

DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Intisari.....	xiv
Abstract.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	6
1.3	Pertanyaan Penelitian	6
1.4	Tujuan Penelitian	7
1.5	Manfaat Penelitian	7
1.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.7	Sistematika Penulisan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Pengertian Manajemen Strategi	9
2.2	Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan (CAGR)	11
2.3	Bisnis Penyedia Tenaga Alih Daya dan Profil Perusahaan.....	12
2.4	Analisa Lingkungan Internal Perusahaan.....	15
2.4.1	Sumber Daya	16
2.4.2	Proses Bisnis	17
2.5	Analisa Lingkungan Eksternal Perusahaan	18
2.5.1	Analisa Karakteristik Industri	19
2.5.2	Analisa Porter's Five Competitive Forces	20
2.6	Analisa Key Success Factors	22
2.7	Analisa Pasar	23
2.7.1	Konsep Penentuan Segmen dan Pasar Sasaran	23
2.7.2	Teori Proposisi Nilai	26
2.7.3	Teori Blue Oceans Strategy	27
2.8	Analisa Persaingan Usaha (SWOT Analysis)	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Sumber Data.....	31
3.3	Kerangka Penelitian	32
3.4	Metode Pengumpulan Data	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisa Lingkungan Internal.....	36
4.1.1	Visi, Misi, Tujuan, dan Budaya Organisasi	36
4.1.2	Sumber Daya	38
4.1.2.1	Kemampuan Keuangan	38
4.1.2.2	Kompetensi Inti	41
4.1.3	Bisnis Proses	42
4.2	Analisa Lingkungan Eksternal	44
4.2.1	Analisis Makro (PESTEL)	44
4.2.1.1	Politik - Domestik dan Internasional.....	44
4.2.1.2	Ekonomi Nasional	46
4.2.1.3	Sosial Budaya.....	49
4.2.1.4	Teknologi	50
4.2.1.5	Hukum dan Perundang-undangan (<i>Legal</i>):	51
4.2.2	Analisis Five Forces Porter	55
4.2.2.1	Ancaman Calon Pendatang Baru	55
4.2.2.2	Kekuatan Tawar Pemasok.....	56
4.2.2.3	Kekuatan Tawar Pembeli	57
4.2.2.4	Ancaman Produk dan Jasa Pengganti	57
4.2.2.5	Persaingan Antar Perusahaan Sejenis	58
4.3	Analisa Key Success Factor	60
4.4	Analisa Pasar	62
4.4.1	Penentuan Segmen dan Pasar Sasaran	62

4.4.2	Hasil Survei dan Pembahasan Proposisi Nilai	67
4.4.2.1	Tahap Penyebaran Kuesioner	67
4.4.2.2	Tahap Kegiatan Wawancara	69
4.4.3	Kanvas Strategi Proposisi Nilai	77
4.5	Analisa Persaingan Usaha	80
4.6	Rekomendasi Strategi.....	90
BAB V SIMPULAN		
5.1	Simpulan	93
5.2	Implikasi	94
5.3	Keterbatasan	95
5.4	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Industri Bisnis Penyedia Tenaga Alih Daya	1
Tabel 1.2	Pertumbuhan Pendapatan Bisnis BPL Tahun 2012-2016	5
Tabel 4.1	Laporan Keuangan Audit Tahun 2012-2016	39
Tabel 4.2	Peluang dan Ancaman Bisnis Penyedia Tenaga Alih Daya.....	53
Tabel 4.3	Jumlah TAD Segmen Perbankan Tahun 2012-2016	62
Tabel 4.4	Pendapatan Segmen Perbankan Tahun 2012-2016	63
Tabel 4.5	Jumlah TAD Segmen Telekomunikasi Tahun 2012-2016.....	64
Tabel 4.6	Pendapatan Segmen Telekomunikasi Tahun 2012-2016.....	64
Tabel 4.7	Jumlah TAD Segmen Mining dan Lainnya Tahun 2012-2016.....	65
Tabel 4.8	Pendapatan Segmen Mining dan Lainnya Tahun 2012-2016.....	66
Tabel 4.9	Hasil Kuesioner Tahap I dan Kodifikasi Proposisi Nilai.....	69
Tabel 4.10	Hasil Wawancara Responden– Proposisi Nilai.....	71
Tabel 4.11	Rekapitulasi Skor Hasil Wawancara.....	72
Tabel 4.12	Formulir Kuesioner Tahap II.....	74
Tabel 4.13	Hasil Kuesioner Tahap II – Bank Syariah Mandiri (BSM)	75
Tabel 4.14	Perbandingan Skor Proposisi Nilai	76

Tabel 4.15	Proposisi Nilai BPL dan Kompetitor	77
Tabel 4.16	Maping Kompetitor Utama Pada Pelanggan BPL	78
Tabel 4.17	Proposisi Nilai BPL dan Kompetitor Utama	79
Tabel 4.18	Hasil Analisa Persaingan Usaha dan Strategi BPL	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Industri Penyedia Tenaga Alih Daya	2
Gambar 1.2	Jumlah Tenaga Alih Daya di Indonesia per Segmen Industri	3
Gambar 2.1	Proses Manajemen Strategik	10
Gambar 2.2	Alur Binis Penyedia Tenaga Alih Daya di Indonesia	12
Gambar 2.3	Kekuatan-Kekuatan Pembentuk Persaingan Industri	21
Gambar 2.4	Inovasi Nilai	28
Gambar 3.1	Kerangka Penelitian	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BPL.....	37
Gambar 4.2	Laporan Laba Rugi Tahun 2012-2016	38
Gambar 4.3	Kompetensi Inti dalam Proses Rekrutmen.....	41
Gambar 4.4	Konfigurasi Proses Bisnis Hasil Perbaikan.....	43
Gambar 4.5	BPL Five Forces	59
Gambar 4.6	Formulir Kuesioner Tahap I	68
Gambar 4.7	Kanvas Proposisi Nilai BPL dengan Kompetitor Utamanya.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Industri Tenaga Alih Daya 2012-2016	101
Lampiran 2: Data Penyedia Tenaga Alih Daya di Indonesia	102
Lampiran 3: Daftar Pelanggan BPL Tahun 2012–2016.....	103
Lampiran 4: Formulir Kuesioner Tahap Pertama	104
Lampiran 5: Hasil Kuesioner Tahap Pertama.....	105
Lampiran 6: Hasil Wawancara dan Ranking Nilai Proposisi.....	106
Lampiran 7: Formulir Kuesioner Tahap Kedua.....	107
Lampiran 8: Hasil Kuesioner Tahap Kedua.....	109
Lampiran 9: Komparasi Proposisi Nilai BPL dan Kompetitornya.....	110
Lampiran 10: Kanvas Strategi Bisnis Penyedia Tenaga Alih Daya.....	111
Lampiran 11: Rekomendasi Strategi dan Skedul Implementasi	112
Lampiran 12: Daftar Nama Perusahaan dan Responden Wawancara.....	113
Lampiran 13: Daftar Pelanggan BPL dan Matrix Kompetitor Wawancara.....	114