

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	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.9 Sistematika Penulisan	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Strategi	21
2.2 Five Generic Strategies	23
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	26
2.3.1 Analisis Karakteristik Industri	27
2.3.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	28
2.3.3 Analisis <i>Industry's Driving Forces</i>	43
2.4 Analisis Lingkungan Internal	44
2.5 Analisis SWOT	46
2.6 Key Success Factors	48
BAB III	50
METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	50
3.1 Metode Penelitian	50
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.1.2 Metode Analisis	53
3.2 Profil Perusahaan	66



3.2.1 Sejarah PT Jaringan Multimedia Indonesia.....	66
3.2.2 Visi, Misi dan Strategi PT Jaringan Multimedia Indonesia	67
3.2.3 Struktur Organisasi PT Jaringan Multimedia Indonesia	69
3.2.4Konfigurasi Internet PT Jaringan Multimedia Indonesia	71
BAB IV	74
ANALISIS DAN EVALUASI	74
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	74
4.3 Analisis Lingkungan Internal.....	151
4.4 Analisis SWOT.....	199
4.5 Key Success Factors	207
4.6 Evaluasi Strategi	209
4.7 Strategi Alternatif.....	211
4.8 Membandingkan Strategi	217
BAB V	218
KESIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN	218
a. Simpulan.....	218
b. Saran.....	219
c. Keterbatasan	221
DAFTAR PUSTAKA.....	222

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Penetrasi Dan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	5
Tabel 1.2 Warnet di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	8
Tabel 1.3 Mobile internet service provider DIY 2013-2016.....	11
Tabel 1.4 Fixed internet service provider DIY 2013-2015	12
Tabel 1.4 <i>Fixed internet service provider</i> DIY 2013-2015 (lanjutan)	13
Tabel 3.1 <i>VRIN Test</i>	62
Tabel 4.1 Jumlah Perusahaan Penyedia Jasa Internet di Indonesia.....	74
Tabel 4.2 <i>Threat of Potential New Entrants</i> Bisnis Penyedia Jasa Internet DIY.....	94
Tabel 4.3 Jumlah Pengguna Internet Dan Tingkat Penetrasinya DIY	97
Tabel 4.4 Warnet di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	100
Tabel 4.5 <i>Intensity of industry rivalry</i> bisnis penyedia jasa internet DIY	110
Tabel 4.6 Mobile Internet Service Provider DIY 2013-2016.....	113
Tabel 4.7 <i>Availability Of Substitutes</i> Bisnis Penyedia Jasa Internet DIY	118
Tabel 4.8 Daftar Pemasok Telekomunikasi dan Multimedia.....	125
Tabel 4.9 <i>Bargaining Power Of Suppliers</i> Bisnis Penyedia Jasa Internet DIY	127
Tabel 4.10 Urutan Provinsi Jumlah Pengguna Internet Pada 2014.....	129
Tabel 4.10 Urutan Provinsi Jumlah Pengguna Internet Pada 2014 (lanjutan)	130
Tabel 4.11 Warnet di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	131
Tabel 4.12 Jumlah Pengguna Internet Dan Tingkat Penetrasinya DIY	132
Tabel 4.13 <i>Bargaining Power Of Buyers</i> Bisnis Penyedia Jasa Internet DIY	139
Tabel 4.14 Rangkuman <i>five forces</i> Bisnis Penyedia Jasa Internet DIY	141
Tabel 4.15 Laporan Pendapatan PT Jaringan Multimedia Indonesia 2015-2016	153
Tabel 4.16 Harga Paket <i>Voucher net</i>	165
Tabel 4.17 Harga Paket Personal	165
Tabel 4.18 Karyawan PT Jaringan Multimedia Indonesia.....	176
Tabel 4. 19 Rangkuman <i>VRIN test functional capabilities</i> PT JMI.....	178
Tabel 4.20 Laporan Pendapatan PT Jaringan Multimedia Indonesia 2015-2016	181
Tabel 4.21 <i>VRIN test tangible resources</i> PT Jaringan Multimedia Indonesia	191
Tabel 4.22 Karyawan PT Jaringan Multimedia Indonesia.....	191
Tabel 4.23 Rangkuman <i>VRIN test intangible resources</i> PT JMI.....	196
Tabel 4. 24 <i>VRIN Test intangible and tangible resources</i> dan kapabilitas fungsional internal yang dimiliki PT JMI	197
Tabel 4.25 Rangkuman Analisis SWOT PT Jaringan Multimedia Indonesia.....	206

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	7
Gambar 2.1 <i>Five Generic Competitive Strategies</i>	24
Gambar 2.2 kerangka analisis Five Forces Model.....	28
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Jaringan Multimedia Indonesia	69
Gambar 3.2 Konfigurasi Broadband Internet Jaringan Multimedia Indonesia	73
Gambar 4.1 <i>Product Life Cycle</i>	77
Gambar 4.2 Kerangka Analisis <i>Five Forces Model</i>	84
Gambar 4.3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	98
Gambar 4.4 Konsumen Perusahaan Penyedia Jasa Internet.....	99
Gambar 4.5 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	132
Gambar 4.6 Tren Pendapatan PT Jaringan Multimedia Indonesia 2015-2016	154
Gambar 4.7 Jasa yang ditawarkan PT Jaringan Multimedia Indonesia	160
Gambar 4.8 Menara Pemancar dan Alat Penerima	168
Gambar 4.9 <i>Triangle Tower</i>	169
Gambar 4.10 Fungsi Kerja Repeater Terhadap <i>Obstacle</i> Bangunan	171
Gambar 4.11 Fungsi Kerja Repeater Pada Peningkatan Jangkauan.....	172
Gambar 4.12 Tren Pendapatan PT Jaringan Multimedia Indonesia 2015-2016	182
Gambar 4.13 Menara Pemancar dan Alat Penerima	184
Gambar 4.14 <i>Triangle Tower</i>	186
Gambar 4.15 Fungsi Kerja <i>Repeater</i> Terhadap <i>Obstacle</i> Bangunan	187
Gambar 4.16 Fungsi Kerja <i>Repeater</i> Pada Peningkatan Jangkauan	188
Gambar 4.17 Struktur Organisasi PT Jaringan Multimedia Indonesia	189