

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Lingkup Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Konsep Manajemen Strategi.....	11
2.2. Analisis Faktor Eksternal	13
2.2.1. Analisis PESTEL	14
2.2.2. Analisis Lima Kekuatan Porter.....	16
2.3. Faktor Sukses Kunci.....	19
2.4. Analisis Faktor Internal	20
2.4.1. Analisis Rantai Nilai.....	20
2.4.2. Analisis VRIO	23
2.5. Analisis SWOT.....	25
2.5.1 Matriks SWOT.....	25
2.6. Strategi Bersaing Generik.....	26

2.7. Kajian Penelitian Terdahulu	29
2.8. Kerangka Penelitian	30
BAB III METODA PENELITIAN	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Metoda Pengumpulan Data	33
3.3. Protokol Wawancara	34
3.4. Instrumen Penelitian	36
3.4.1. Analisis Faktor Eksternal	36
3.4.2. Analisis Faktor Internal	38
3.4.3. Faktor Sukses Kunci	39
3.4.4. Analisis Matriks SWOT	39
3.4.5. Strategi Bersaing Generik	40
3.5. Metoda Analisis Data	41
3.5.1. Persiapan Data	41
3.5.2. Proses Analisis Data	43
3.6. Profil Kasus	45
3.6.1. Tujuan, Visi, dan Misi Telkom	46
3.6.2. Budaya Perusahaan	47
3.6.3. Profil Divisi Wholesale Telkom	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Analisis Faktor Eksternal	51
4.1.1. Analisis PESTEL	51
4.1.2. Analisis Lima Kekuatan Porter	61
4.2. Faktor Sukses Kunci	68
4.3. Analisis Faktor Internal	70
4.3.1. Analisis Rantai Nilai	70
4.3.2. Analisis VRIO	79
4.4. Identifikasi Alternatif Strategi Perusahaan	82
4.4.1. Analisis Matriks SWOT	82
4.4.2. Strategi Bersaing Generik	85

BAB V SIMPULAN	88
5.1. Simpulan	88
5.2. Implikasi	89
5.3. Keterbatasan	89
5.4. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91