

DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Intisari.....	x
Abstract.....	xi
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Lingkup Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Manajemen Strategik	7
2.1.2 Model Manajemen Strategik	10
2.1.3 Level Strategi	10
2.2 Jenis-Jenis Strategi Generik.....	12
2.3 Market Attractiveness Dan Business Strength Matrix.....	13
2.4 Analisa SWOT.....	14
2.5 Profil Perusahaan	19
2.5.1 Sejarah Perusahaan.....	19
2.5.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	20
2.5.3 Struktur Pemegang Saham.....	20
2.5.4 Struktur Organisasi.....	20
2.5.5 Produk Dan Layanan.....	21
2.5.6 Cakupan Layanan.....	22
2.5.7 Target Pasar.....	23
BAB III Metode Penelitian	
3.1 Metode Penelitian.....	24
3.1.1 Sumber Data.....	24
3.1.2 Metode Dan Alat Analisis Data.....	25
3.1.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.1.2.2 Alat Analisis Data.....	25
BAB IV Analisa Dan Pembahasan	
4.1 Evaluasi Strategi “Partnership and Commission” PT H3I Dalam Menghadapi Persaingan Pasar	27
4.1.1 Analisa Market Attractiveness Dan Business Strengths Matrix.....	27
4.1.1.1 Data Masukan.....	27



4.1.1.2 Hasil Penghitungan Dan Pembahasan.....	31
4.1.1.2.1 Market Attractiveness.....	31
4.1.1.2.2 Business Strengths.....	34
4.1.1.2.3 Growth Orientation Matrix.....	37
4.2 Analisa SWOT	39
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	46
5.3 Rekomendasi.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Narasumber.....	24
Tabel 3.2 Jenis dan Proses Pengumpulan Data.....	25
Tabel 4.1 Data Industri Mobile Broadband di Indonesia.....	29
Tabel 4.2 Data penguasaan pasar (value) di Industri Mobile Broadband.....	29
Tabel 4.3 Data Pertumbuhan Revenue (IDR in mill) PT H3I.....	30
Tabel 4.4 Data Pertumbuhan Subscriber (in 000) PT H3I.....	30
Tabel 4.5 Total industri telekomunikasi seluler dan pertumbuhan pasar.....	32
Tabel 4.6 Penghitungan industri rating.....	33
Tabel 4.7 Penghitungan pertumbuhan industri <i>rating</i>	34
Tabel 4.8 Penghitungan rating tingkat percepatan pertumbuhan.....	36
Tabel 4.9 Penghitungan Commission rating.....	36
Tabel 4.10 Penghitungan rating distribution.....	37
Tabel 4.11 Analisa SWOT.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Manajemen Strategik.....	10
Gambar 2.2 Level of Strategy-Making.....	12
Gambar 2.3 Growth Orientation.....	14
Gambar 2.4 Tiga langkah analisa SWOT.....	16
Gambar 2.5 Struktur Marketing.....	21
Gambar 4.1 Growth Orientation Matrix.....	38