

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Metode Penelitian	7
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	7
1.6.2 Metode Analisis Data	8
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian dan Konsep Strategi	13
2.2 Manajemen Strategi	16
2.3 Proses Manajemen Strategi	16
2.4 Tingkatan Strategi	18
2.5 Kompetensi Inti dan Keunggulan Kompetitif	19
2.6 Strategi Bersaing	22



2.6.1	Strategi Bersaing Generik Porter	23
2.7	Analisis Lingkungan Bisnis	29
2.7.1	Analisis Eksternal	31
2.7.1.1	Analisis Five Forces Porter	31
2.7.1.2	Industry Driving Forces	36
2.7.1.3	Industry Key Succes Factors	38
2.7.2	Analisis Lingkungan Internal	39
2.7.2.1	Value Chain Analysis	39
2.7.2.1.1	Aktivitas utama	41
2.7.2.1.2	Aktivitas Pendukung	42
2.8	Analisis SWOT	43
 BAB III PROFIL PERUSAHAAN DAN PROFIL INDUSTRI		
3.1	Profil Perusahaan	49
3.1.1	Sejarah Perusahaan	49
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	51
3.1.2.1	Visi	52
3.1.2.2	Misi	53
3.1.3	Perkembangan Nokia Siemens Network di Indonesia	53
3.1.4	Produk PT Nokia Siemens Network	55
3.1.5	Strategi Perusahaan	57
3.2	Profil Industri	59
3.2.1	Sejarah Industri Telekomunikasi	59
3.2.2	Pemain Dalam Industri	61
3.2.3	Karakteristik Vendor Sebagai Pemain Dalam Industri	64
3.2.4	Karakteristik Operator Sebagai Pembeli Dalam Industri	65
3.2.5	Scope Persaingan Antar Vendor	67
3.2.6	Struktur Industri dan Program Pemerintah	69
3.2.7	Tingkat Pertumbuhan Vendor Dalam Industri	74
3.2.8	Perkembangan Teknologi Seluler	74
3.2.9	Keberhasilan Pemain dalam Industri	78



BAB IV	ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL	
4.1	Analisis Lingkungan Eksternal	84
4.1.2	Analisis Five Forces Porter	84
4.1.2.1	Competitive Rivarly Within an Industry	84
4.1.2.2	Threat of New Entrance	89
4.1.2.3	Threat of Subtitute Products	93
4.1.2.4	Bargaining Power of Supliers	96
4.1.2.5	Bargaining Power of Buyers	98
4.1.3	Industry Driving Forces	103
4.1.3.1	Perkembangan Teknologi	103
4.1.3.2	Trend Industri	104
4.1.3.3	Kependudukan dan Geografis Indonesia	104
4.1.3.4	Peranan Pemerintah	105
4.1.4	Key Success Factors	106
4.1.4.1	Kemampuan Memberikan Perangkat dan Layanan berkualitas	106
4.1.4.2	Keunggulan Teknologi	107
4.1.4.3	Inovasi	107
4.1.4.4	Manajemen dan Sumber Daya Manusia yang Handal	108
4.1.5	Opportunity and Thread	108
4.1.5.1	Peluang dalam Industri	108
4.1.5.2	Ancaman dalam Industri	109
BAB V	ANALISIS INTERNAL	
5.1	Value Chain Analysis	111
5.1.1	Aktivitas Utama	111
5.1.2	Aktivitas Pendukung	116
5.2	Strength and Weakness	123
5.2.1	Kekuatan Perusahaan	123
5.2.2	Kelemahan Perusahaan	124
BAB VI	EVALUASI STRATEGI BERSAING	
6.1	Analisis SWOT	126
6.1.1	Matriks Strategi Umum	126



6.1.2	Matriks SWOT	129
6.1.2.1	Strategi SO (Strength – Opportunity)	130
6.1.2.2	Strategi ST (Strength – Threat)	131
6.1.2.3	Strategi WO (Weakness – Opportunity)	132
6.1.2.4	Strategi WT (Weakness – Threat)	132
6.2	Evaluasi Strategi Bersaing	133
6.2.1	Apa yang Salah dengan Strategi Nokia Siemens Network Saat Ini	134
6.2.1.1	Situasi Baru	137
6.2.1.2	Beberapa Kemungkinan Asumsi yang Salah	138
6.2.1.3	Kendala dalam Implementasi	138
6.2.2	Apa yang Harus Dilakukan Selanjutnya	139
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		
7.1	Kesimpulan	144
7.2	Saran	148
DAFTAR PUSTAKA		