

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xii
Abstract.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Pertanyaan penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Lingkup Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Bisnis MVNO.....	10

2.2. Konsep Manajemen Strategis.....	12
2.3. Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.4. Analisis Lingkungan Internal	18
2.5. Matriks SPOT	20
2.6. Strategi Bersaing	23
2.7. Strategi Bersaing di Pasar Global.....	25
2.8. <i>Analytic Network Process</i> (ANP)	27
2.8.1. Geometric Mean.....	34
2.8.2. <i>Rater Agreement</i>	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Obyek Penelitian.....	36
3.2. Pengumpulan data.....	37
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4. Metode analisis.....	39
3.5. Profil Perusahaan.....	41
3.5.1. Profil TelkomGroup.....	41
3.5.2. Profil PT Telekomunikasi Indonesia International.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Perkembangan Bisnis MVNO.....	48
4.2 Analisis Situasi Lingkungan Eksternal.....	53

4.2.1 Analisis PESTEL.....	53
4.2.2 Analisis Lingkungan Industri.....	53
4.3 Analisis Situasi Lingkungan Internal.....	69
4.3.1 Analisis Matriks SPOT.....	70
4.4 <i>Analytic Network Process (ANP)</i>	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Simpulan.....	93
5.2. Saran.....	95
Daftar Pustaka.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Pedoman Pemberian Nilai dalam Perbandingan Berpasangan	29
Tabel 2.2. Nilai <i>Random Index (RI)</i>	31
Tabel 2.3. <i>Supermatriks</i>	32
Tabel 2.4. Limit Hirarki <i>Supermatriks</i> (Komposisi Hirarki)	32
Tabel 3.1. Lingkup Anak Usaha Telin	48
Tabel 4.1. Hasil Penilaian atas <i>Porter Five Forces</i> di Negara Hongkong	68
Tabel 4.2. Faktor Pembentuk Kriteria (<i>Cluster</i>) dan Subkriteria (<i>Subcluster</i>)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Tahun 2015-2017 ...	3
Gambar 1.2. Grafik Pertumbuhan Produksi Suara Tahun 2015-2017	4
Gambar 1.3. Grafik Pertumbuhan Produksi SMS Tahun 2015-2017	5
Gambar 1.4. Grafik Pertumbuhan Produksi Data Personal Tahun 2015-2017	5
Gambar 2.1. Struktur Pasar dan Bisnis Model MVNO	11
Gambar 2.2. Tahapan Manajerial Penyusunan Strategi	14
Gambar 2.3. Faktor Lingkungan Makro Perusahaan	15
Gambar 2.4. <i>Five Forces Porter</i>	18
Gambar 2.5. Matriks SPOT	21
Gambar 2.6. Strategi Generik Keunggulan Bersaing	25
Gambar 2.7. Tiga Pendekatan dalam Strategi Bersaing Internasional	27
Gambar 2.8. Contoh Model Network ANP	28
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian	39
Gambar 3.2. Profil Singkat Telkom dan Entitas Anak Usaha	43
Gambar 3.3. Profil Struktur Organisasi Telin Hongkong	46
Gambar 4.1. Pertumbuhan Operator MVNO Dunia	50
Gambar 4.2. Pertumbuhan Pelanggan MVNO di Asia	52
Gambar 4.3. Segmen Pasar Bisnis MVNO	52
Gambar 4.4. Matriks SPOT	74
Gambar 4.5 Model Network pada Software SuperDecision.....	79

Gambar 4.6. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean.....	82
Gambar 4.7. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Kekuatan Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean.....	84
Gambar 4.8. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Masalah Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean	85
Gambar 4.9. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Peluang Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean	87
Gambar 4.10. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Ancaman Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean.....	88
Gambar 4.11. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Strategi Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean	89
Gambar 4.12. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Strategi Marketing Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean.....	89
Gambar 4.13. Hasil Sintesis Prioritas Aspek Strategi Operasional Berdasarkan Nilai Masing-Masing Responden dan Geometric Mean.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	98
Lampiran II: Perhitungan Geometric Mean & Rater Agreement	122
Lampiran III: Perhitungan Prioritas Per Kriteria	123