



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang Masalah	14
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Pertanyaan Penelitian	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Strategi <i>Turnaround</i>	20
2.2 Jenis-jenis <i>Turnaround</i>	21
2.3 Proses <i>Turnaround</i>	23
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal (PESTEL).....	24
2.4.1 Politik	25
2.4.2 Ekonomi	25
2.4.3 Sosial.....	26



2.4.4	Teknologi	26
2.4.5	Lingkungan	26
2.4.6	Legal / Regulasi.....	27
2.5	Analisis Lingkungan Industri (<i>Five Forces Model</i>)	27
2.6	Analisis Lingkungan Internal	30
2.6.1	The VRIO Framework	31
2.7	Analisis Faktor Sukses Kunci (<i>Key Success Factor</i>)	33
2.8	Analisis SWOT.....	35
2.8.1	Kekuatan (<i>Strengths</i>).....	36
2.8.2	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).....	36
2.8.3	Peluang (<i>Opportunities</i>).....	36
2.8.4	Ancaman (<i>Threats</i>).....	36
2.9	<i>Business Model Canvas</i>	37
2.9.1	Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>).....	38
2.9.2	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	38
2.9.3	Hubungan dengan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	38
2.9.4	Saluran (<i>Channels</i>).....	39
2.9.5	Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>).....	39
2.9.6	Aktifitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	39
2.9.7	<i>Key Partnership</i>	39
2.9.8	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	39
2.9.9	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>).....	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Metoda Pengumpulan Data	42
3.2.1	Data Primer	42
3.2.2	Data Sekunder	43
3.3	Metode Analisis Data	45
3.4	Profil NET	46
3.4.1	Sejarah Perusahaan.....	46
3.4.2	Misi dan Visi	47
3.4.3	Kondisi NET	47



3.5	Struktur Organisasi NET	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Analisis Lingkungan Eksternal (PESTL)	52
4.1.1	Politik	52
4.1.2	Ekonomi	55
4.1.3	Sosial	57
4.1.4	Teknologi	58
4.1.5	Legal atau Hukum	60
4.2	Analisis Five Forces Porter	61
4.2.1	Ancaman Masuknya Pendaang Baru (<i>Threats of new entrants</i>)....	62
4.2.2	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	62
4.2.3	Persaingan antar Perusahaan dalam Industri (<i>Rivalry among Existing Firms</i>)	63
4.2.4	Ancaman dari Produk Substitusi (<i>Threats of Substitute Product</i>) ..	64
4.2.5	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	65
4.3	Analisis Lingkungan Internal	66
4.3.1	Analisis VRIO	67
4.4	Analisis Key Success Factor	79
4.5	Analisis SWOT.....	80
4.5.1	Strength (Kekuatan)	81
4.5.2	Weakness (Kelemahan).....	86
4.5.3	Opportunity (Peluang).....	89
4.5.4	Threat (Ancaman)	91
4.6	Strategi <i>Turnaround</i> NET	92
4.6.1	Menahan penurunan (<i>decline stemming strategy</i>).....	93
4.6.2	Strategi pemulihan (<i>recovery strategy</i>)	95
4.7	Kanvas Model Bisnis.....	96
4.7.1	Kanvas Model Bisnis Awal NET	97
4.7.2	Model Bisnis Kanvas NET yang Baru	108
BAB V KESIMPULAN		118
5.1	Kesimpulan.....	118



5.2	Saran	121
	Daftar Pustaka	123
	Lampiran 1	126
	Lampiran 2	137
	Lampiran 3	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1- 1: Penetrasi Pengguna Internet	15
Gambar 1- 2: Share of Time untuk Konsumsi Media	16
Gambar 1- 3: Duplikasi pada media konvensional dan digital	17
Gambar 2- 1 : Rerangka Lingkungan Eksternal Perusahaan	24
Gambar 2- 2 : Lima Kekuatan Bersaing menurut Porter (Five Forces Porter)	28
Gambar 2- 3 : Kanvas Bisnis Model	37
Gambar 3- 1: Struktur Organisasi NET	51
Gambar 4- 1: Kepemirsaaan Televisi pada Pemilu 2019	53
Gambar 4- 2: Pertumbuhan Ekonomi dan Volume Perdagangan Dunia	55
Gambar 4- 3: Rata-rata waktu yang Dhabiskan Pengguna Internet	57
Gambar 4- 4: Indeks Kualitas Program Siaran Berita Berdasarkan Lembaga Penyiaran ..	71
Gambar 4- 5: Nominasi Asia Television Award 2016	82
Gambar 4- 6: Produk Digital NET	84
Gambar 4- 7: Indonesia Millennial Report 2020	89
Gambar 4- 8: Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023	90
Gambar 4- 9: Jadwal Tayang tanggal 3 dan 4 Januari 2020	94
Gambar 4- 10: Jadwal Tayang Program NET Per 4 Maret 2020	96
Gambar 4- 11: Profil Generasi Milenial Indonesia	99



DAFTAR TABEL

Tabel 3-1 Tabel Sumber dan Metode Pengumpulan Data	44
Tabel 3-2 Data Perolehan Share 15 Televisi Nasional Tahun 2013-2015	49
Tabel 3-3 Data Perolehan Share 15 Televisi Nasional Tahun 2019	50
Tabel 4-1 Ringkasan Analisis Five Forces Porter.....	66
Tabel 4-2 Analisis VRIO Sumber Daya	73
Tabel 4-3 Analisis VRIO Kapabilitas	78
Tabel 4-4 Analisis Faktor Sukses Kunci.....	79
Tabel 4-5 Analisis SWOT NET	92
Tabel 4-6 Model Bisnis NET Awal.....	107
Tabel 4-7 Model Bisnis NET yang Baru	117
Tabel 5-1 Perbandingan Model Bisnis NET	119