GMV Platform E-commerce Asia Tenggara Tahun 2022–2030	3
Gambar 1. 2 Situs E-commerce dengan Trafik Tertinggi di Indonesia, Desember 2024.....	5
Gambar 2. 1 Framework IPA: Posisi Kuadran pada Diagram Cartesian	28
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3. 1 Perjalanan Omnichannel Blibli 2016–2024	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 1	127
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 2	132
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 3	138
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 4	143
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 5	147
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 6	150
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Verbatim Narasumber 7	161