

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR ISTILAH	XVIII
ABSTRAK	XX
ABSTRACT	XXI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH DAN KESENJANGAN PENELITIAN	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN	10
1.4 BATASAN PENELITIAN	11
<i>1.4.1 Batasan Metodologis</i>	<i>12</i>
<i>1.4.2 Batasan Konseptual dan Epistemologis</i>	<i>12</i>
1.5 MANFAAT PENELITIAN	13
1.6 KONTRIBUSI DAN POSISI TEORETIS PENELITIAN	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	17
2.2 LANDASAN TEORI	19
<i>2.2.1 Konteks Strategik Pembaruan Kebijakan dalam Determinasi Teknologi</i>	<i>19</i>
<i>2.2.2 Determinasi Teknologi McLuhan dan Teori enframing (Gestell)</i> <i>Heidegger</i>	<i>22</i>
<i>2.2.3 Teori-Teori Mendukung Teori McLuhan dan Teori Heidegger</i>	<i>23</i>
<i>2.2.4 Pembaruan Strategis</i>	<i>25</i>
<i>2.2.5 Efektivitas Organisasi</i>	<i>29</i>
<i>2.2.6 Kinerja Bisnis</i>	<i>30</i>
2.3 KERANGKA TEORI	31
2.4 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	33

2.4.1 Hubungan Lingkungan Perusahaan dengan Transformasi Digital	34
2.4.2 Hubungan Transformasi Digital dengan Pembaruan Kebijakan Strategis	34
2.4.3 Hubungan Transformasi Digital dengan Efektivitas Organisasi	35
2.4.4 Hubungan Pembaruan Kebijakan Strategis dengan Efektivitas Organisasi	35
2.4.5 Hubungan Efektivitas Organisasi dengan Performa Perusahaan	36
2.4.6 Peran Kapabilitas Pasar dalam Moderasi	36
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 PENDEKATAN DAN RANCANGAN PENELITIAN	40
3.1.1 Pendekatan Abduktif sebagai Landasan Epistemologis	41
3.1.2 Desain Mixed-Methods Sequential Exploratory	42
3.2 FASE KUALITATIF: EKSPLORASI DAN KONSTRUKSI KONSEPTUAL	45
3.2.1 Pemilihan Informan dan Prosedur Pengumpulan Data	46
3.2.2 Analisis Data dan Konstruksi Indikator	47
3.2.3 Validitas dan Kredibilitas Data Kualitatif	48
3.2.4 Output Fase Kualitatif	49
3.3. FASE KUANTITATIF: ANALISIS MODEL KONSEPTUAL	51
3.3.1 Desain Survei dan Pemilihan Responden	51
3.3.2 Instrumen dan Skala Pengukuran	52
3.3.3 Teknik Analisis Data	53
3.4 INTEGRASI ANTAR FASE DAN VALIDASI MODEL	60
3.4.1 Mekanisme Integrasi	60
3.4.2 Validitas dan Reliabilitas Kuantitatif	61
3.4.3 Konsistensi Metodologis dengan Tujuan Teoretis	62
3.5 OPERASIONALISASI VARIABEL DAN MODEL PENELITIAN	63
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	63
3.5.2 Tabel Operasionalisasi Variabel	65
3.5.3 Model Konseptual Penelitian	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 HASIL PENELITIAN FASE KUALITATIF	66
4.1.1 Respon terhadap Variabel Lingkungan Perusahaan (Controllable dan Uncontrollable Factors)	66

4.1.2 Respon terhadap Variabel Transformasi Digital	72
4.1.3 Respon terhadap Variabel Pembaruan Strategis	75
4.1.4 Respon terhadap Variabel Efektivitas Organisasi	78
4.1.5 Respon terhadap Variabel Market Capability.....	81
4.1.6 Respon terhadap Variabel Business Performance	84
4.2 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN FASE KUALITATIF.....	86
4.2.1 Lingkungan Perusahaan dan Determinasi Transformasi	86
4.2.2 Transformasi Digital sebagai Re-konfigurasi Organisasi	87
4.2.3 Pembaruan Strategis sebagai Mekanisme Endogen	87
4.2.4 Efektivitas Organisasi sebagai Konsekuensi Adaptif.....	88
4.2.5 Market Capability dan Dinamika Kinerja.....	88
4.2.6 Implikasi Konstruktif terhadap Instrumen dan Model	89
4.3 HASIL PENELITIAN FASE KUANTITATIF	94
4.3.1 Profil Responden	94
4.3.2 Deskriptif Tanggapan Variabel Penelitian.....	95
4.3.3 Hasil PLS-SEM Tanpa Variabel Moderasi	100
4.3.4 Hasil PLS-SEM dengan Variabel moderasi Sales Growth (MC1/ SG)...	111
4.3.5 Hasil PLS-SEM Dengan Variabel Moderasi Profit Growth (MC2/ PG)	123
4.4 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN FASE KUANTITATIF.....	136
4.4.1 Pembahasan Hasil Rekapitulasi Relasi Struktural.....	136
4.4.2 Pembahasan Variabel.....	142
4.5 SINTESIS TEMUAN PENELITIAN	151
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN MODEL TEORITIS PANCA TAMA PRANATA.....	153
5.1 ALUR KONSEPTUALISASI PANCA TAMA PRANATA DALAM KERANGKA	
PEMBARUAN KEBIJAKAN STRATEGIS	154
5.2 TRANSISI DARI MODEL EMPIRIS KE MODEL KONSEPTUAL PANCA TAMA	
PRANATA.....	157
5.2.1 Translasi Empiris 1: Dari Internal Strength Menuju Visi Kolektif.....	159
5.2.2 Translasi Empiris 2: Dari Digital Transformation menuju Sinergi Digital– Humanis	161
5.2.3 Translasi Empiris 3: Dari Strategic Renewal menuju Kapabilitas Adaptif	163

5.2.4 Translasi Empiris 4: Dari Organizational Effectiveness Menuju	
<i>Kepemimpinan Transformasional</i>	165
5.2.5 Translasi Empiris 5: Dari Market Capability menuju Tata Kelola	
<i>Kolaboratif</i>	167
5.3 HUBUNGAN KAUSAL LIMA PILAR PANCA TAMA PRANATA	171
5.3.1 <i>Visi Kolektif dan Kapabilitas Adaptif</i>	173
5.3.2 <i>Kapabilitas Adaptif dan Sinergi Digital–Humanis</i>	174
5.3.3 <i>Sinergi Digital–Humanis dan Kepemimpinan Transformasional</i>	176
5.3.4 <i>Kepemimpinan Transformasional dan Tata Kelola Kolaboratif</i>	177
5.3.5 <i>Tata Kelola Kolaboratif dan Visi Kolektif</i>	178
5.4 KETERBATASAN TEORI KEBIJAKAN KONVENSIONAL DALAM LINGKUNGAN	
DIGITAL	181
5.4.1 <i>Keterbatasan Teori Sabatier dan Fischer dalam Konteks Digital</i>	182
5.4.2 <i>Keterbatasan Teori Osborne–Brown dan Hill–Hupe dalam Lingkungan</i>	
<i>Digital</i>	183
5.4.3 <i>Implikasi Epistemologis: Kebutuhan Model Reflektif dan Adaptif</i>	184
5.5 ANALISIS KOMPARATIF MODEL TEORITIS	185
5.4.1 <i>Aspek Akar Strategi Inovasi</i>	189
5.4.2 <i>Aspek Peran Teknologi</i>	190
5.4.3 <i>Mekanisme Pembaruan Strategi</i>	192
5.4.4 <i>Ukuran Efektivitas</i>	193
5.4.5 <i>Posisi Kapabilitas Pasar</i>	194
5.5 INTEGRASI TEMUAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF (DISKURSUS LINTAS	
METODE)	197
5.6 STATUS ONTOLOGIS DAN EPISTEMOLOGIS PANCA TAMA PRANATA SEBAGAI	
TEORI PEMBARUAN KEBIJAKAN STRATEGIS	198
5.6.1 <i>Distingsi Model dan Teori dalam Ilmu Kebijakan</i>	199
5.6.2 <i>Mekanisme Endogen Pembaruan Kebijakan Strategis</i>	199
5.6.3 <i>Status Ontologis: Kebijakan sebagai Sistem Reflektif Adaptif</i>	200
5.6.4 <i>Status Epistemologis: Abduksi sebagai Fondasi Konstruksi Teoretis</i>	200
5.6.5 <i>Panca Tama Pranata sebagai Teori Tingkat Menengah</i>	201
5.7 BATASAN DAN RUANG APLIKASI MODEL PANCA TAMA PRANATA	201
BAB VI KEBARUAN PENELITIAN DAN INOVASI KEBIJAKAN	206

6.1	KEBARUAN KONSEPTUAL DAN METODOLOGIS	206
6.1.1	<i>Kebaruan Konseptual (State-of-the-Art Mapping)</i>	<i>207</i>
6.1.2	<i>Kebaruan Metodologis</i>	<i>208</i>
6.1.3	<i>Peta Visual Kebaruan (Ringkasan Panduan Baca)</i>	<i>209</i>
6.2	KETERBATASAN MODEL DAN RUANG IMPLEMENTASI.....	211
6.2.1	<i>Batasan Epistemologis</i>	<i>211</i>
6.2.2	<i>Batasan Metodologis</i>	<i>212</i>
6.2.3	<i>Batasan Kontekstual dan Risiko Penerapan</i>	<i>214</i>
6.2.4	<i>Ruang Aplikasi Model</i>	<i>214</i>
6.3	KONTRIBUSI TERHADAP ILMU DAN PRAKTIK.....	216
6.3.1	<i>Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Kebijakan Strategis.....</i>	<i>216</i>
6.3.2	<i>Kontribusi terhadap Praktik dan Inovasi Kebijakan.....</i>	<i>217</i>
6.3.3	<i>Potensi Impact pada Level Output dan Outcome.....</i>	<i>218</i>
6.3.4	<i>Strategi Adopsi Model pada Berbagai Level Kepemimpinan</i>	<i>220</i>
6.3.5	<i>Penegasan Nilai Tambah Ilmiah</i>	<i>221</i>
6.4	BATASAN MODEL DAN RUANG GENERALISASI	222
6.5	RISIKO DAN PRASYARAT KEBERHASILAN	226
6.6	SINTESIS AKHIR TEMUAN PENELITIAN.....	228
BAB VII	KESIMPULAN DAN SARAN	230
7.1	KESIMPULAN UMUM	230
7.2	SARAN.....	233
7.3	REFLEKSI EPISTEMOLOGIS DAN ARAH KEBERLANJUTAN PENELITIAN	234
7.4	PENUTUP.....	238
DAFTAR PUSTAKA		239
LAMPIRAN		249

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Profil Keuangan	8
Tabel 1. 2 Perbedaan antara penelitian terdahulu dan arah kontribusi penelitian	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	54
Tabel 4.1 Profil Partisipan dan Wawancara.....	66
Tabel 4.2 Respon Partisipan Terhadap Controllable Factors dan Uncontrollable Factors	67
Tabel 4.3 Respon Partisipan Tentang Transformasi Digital	73
Tabel 4.4 Respon Partisipan Terhadap Pembaruan Strategis	76
Tabel 4.5 Respon Partisipan Terhadap Efektivitas Organisasi	79
Tabel 4.6 Respon Partisipan Terhadap Market Capability	82
Tabel 4.7 Pertumbuhan Penjualan	83
Tabel 4.8 Pertumbuhan Laba	83
Tabel 4.9 Respon Partisipan Terhadap Business Performance.....	85
Tabel 4. 10 Daftar Angket Pernyataan.....	89
Tabel 4. 11 Deskriptif Unconrollable Factors.....	96
Tabel 4. 12 Deskriptif Controllable Factors	97
Tabel 4. 13 Deskriptif Variabel Transformasi Digital	97
Tabel 4. 14 Deskriptif Variabel Pembaruan Strategis	98
Tabel 4. 15 Deskriptif Variabel Efektivitas Organisasi	99
Tabel 4. 16 Deskriptif Market Capability	99
Tabel 4. 17 Deskriptif Business Performance.....	100
Tabel 4. 18 Construct Reliability dan Validity First Order tanpa Variabel moderasi	102
Tabel 4. 19 Construct Validity dan Reliability First Order tanpa Variabel moderasi (Setelah Eliminasi Indikator Terendah)	105
Tabel 4. 20 Discriminant Validity First Order tanpa Variabel moderasi.....	106
Tabel 4. 21 Outer Loading Second Order tanpa Variabel Moderasi	107
Tabel 4. 22 Construct Reliability and Validity	108
Tabel 4. 23 Discriminant Validity Kriteria HTMT.....	108
Tabel 4. 24 Discriminant Validity Kriteria Fornell-Larcker.....	108
Tabel 4. 25 Multicollinearity	108

Tabel 4. 26 Tingkat Signifikansi dan Relevansi Hubungan Model Struktural Tanpa Variabel Moderasi	109
Tabel 4. 27 Explanatory Power.....	109
Tabel 4. 28 Effect Size.....	109
Tabel 4. 29 Model Fit.....	110
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Relasi Struktural	110
Tabel 4. 31 Construct reliability and validity	113
Tabel 4. 32 Discriminant Validity Kriteria Fornell-Larcker.....	116
Tabel 4. 33 Outer Loading dengan Variabel Moderasi MC1/ SG	117
Tabel 4. 34 Construct Reliability and Validity	118
Tabel 4. 35 Validitas Diskriminan Menggunakan Kriteria HTMT	118
Tabel 4. 36 Validitas Diskriminan Menggunakan Kriteria Fornell-Larcker	118
Tabel 4. 37 Multikolinearitas	120
Tabel 4. 38 Signifikansi Dan Relevansi Hubungan	120
Tabel 4. 39 Explanatory Power.....	121
Tabel 4. 40 Effect Size.....	121
Tabel 4. 41 Goodness of Fit.....	122
Tabel 4. 42 Rekapitulasi Relasi Struktural	122
Tabel 4. 43 Construct Reliability and Validity	127
Tabel 4. 44 Discriminant validity	128
Tabel 4. 45 Outer Loading	129
Tabel 4. 46 Construct reliability and validity	130
Tabel 4. 47 Discriminant Validity Kriteria HTMT.....	130
Tabel 4. 48 Discriminant Validity Kriteria Fornell-Larcker.....	130
Tabel 4. 49 Multikolinearitas	132
Tabel 4. 50 Signifikansi Dan Relevansi Hubungan	132
Tabel 4. 51 Explanatory Power.....	133
Tabel 4. 52 Effect Size.....	133
Tabel 4. 53 Goodness of Fit.....	134
Tabel 4. 54 Rekapitulasi Relasi Struktural	134
Tabel 4. 55 Peringkat Global Internet 2024.....	144
Tabel 4. 56 Penilaian Indikator Indonesia dalam Berbagai Indeks Global.....	147
Tabel 4. 57 Pendapatan dan Laba Telepon Selular Indonesia	148

Tabel 5. 1 <i>Conceptual Differential Matrix</i> : Teori Konvensional versus Panca Tama Pranata	188
Tabel 6. 1 Ringkasan Perbandingan Kebaruan Model Panca Tama Pranata dengan Studi Terdahulu	213
Tabel 6. 2 Ruang Generalisasi Model Panca Tama Pranata per Sektor.....	225
Tabel 7. 1 Ringkasan Kaitan antara Pertanyaan Penelitian, Temuan Utama, dan Dimensi Kebaruan Penelitian	232

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 ASEAN IT Spending Sumber: International Data Corporation.....	2
Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia Sumber: Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2023.....	3
Gambar 1. 3 Perusahaan Penyelenggara Telekomunikasi Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023	7
Gambar 1. 4 Kerangka Umum Permasalahan Penelitian	9
Gambar 1. 5 Posisi Penelitian dan Arah Kontribusi dalam Lanskap Kajian Terdahulu.....	16
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Relasional Pembaruan Kebijakan Strategis dalam Determinasi Teknologi.....	33
Gambar 2. 2 Model Konseptual Relasional Penelitian	38
Gambar 3. 1 Integrasi Reflektif Mixed-Methods Sequential Exploratory dalam Kerangka Pendekatan Abduktif.....	43
Gambar 3. 2 Dioperasionalkan Struktur Relasional dan Indikator Konstruk Penelitian	50
Gambar 4. 1 Perbaikan Model Penelitian Hasil Fase Kualitatif	93
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis. Kelamin	95
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia	95
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Masa Kerja	95
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jabatan.....	95
Gambar 4. 6 Model Pengujian tanpa Variabel Moderasi.....	101
Gambar 4. 7 Evaluasi First Order Model Tanpa Moderasi.....	103
Gambar 4. 8 Evaluasi First Order Model Tanpa Moderasi (Setelah Eliminasi Indikator Terendah).....	104
Gambar 4. 9 Evaluasi Second Order tanpa Variabel Moderasi	107
Gambar 4. 10 Evaluasi Model dengan Variabel Market Capability Sales Growth (MC1/ SG)	112
Gambar 4. 11 Evaluasi First Order Model Dengan Moderasi Sales Growth (MC1/ SG)	114
Gambar 4. 12 Evaluasi First Order Model Dengan Moderasi Sales Growth (MC1/ SG) (Setelah Eliminasi Indikator Terendah).....	115
Gambar 4. 13 Evaluasi Second Order dengan Variabel Moderasi Sales Growth (MC1/ SG)	117

Gambar 4. 14 Simple Slope Analysis Strategic Renewal dengan Organizational Effectiveness	119
Gambar 4. 15 Simple Slope Analysis Digital Transformation dengan Strategic Renewal ...	119
Gambar 4. 16 Simple Slope Analysis Digital Transformation dengan Organizational Effectiveness	119
Gambar 4. 17 Model Pengujian Variabel Moderasi Profit Growth (MC2/ PG).....	124
Gambar 4. 18 Evaluasi First Order Model Dengan Moderasi Profit Growth (MC2/ PG).....	125
Gambar 4. 19 Evaluasi First Order Model Dengan Moderasi Profit Growth (Estimasi Ulang)	126
Gambar 4. 20 Evaluasi Second Order dengan Moderator Profit Growth (MC2/ PG).....	129
Gambar 4. 21 Simple Slope Analysis Strategic Renewal dengan Organizational Effectiveness	131
Gambar 4. 22 Simple Slope Analysis Digital Transformation dengan Strategic Renewal ...	131
Gambar 4. 23 Simple Slope Analysis Digital Transformation dengan Organizational Effectiveness	131
Gambar 4. 24 Model Penelitian	137
Gambar 4. 25 Perkembangan Teknologi dari 1G hingga 5G (Ahokangas & Aagaard, 2024)	143
Gambar 4. 26 Penetrasi Internet di Indonesia 2022-2024 Sumber: APJII, 2024.....	143
Gambar 4. 27 Tenaga kerja Sektor TIK di Indonesia Sumber: BPS, 2024	145
Gambar 4. 28 Survei Hambatan Utama Transformasi Digital Sumber Mc Kinsey (2018)...	145
Gambar 4. 29 ASEAN Digital Integration Index (ADII) 2021 Sumber: Budiarto et al. - Keminfo, 2024	146
Gambar 4. 30 Pendapatan dan EBITDA Agregat Perusahaan Telekomunikasi Indonesia ..	149
Gambar 4. 31 Jumlah dan Pertumbuhan Pelanggan Telepon Seluler (dalam juta pelanggan), 2018–2023 Sumber: BPS, 2024, diolah peneliti	150
Gambar 4. 32 Jumlah Pelanggan Internet, 2018–2023 Sumber: BPS, 2024	150
Gambar 4. 33 Perbandingan ARPU Operator Telekomunikasi (Rupiah per pelanggan per bulan)	151
Gambar 5. 1 Proses Sintesis Abduktif dari Model Empiris ke Model Konseptual Panca Tama Pranata.....	158
Gambar 5. 2 Hubungan Kausal Lima Pilar Panca Tama Pranata sebagai Sistem Adaptif Reflektif dalam Transformasi Digital	172
Gambar 5. 3 Ruang Aplikasi Model Panca Tama Pranata dalam Sektor Digital Nasional ..	204

Gambar 6. 1 Peta kebaruan konseptual yang menempatkan model Panca Tama Pranata relatif terhadap teori kebijakan konvensional.....	210
Gambar 6. 2 Spektrum Adaptasi Model Panca Tama Pranata pada Beragam Konteks Sektor	215
Gambar 6. 3 Kontribusi Ilmiah dan Praktis Model Panca Tama Pranata	222
Gambar 7. 1 Integrasi Kebaruan dan Kontribusi Penelitian	233