

Daftar Isi

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.6. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1. Penelitian Sebelumnya.....	16
2.2. Konsep Strategi.....	17
2.3. Konsep Perencanaan Unit Bisnis Strategis.....	21
2.4. Konsep Persaingan.....	24
2.4.1. Kekuatan Kompetitif.....	24
2.4.2. Strategi Kompetitif.....	26
2.5. Strategi Penantang Pasar.....	32
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	42
3.1. Metode Penelitian.....	42

3.2.1.	Pendekatan Penelitian.....	42
3.2.1.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.1.2.	Teknik Analisis Data.....	47
3.2.1.3.	Profil Narasumber.....	49
3.2.1.4.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
3.2.1.5.	Batasan Penelitian.....	50
3.2.	Profil Perusahaan.....	51
3.2.1.	Sejarah Perusahaan.....	51
3.2.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	55
3.2.3.	Budaya Perusahaan.....	56
3.2.4.	Nilai-Nilai Utama Perusahaan.....	57
3.2.5.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	58
3.2.6.	Penghargaan dan Pengakuan Perusahaan.....	59
BAB IV	63
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Analisa Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.2	Analisa Lingkungan Bisnis Perusahaan.....	64
4.2.1	Analisa Lingkungan Internal.....	64
4.2.2	Analisa Lingkungan Eksternal.....	69
4.3	Penetapan Strategi Perusahaan & Posisi Bersaing.....	78
4.3.1	Analisis Pesaing.....	79
4.3.2	Sasaran dan Posisi Perusahaan di dalam Persaingan.....	91
4.4	Strategi Smartfren Sebagai Penantang Pasar.....	91
4.5	Analisa Keseluruhan.....	108
BAB V	114
KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1	Kesimpulan.....	114
5.2	Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	122

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Komparasi Cakupan Layanan Operator 4G di Indonesia	64
Tabel 4.2 Komposisi Pelanggan Telekomunikasi 1H2016	74
Tabel 4.3 Komparasi Paket MiFi dan Paket Internet Seluruh	77
Tabel 4.4 Komparasi Produk Telekomunikasi (1)	80
Tabel 4.5 Komparasi produk telekomunikasi (2)	81
Tabel 4.6 <i>Brand Promise & Key Message</i>	83
Tabel 4.7 <i>Net Promoting Score</i> Smartfren	87

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Trend Industri Selular 2013 – 2020	2
Gambar 2.1 Proses Perencanaan Strategi Unit Bisnis	24
Gambar 2.2 General Strategi <i>Market Leader</i> , <i>Challenger</i> , <i>Follower</i> dan <i>Nicher</i>	29
Gambar 2.3 Struktur Pasar Hipotesis	30
Gambar 2.4 Tiga (3) Tahapan Marketing Strategies Untuk Penantang Pasar	33
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	43
Gambar 3.2 Kepemilikan Saham Perusahaan	51
Gambar 3.3 Peta Cakupan Layanan 4G Smartfren	55
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Smartfren	59
Gambar 4.1 Komparasi Cakupan Layanan Smartfren vs Operator lain	65
Gambar 4.2 Komparasi Cakupan Layanan Smartfren vs Operator lain (2)	66
Gambar 4.3 Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Telekomunikasi 2013-2019	74
Gambar 4.4 Komparasi <i>Revenue Share</i> Operator Telekomunikasi	75
Gambar 4.5 Komparasi Jumlah Komposisi Revenue Data dan Trafik	76
Gambar 4.6 Produk True Unlimited dengan Bundling Andromax	103
Gambar 4.7 Kampanye 4G-in aja, Mensasar Pelanggan dengan Handset Non 4G	107

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Rekaman Wawancara dengan VP Corporate Strategy	123
Lampiran 2 Rekaman Wawancara dengan GM Marketing & Comp. Intelligent	130