

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Daftar Singkatan.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Lingkup Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Strategi Bisnis.....	10
2.1.2. Analisis Lingkungan Bisnis.....	12
2.1.2.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	14
2.1.2.1.1. Analisis PESTLE.....	15
2.1.2.1.2. Five Forces Analysis.....	18
2.1.2.2. Analisis Lingkungan Internal.....	21
2.1.3. Key Success Factors.....	25

2.1.4. Analisis SWOT.....	26
2.1.5. Generic Competitive Strategies.....	29
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Kerangka Penelitian.....	32
BAB III METODA PENELITIAN.....	34
3.1. Desain Penelitian.....	34
3.2. Metoda Pengumpulan Data.....	34
3.2.1. Kriteria Pemilihan Informan.....	35
3.3. Instrumen Penelitian.....	36
3.4. Metoda Analisis Data.....	37
3.4.1. Proses Analisis Data.....	38
3.4.2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	39
3.4.2.1. Analisis Faktor Internal.....	39
3.4.2.2. Analisis Faktor Eksternal.....	40
3.4.2.2.1. Analisis PESTLE.....	40
3.4.2.2.2. Analisis Five Forces.....	41
3.4.3. Analisis SWOT.....	43
3.4.3.1. IFAS (Internal Factor Analysis Strategy)	43
3.4.3.2. EFAS (External Factor Analysis Strategy)	44
3.5. Profil Kasus.....	46
3.5.1. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan.....	47
3.5.2. Struktur Organisasi Unit Bisnis Digital.....	48
3.5.3. Jenis Produk yang Dikelola Unit Bisnis Digital.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Profil Informan.....	51
4.2. Faktor Keunggulan Bersaing Unit Bisnis Digital PT Telkom.....	52
4.2.1. Analisis Internal.....	52
4.2.1.1. Analisis Kondisi VRIO.....	53
4.2.2. Analisis Eksternal.....	65
4.2.2.1. Analisis Kondisi PESTLE.....	66
4.2.2.1.1. Lingkungan Politik.....	66

4.2.2.1.2. Lingkungan Ekonomi.....	67
4.2.2.1.3. Lingkungan Sosial.....	69
4.2.2.1.4. Lingkungan Teknologi.....	70
4.2.2.1.5. Lingkungan Legal.....	71
4.2.2.2. Analisis Kondisi Kekuatan Industri.....	77
4.2.2.2.1. Tingkat Persaingan.....	78
4.2.2.2.2. Ancaman Pendetang Baru.....	81
4.2.2.2.3. Ancaman Produk Substitusi.....	84
4.2.2.2.4. Kekuatan Daya Tawar Pemasok.....	86
4.2.2.2.5. Kekuatan Daya Tawar Konsumen.....	86
4.2.2.3. Key Success Factors.....	98
4.3. Perumusan Strategi Unit Bisnis Digital PT Telkom.....	99
4.3.1. Faktor Eksternal dan Faktor Internal dalam Peningkatan Keunggulan Bersaing Unit Bisnis Digital PT Telkom.....	100
4.3.2. Matriks Analisis Situasi Lingkungan Eksternal	101
4.3.3. Matriks Analisis Situasi Lingkungan Internal.....	103
4.3.4. Matriks Analisis IE (Internal – Eksternal)	105
4.3.5. Matriks Analisis SWOT	106
4.3.6. Strategi Kompetitif Generik.....	110
BAB V SIMPULAN.....	111
5.1. Simpulan.....	111
5.2. Implikasi.....	114
5.3. Keterbatasan.....	116
5.4. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	121