

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
BAB II .....	13
LANDASAN TEORI .....	13
2.1 Pemahaman Mengenai Digital Disruption .....	13
2.2 Kerangka Analisis untuk Disrupsi Digital .....	17
BAB III .....	47
METODE PENELITIAN .....	47
3.1 Rancangan Penelitian .....	47
3.2 Pendekatan Penelitian .....	49
3.3 Jenis Data .....	50
3.4 Instrumen Penelitian .....	50
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.6 Metode Analisis Data .....	51
3.7 Profil Perusahaan .....	57
BAB IV .....	64
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	64
4.1 Pertanyaan dan Topik Diskusi atau Wawancara .....	64
4.2 Analisis Hasil Wawancara .....	65

BAB V .....	80
SIMPULAN .....	80
5.1    Simpulan.....	80
5.2    Saran .....	83
5.3    Implikasi .....	94
5.4    Keterbatasan .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN I: DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA SEMI- STRUCTURED .....	99
LAMPIRAN II: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN METODE SEMI- STRUCTURED .....	106
1.    Wawancara I.....	106
2.    Wawancara II .....	121

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rerangka yang Digunakan untuk Mengukur Kesiapan Perusahaan atau Organisasi dalam Menghadapi Disrupsi Digital .....	20
Tabel 2.2 Perbedaan antara <i>Strategic Alignment</i> dengan Pandangan Tradisional	37
Tabel 2.3 Identifikasi Sambungan atau Koneksi yang Lemah pada Perusahaan ..	40
Tabel 2.4 Cara Memperkuat Sambungan atau Koneksi yang Lemah .....	40
Tabel 3.1 Parameter untuk mengukur kesiapan perusahaan dalam menghadapi disrupsi digital .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Inovasi Disruptif .....	17
Gambar 2.2 Contoh Perusahaan yang Mentransformasikan Model Bisnisnya.....	25
Gambar 2.3 Business Model Framework.....	26
Gambar 2.4 Metrik dan Ukuran Daya Tarik Digital .....	32
Gambar 2.5 Korelasi Ukuran Daya Tarik Digital dengan Kapitalisasi Pasar .....	33
Gambar 2.6 Strategic Alignment Model .....	35
Gambar 2.7 Perspektif Strategi Bisnis sebagai Driver: Eksekusi Strategi dan Potensi Teknologi .....	37
Gambar 2.8 Perspektif Strategi TI sebagai Driver: Potensi Kompetitif dan Level Layanan .....	37
Gambar 2.9 The Innovation Value Chain: An Integrated Flow.....	39
Gambar 2.10 Matriks untuk Menentukan Tim dan Struktur Organisasi untuk Melakukan Inovasi .....	46
Gambar 3.1 Diagram Alur Rancangan Penelitian.....	49
Gambar 3.2. The Telkom Way.....	59
Gambar 4.1 <i>Strategic Alignment</i> pada Mitratel: Perspektif Eksekusi Strategi .....	75
Gambar 4.2 <i>Strategic Alignment</i> pada Mitratel: Perspektif Potensi Teknologi .....	75