



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	4
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR LAMPIRAN	8
ABSTRAK	9
ABSTRACT	10
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	18
1.3 Pertanyaan Penelitian	19
1.5 Tujuan Penelitian	19
1.6 Manfaat Penelitian	20
1.7 Lingkup Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1 Strategi Bersaing	21
2.2 Manajemen Strategi	23
2.3 Lingkungan Eksternal	24
2.4 Lingkungan Internal	26
2.5 Five Forces	29
2.6 Rantai Nilai (Value Chain)	31
2.8 Analisis SWOT	33
2.9 Porter's Generic Strategy	36
2.10 Kerangka penelitian	37
BAB III METODA PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Metoda Pengumpulan Data	39
3.3 Instrumen Penelitian	43
3.4 Metode Analisis Data	43
3.4.1 Proses Analisis Data	44
3.4.2 Analisis Faktor Eksternal dan Internal	45
3.4.3 Tahap Input	55
3.4.4 Tahap Pencocokan	58



3.4.4 Tahap Keputusan	60
3.5 Profil Blanja.com	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	64
4.1.1 Analisis PESTEL	65
4.1.2 Rangkuman Peluang dan Ancaman dari Analisis <i>PESTEL</i>	83
4.1.3 Analisis Industri.....	85
4.1.4 Rangkuman Peluang dan Ancaman dari Analisis <i>Five Forces</i>	103
4.1.5 Faktor Lingkungan Eksternal yang Dapat Mempengaruhi Pertumbuhan Pengguna Blanja.com.....	105
4.2 Analisis Internal Perusahaan.....	110
4.2.1 Analisis Rantai Nilai	111
4.2.2 Rangkuman Analisis Rantai Nilai	131
4.2.3 Faktor Lingkungan Internal yang Mempengaruhi Pertumbuhan Pengguna	139
4.3 <i>Key Success Factors</i> (KSF)	142
4.4 Matriks Analisis Situasi Lingkungan Eksternal (EFE)	146
4.5 Matriks Analisis Situasi Lingkungan Internal (IFE)	149
4.6 Matriks IE (Internal-Eksternal)	152
4.7 Matriks SWOT	154
4.8 Tahap Keputusan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)	158
4.8 Strategi Bisnis <i>Porter's Competitive Strategy</i>	158
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	161
5.1 Kesimpulan	161
5.3 Keterbatasan.....	163
5.4 Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA	165
LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA	168
LAMPIRAN 2 Matriks IFE EFE	177
LAMPIRAN 3 Matriks QSPM.....	185