

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Definisi Strategi	11
2.2 Manajemen Strategis	13
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	15

2.3.1	Teori Lima Kekuatan Porter	18
2.3.2	Teori PESTEL	21
2.4	Analisis Lingkungan Internal	23
2.4.1	Pendekatan Berbasis <i>Resource Based View (RBV)</i>	24
2.4.2	Analisis Rantai Nilai	25
2.5	Keunggulan Kompetitif.....	28
2.5.1	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan.....	30
2.6	Kajian Penelitian Terdahulu	33
2.7	Kerangka Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN		38
3.1	Metode Penelitian	38
3.1.1	Desain Penelitian	38
3.1.2	Metode Pengumpulan Data	39
3.1.2.1	Wawancara dan Kuesioner	39
3.1.2.2	Obeservasi	42
3.1.2.3	Studi Pustaka	42
3.1.3	Metode Analisis Data	43
3.2	Profil Perusahaan	45
3.2.1	Sekilas Sejarah PT Metraplaza	45
3.2.2	Tentang eBay.com.....	46
3.2.3	Tentang Telkom Indonesia.....	47
3.2.4	Bidang Usaha dan Kegiatan Perusahaan	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	51
4.1.1 Analisis PESTEL	51
4.1.1.1 Faktor Politik.....	51
4.1.1.2 Faktor Ekonomi.....	54
4.1.1.3 Faktor Sosial Budaya	56
4.1.1.4 Faktor Teknologi	58
4.1.1.5 Faktor Lingkungan	60
4.1.1.6 Faktor Regulasi dan Hukum.....	61
4.1.2 Analisis Industri	66
4.1.2.1 Daya Tawar Konsumen.....	67
4.1.2.2 Daya Tawar Pemasok.....	68
4.1.2.3 Ancaman Produk Substitusi	69
4.1.2.4 Ancaman Pendatang Baru	71
4.1.2.5 Persaingan Diantara Rival	72
4.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	73
4.2.1 Analisis Rantai Nilai	74
4.2.1.1 Aktivitas Utama.....	74
4.2.1.2 Aktivits Pendukung	93
4.3 Identifikasi Sumber Daya dan Kapabilitas Blanja.com	103
4.4 Analisis Pendekatan Berbasis Sumber Daya.....	105
4.5 Identifikasi Keunggulan Kompetitif berkelanjutan.....	110

BAB V KESIMPULAN	117
5.1 Simpuln	117
5.2 Keterbatasan Penelitian	119
5.3 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ranking 10 Negara dengan Jumlah Start-up Terbesar di Dunia	1
Tabel 2.1 The VRIO Framework	33
Tabel 3.1 Daftar Responden Pihak Internal Perusahaan (Blanja.com)	41
Tabel 3.2 Daftar Responden Pihak Eksternal Perusahaan	41
Tabel 4.1 Kesimpulan Dari Analisis Lingkungan Eksternal Makro	63
Tabel 4.2 Analisis Daya Tawar Konsumen	67
Tabel 4.3 Analisis Daya Tawar Pemasok	68
Tabel 4.4 Analisis Ancaman Produk Substitusi	69
Tabel 4.5 Analisis Ancaman Pendetang Baru	71
Tabel 4.6 Analisis Persaingan diantara Rival	72
Tabel 4.7 Aktivitas Utama pada Rantai Nilai Blanja.com	103
Tabel 4.8 Aktivitas Utama pada Rantai Nilai Blanja.com	104
Tabel 4.9 Analisis VRIO terhadap sumber daya perusahaan	106
Tabel 4.10 Analisis VRIO terhadap kapabilitas perusahaan	107
Tabel 4.11 Identifikasi Keunggulan Kompetitif atas Sumber Daya Perusahaan	110
Tabel 4.12 Identifikasi Keunggulan Kompetitif atas Kapabilitas Perusahaan ...	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan Antara Kekuatan Eksternal dan Perusahaan.....	16
Gambar 2.2 Komponen Lingkungan Makro	17
Gambar 2.3 Lima Kekuatan Porter	18
Gambar 2.4 Porter’s Value Chain Framework	26
Gambar 2.5 Tiga Strategi Generik	29
Gambar 2.6 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3.1 Alur Penelitian	39
Gambar 3.2 Kerangka Metode Analisis Miles dan Huberman	43
Gambar 3.3 Ekosistem Blanja.com.....	49
Gambar 3.4 Jenis Produk dari Blanja.com.....	50
Gambar 4.1 Besaran PDB Menurut Komponen Pengeluaran (2018)	54
Gambar 4.2 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Menurut Kelompok Pengeluaran (TW III 2018 Dibanding TW III 2017)	57
Gambar 4.1 Layanan produk digital di Blanja.com.....	78
Gambar 4.2 Pilihan metode pembayaran di blanja.com	79
Gambar 4.3 Pilihan metode pembayaran di ebay.blanja.com.....	80
Gambar 4.4 Keunggulan ebay.blanja.....	85
Gambar 4.5 Promo kerjasama partner	87
Gambar 4.6 Kategori penawaran di ebay.blanja.....	88
Gambar 4.7 Event Telkom Craft Indonesia	89
Gambar 4.8 Event IBD Expo	89
Gambar 4.8 Layanan “Hubungi Penjual” di situs web Blanja	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data Kuesioner Lima Kekuatan Porter	123
Lampiran 2 Hasil Olahan Rantai Nilai Blanja.com	124
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Penelitian.....	125