

KATA PENGANTAR	7
INTISARI.....	9
ABSTRACT.....	10
I. PENDAHULUAN	11
I.1 Latar Belakang	11
I.2 Permasalahan.....	13
I.3 Tujuan Penelitian.....	13
I.4 Manfaat Penelitian.....	14
I.5 Sistematika Penulisan.....	14
II. LANDASAN TEORI.....	14
II.1 Konsep Manajemen Strategis.....	15
II.2 Konsep Aliansi Strategis	19
II.2.1 Proses Pembentukan Aliansi.....	27
II.3 Analisis SWOT	29
II.3.1 SWOT Profile	29
II.3.2 SWOT Matrix	31
II.3.3 Matrik Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) ...	32
II.4 Analisis Five Forces dari Michael Porter	33
II.4.1 Kekuatan tawar supplier (bargaining power of supplier)	34
II.4.2 Kekuatan tawar pembeli (bargaining power of buyer)	35
II.4.3 Pendaatang baru (Potential New Entrants).....	35
II.4.4 Produk Pengganti (<i>substitute</i>).....	36
II.4.5 Persaingan dalam industri (internal rivalry)	37



II.5	Teori The Critical Driving Forces dan Robert Porter Lynch	38
II.6	Analisis Lingkungan Internal	40
II.6.1	Pengertian Lingkungan Internal	40
II.6.2	Lingkungan Internal Perusahaan	41
II.7	Analisis Lingkungan Eksternal	41
II.7.1	Pengertian Lingkungan Eksternal	41
II.7.2	Lingkungan Eksternal Perusahaan	42
III.	METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	47
III.1	Metode Penelitian	47
III.1.1	Jenis dan Obyek Penelitian	47
III.1.2	Data	47
III.1.3	Kerangka Analisis	49
III.2	Profil Perusahaan	50
III.2.1	HIMBARA	50
III.2.2	Telkom Group	51
IV.	ANALISIS PEMBENTUKAN ALIANSI	53
	HIMPUNAN BANK NEGARA (HIMBARA) DAN TELKOM GROUP	53
	DALAM PENYEDIAAN LAYANAN TRANSAKSI ELEKTRONIK	53
IV.1	Proses Bisnis Transaksi Elektronik	53
IV.2	Analisis Lingkungan Eksternal	55
IV.2.1	Lingkungan Demografi	55
IV.2.2	Lingkungan Sosial	60
IV.2.3	Lingkungan Politik Dalam Negeri	63
IV.2.4	Lingkungan Teknologi Informasi	65



IV.2.5	Lingkungan Perantara	68
IV.2.6	Lingkungan Kebijakan Industri dan Sectoral	70
IV.3	Analisis Lingkungan Internal	73
IV.3.1	Status Anggota Aliansi	73
IV.3.2	Pengalaman Anggota Aliansi.....	74
IV.3.3	Ketersediaan <i>Electronic Channel</i>	76
IV.3.4	Status Organisasi Link	80
IV.4	Analisis SWOT.....	81
IV.4.1	SWOT Profile	81
IV.4.2	Matrik SWOT	82
IV.4.3	Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).	83
IV.5	Analisis Porter's 5 Forces.....	87
IV.5.1	Kekuatan tawar pemasok (Bargaining power of supplier)	87
IV.5.2	Kekuatan Tawar Pembeli (Bargaining Power of Buyer).....	89
IV.5.3	Barang pengganti dan pelengkap (Substitute and complement).....	89
IV.5.4	New Entrants.....	91
IV.5.5	Internal Rivalry	93
IV.6	Analisis Proses Pembentukan Aliansi	94
IV.6.1	Misi dan Tujuan Perusahaan.....	94
IV.6.2	Critical Driving Forces	96
IV.6.3	Strategi	99
IV.6.4	Find Partner.....	99
IV.6.5	Negotiation.....	101
IV.6.6	<i>Statement of Principle</i>	106



IV.6.7 <i>Operating Plan</i>	107
IV.6.8 Structure & Legal.....	113
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
V.1 Kesimpulan.....	118
V.2 Saran.....	120