

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Pertanyaan penelitian.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Batasan Penelitian.....	11
G. Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Peranan Strategi Dalam Bisnis Perusahaan.....	14
B. Proses Manajemen Strategik.....	15
C. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	17
D. Analisis Lingkungan Eksternal.....	19

1. Analisis PESTEL.....	20
2. Analisis Lingkungan Industri.....	23
E. Analisis Lingkungan Internal.....	30
1. Analisis Rantai Nilai (value chain analysis).....	31
2. Analisis VRIO.....	35
F. Strategi Bersaing.....	39
G. Strategi Bersaing di Pasar Internasional.....	42
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	48
A. Objek Penelitian.....	48
B. Pengumpulan Data.....	48
1. Jenis dan Sumber Data.....	48
2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3. Metode Analisis Data.....	50
C. Profil Perusahaan.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Latar belakang ekspansi internasional.....	65
B. Analisis Lingkungan Eksternal.....	69
1. Analisis PESTEL.....	69
1.1. Analisis Politik dan Legal.....	69
1.2. Analisis Ekonomi.....	71
1.3. Analisis Sociokultural dan Ekologi.....	73
1.4. Analisis Teknologi.....	74
2. Analisis Lingkungan Industri.....	77

2.1. Persaingan Industri.....	79
2.2. Ancaman Pendetang Baru.....	89
2.3. Kekuatan Penawaran Pemasok.....	103
2.4. Kekuatan Penawaran Pembeli.....	115
2.5. Ancaman Produk Pengganti.....	127
C. Faktor Sukses Kunci	140
D. Analisis Internal.....	142
1.1 Analisis Rantai Nilai.....	143
E. Identifikasi keunggulan bersaing.....	165
F. Analisis VRIO.....	168
G. Identifikasi keunggulan kompetitif berkelanjutan.....	173
H. Formulasi Strategi Alternatif Perusahaan dalam bersaing di pasar internasional.....	178
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	187
A. Simpulan.....	187
B. Saran.....	191
DAFTAR PUSTAKA.....	193

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Keterangan	Hal.
Tabel 1.1	Penyelenggara Operator Seluler di Indonesia tahun 2015	1
Tabel 1.2	Proporsi kepemilikan saham Singtel di bisnis internasional	3
Tabel 1.3	Daftar perusahaan telekomunikasi yang tergabung dalam Group Axiata	4
Tabel 2.1	The VRIO framework	36
Tabel 3.1	Daftar nama dan jabatan nara sumber penelitian	49
Tabel 3.2	Nama Anak Perusahaan Telkom di pasar internasional	61
Tabel 4.1	Hasil Analisis PESTEL terhadap lingkungan eksternal	76
Tabel 4.2	Nama anak perusahaan Telkom dan bidang bisnisnya di pasar internasional	78
Tabel 4.3	Deskripsi persaingan industri untuk negara-negara tujuan ekspansi internasional	79
Tabel 4.4	Penilaian Persaingan Industri	88
Tabel 4.5	Deskripsi ancaman pendatang baru di negara-negara tujuan ekspansi internasional	90
Tabel 4.6	Penilaian Ancaman Pendatang Baru	101
Tabel 4.7	Deskripsi kekuatan penawaran pemasok di negara-negara tujuan ekspansi internasional	104
Tabel 4.8	Penilaian kekuatan penawaran pemasok	113
Tabel 4.9	Deskripsi kekuatan penawaran pembeli di negara-negara tujuan ekspansi internasional	116

Tabel 4.10	Penilaian kekuatan penawaran pembeli	125
Tabel 4.11	Deskripsi kekuatan ancama produk pengganti di negara-negara tujuan ekspansi internasional	128
Tabel 4.12	Penilaian kekuatan ancaman produk pengganti	138
Tabel 4.13	Hasil Penilaian atas <i>Porter Five-Forces</i> di negara-negara tujuan ekspansi internasional	140
Tabel 4.14	Identifikasi Aktivitas Utama Kekuatan Bersaing	165
Tabel 4.15	Analisis VRIO berdasarkan Sumber Daya	169
Tabel 4.16	Analisis VRIO berdasarkan Kapabilitas	171
Tabel 4.17	Identifikasi Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan dari Faktor Sumber Daya	174
Tabel 4.18	Identifikasi Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan dari Faktor Kapabilitas	175

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Keterangan	Hal.
Gambar 2.1	Proses Penyusunan dan Pelaksanaan Strategi	16
Gambar 2.2	Rerangka lingkungan eksternal perusahaan	19
Gambar 2.3	The Five Forces Model of Competition	25
Gambar 2.4	Rantai Nilai Perusahaan	32
Gambar 2.5	Hubungan Analisis VRIO dengan <i>resources</i> dan <i>sustainable competitive advantage</i>	36
Gambar 2.6	Lima strategi bersaing generik	41
Gambar 2.7	Pendekatan Strategi Bersaing Internasional	45
Gambar 3.1	Rerangka Pemikiran Penelitian	53
Gambar 3.2	Pergerakan harga dan volume saham Telkom	56
Gambar 3.3	Product Portofolio Telkom Group	60
Gambar 3.4	Struktur Organisasi Telkom	63
Gambar 4.1	Jumlah penetrasi pengguna smartphone di Indonesia 2011-2015	73
Gambar 4.2	Rerangka pemikiran dan hasil analisis	178