

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Perkembangan Internet di Indonesia	1
1.1.2 Pertumbuhan Ekonomi dan Pengaruhnya Terhadap Penetrasi Digital	3
1.1.3 Profil Pengguna Internet di Indonesia	4
1.1.4 Industri Portal Tenaga Kerja di Indonesia	6
1.1.4.1 Angkatan Kerja di Indonesia	6
1.1.4.2 Portal Lowongan Kerja Online	9
1.1.4.3 Persaingan pada Industri Platform Digital.....	11
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
17 Kontribusi Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Bagi Akademisi	16
1.5.2 Manfaat Bagi Pelaku Industri	17
1.5.3 Manfaat Bagi Penulis	17
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	18
1.7 Sistematika Penulisan	18

BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Teori Inovasi Disruptif	20
2.2 Digitalisasi	20
2.3 Ekonomi Platform	22
2.4 Platform Multisisi	22
2.4.1 Efek Jaringan	23
2.4.2 Dilema Ayam dan Telur Pada Platform Multisisi	24
2.5 Analisis Posisi Kompetitif pada Pasar	27
2.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal	27
2.5.1.1 Lingkungan Politik	28
2.5.1.2 Lingkungan Ekonomi	29
2.5.1.3 Lingkungan Sosial Masyarakat	30
2.5.1.4 Perkembangan Teknologi	31
2.5.1.5 Faktor Lingkungan Alam	32
2.5.1.6 Faktor Lingkungan Hukum	33
2.5.2 Analisis Tingkat Persaingan	33
2.5.2.1 Persaingan Yang Tengah Terjadi Antar Sesama Organisasi Bisnis	34
2.5.2.2 Ancaman dari Pemain Baru	35
2.5.2.3 Ancaman dari Produk Pengganti	36
2.5.2.4 Daya Tawar Pemasok	36
2.5.2.5 Daya Tawar Pelanggan	36
2.6 Analisis Posisi Tingkat Persaingan dengan Kerangka Kerja SWOT	37
2.7 Model Bisnis	38
2.7.1 Definisi Model Bisnis	38
2.7.2 Manfaat Model Bisnis	38
2.7.3 Klasifikasi Model Bisnis	40
2.7.4 Variabel Model Bisnis	41
2.7.5 Inovasi Model Bisnis	49

BAB III METODA PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	51
3.1 Metoda Penelitian.....	51
3.1.1 Metoda Pengumpulan Data	51
3.1.2 Alur Penelitian	53
3.1.3 Metoda dan Alat Analisis Data	54
3.1.4 Metoda dan Alat Analisis Data	55
3.2 Profil Perusahaan	56
3.2.1 Sejarah Perusahaan	56
3.2.2 Visi dan Misi Perusahaan	57
3.2.3 Model Interaksi pada Platform Multi-sisi Perusahaan	57
3.1.4 Pengguna Platform PT.TKS	60
3.1.4.1 Pencari Kerja	60
3.1.4.2 Pencari Tenaga Kerja	61
3.1.4.3 Rekan <i>Headhunter</i>	62
3.1.5 Model Bisnis Sembilan Blok Perusahaan	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Analisis Posisi Kompetitif pada Pasar	64
4.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal Berdasarkan Data Sekunder.....	64
71714.1.2 Analisis PESTLE	65
4.1.2.1 Lingkungan Politik	66
4.1.2.2 Lingkungan Ekonomi	67
4.1.2.3 Lingkungan Sosial	69
4.1.2.4 Perkembangan Teknologi	71
4.1.2.5 Lingkungan Hukum	73
4.1.2.6 Lingkungan Alami	74
4.1.3 Analisis Lima Kekuatan Porter	75
4.1.3.1 Tingkat Persaingan Antar Pesaing di Dalam Industri	75
4.1.3.2 Ancaman dari Pemain Baru	78
4.1.3.3 Ancaman dari Produk Pengganti	80
4.1.3.4 Ancaman dari Daya Tawar Pemasok	81
4.1.3.5 Ancaman dari Daya Tawar Pelanggan	83

4.1.3.6 Kesimpulan Lima Kekuatan Porter	84
4.2 Alasan PT.TKS Mengoptimalkan Sisi Rekan <i>Headhunter</i>	84
4.3 Analisis SWOT	88
4.3.1 Kekuatan Perusahaan	88
4.3.2 Kelemahan Perusahaan	90
4.3.3 Peluang Perusahaan	92
4.3.4 Ancaman yang Dihadapi Perusahaan	94
4.3.5 Kesimpulan SWOT Perusahaan	95
4.4 Model Bisnis Sembilan Blok	97
4.4.1 Segmen Pelanggan	97
4.4.2 Proposisi Nilai	101
4.4.3 Kanal Penyampaian	106
4.4.4 Hubungan dengan Pelanggan	109
4.4.5 Aktivitas Utama	111
4.4.6 Aliran Pendapatan	115
4.4.7 Sumber Daya Utama	116
4.4.8 Struktur Biaya	118
4.4.9 Kemitraan kunci	120
4.4.9.1 Mitra Perusahaan yang Tidak Langsung Terlibat dalam Ekosistem Platform.....	120
4.4.9.2 Mitra Perusahaan yang Secara Langsung Terlibat dalam Ekosistem Platform	123
4.4.9.3 Kesimpulan Kemitraan Kunci Perusahaan	124
4.4.10 Kesimpulan Kanvas Model Bisnis Perusahaan.....	126
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Simpulan	130
5.2 Saran	134
5.3 Keterbatasan Penelitian	134
Daftar Pustaka.....	136

Porter, M. E. (1999). *The Five Forces*. Dikutip Mei 18, 2019, dari

<https://www.isc.hbs.edu/strategy/business-strategy/Pages/the-five-forces.aspx>

Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*. Dikutip Mei 18, 2019, dari <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy>.

Pratama, A., & Al-Shaikh, M. (2012). Relation and Growth of Internet Penetration Rate with Human Development Level from 2000 to 2010. *Communications of the IBIMA*, 1-8. doi:10.5171/2012.778309

Tjan, A. K. (n.d.). What High-Quality Revenue Looks Like. Dikutip Februari, 2013 dari <https://hbr.org/2013/02/what-high-quality-revenue-look.html>.

UNFPA (2016, May 5). Demographic Dividend. Dikutip Juni 21, 2019, dari <https://www.unfpa.org/demographic-dividend>

Unruh, G., & Kiron, D. (2017, November 6). Digital Transformation on Purpose. Dikutip Juni 21, 2019, dari <https://sloanreview.mit.edu/article/digital-transformation-on-purpose/>

Worthington, I., Chris, B., & Ed, T. (2018). *Business Environment : A global perspective*. London: Pearson Education.

Yip, G. S. (1982). Gateways to Entry. *Harvard Business Review*. Dikutip Mei 18, 2019, dari <https://hbr.org/1982/09/gateways-to-entry>.