

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Ekonomi Digital Indonesia.....	2
1.1.2 Perubahan Lingkungan Makro Bisnis	5
1.1.3 Kondisi Dunia Usaha Indonesia di Era Digital	7
1.1.4 Merger Akusisi Mempercepat Transformasi Digital	8
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Matriks Ansoff.....	17
2.2 Teori Matriks Strategik Porter.....	18
2.3 Teori Kapabilitas Khas Kay	21
2.4 Teori Manajemen Perubahan	22
2.5 Kerangka Teori.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	27

3.1.1 Pendekatan Kualitatif Eksploratif-Deskriptif.....	27
3.1.2 Pendekatan Teori Dasar	27
3.1.3 Siklus Penelitian Kualitatif.....	28
3.1.4 Populasi dan Sampel	29
3.1.5 Kerangka Penelitian	31
3.2 Metode Pengumpulan Data	32
3.2.1 Wawancara	32
3.2.2 Diskusi Kelompok.....	32
3.2.3 Studi Dokumentasi	33
3.3 Instrumen Penelitian.....	33
3.4 Metode Analisis Data	34
3.4.1 Tahap Persiapan Data.....	35
3.4.1.1 Transkripsi Verbatim.....	35
3.4.1.2 Penentuan Kode.....	35
3.4.2 Tahap Analisis Data	36
3.4.2.1 Deskripsi.....	36
3.4.2.2 Komparasi	37
3.4.2.3 Kategorisasi.....	38
3.4.2.4 Konseptualisasi.....	38
3.5 Pengembangan Teori.....	40
3.6 Profil Perusahaan.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Hasil Riset 1	49
4.1.2 Hasil Riset 2	49
4.1.3 Hasil Riset 3	50
4.1.4 Hasil Riset 4	51
4.1.5 Hasil Analisis Data.....	52
4.2 Strategi Korporat	57
4.2.1 Manajemen Perubahan	57
4.2.2 Homogenisasi Perusahaan.....	59
4.3 Strategi Transformasi Digital	60
4.3.1 Sumber Daya Manusia dan Budaya	61
4.3.2 Literasi Digital.....	62
4.3.3 Kepercayaan, Customer, Teknologi Digital.....	65
4.3.4 Aplikasi Digital dan Digital Marketing.....	66
4.3.5 Efisiensi dan Teknologi Baru.....	70
4.3.6 Kerangka Transformasi Digital.....	71
4.4 Strategi Merger Akuisisi	75
4.4.1 Kolaborasi dan Unit Bisnis	75
4.4.2 Pemicu Merger Akuisisi.....	76
4.4.3 Korelasi Merger Akuisisi dengan Nilai Perusahaan	78
4.4.4 Kerangka Merger Akuisisi	80
4.5 Integrasi Proses Merger Akuisisi dan Transformasi Digital ...	84

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan.....	90
5.2 Implikasi Penelitian.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.4 Saran.....	92

Daftar Pustaka

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Nilai Transaksi Terbesar M&A Global 2020.....	10
Tabel 3.1 Kriteria Sampel Penelitian	30
Tabel 3.2 Sampel Representatif Penelitian	31
Tabel 3.3 Data Primer Penelitian	32
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian	34
Tabel 4.1 Partisipan Wawancara Penelitian.....	47
Tabel 4.2 Kegiatan Wawancara dan Diskusi Kelompok	48
Tabel 4.3 Kategorisasi Kode	53
Tabel 4.4 Implementasi Manajemen Perubahan	58
Tabel 4.5 Isomorfisme Perusahaan	60
Tabel 4.6 Analisis Kerangka Transformasi Digital.....	74
Tabel 4.7 Daftar Perusahaan Target Akuisisi Gojek.....	79
Tabel 4.8 Analisis Kerangka Merger Akuisisi	83

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Revolusi Digital Indonesia	1
Gambar 1.2 Nilai Ekonomi Digital Asia Tenggara 2020.....	2
Gambar 1.3 Peringkat PDB Dunia 2000-2017.....	3
Gambar 1.4 Sorotan Digital Indonesia Januari 2021	4
Gambar 1.5 Provinsi Paling Kompetitif Secara Digital di Indonesia 2020	5
Gambar 1.6 Kegiatan M&A Global 2020	8
Gambar 1.7 Perubahan Volume dan Nilai Transaksi M&A Global 2020	9
Gambar 2.1 Matriks Ansoff	18
Gambar 2.2 Strategi Generik Porter.....	19
Gambar 2.3 Matriks Strategik Porter	21
Gambar 2.4 Model 7S McKinsey.....	25
Gambar 2.5 Kerangka Teori.....	26
Gambar 3.1 Hutter-Hennink Qualitative Research Cycle.....	28
Gambar 3.2 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3.3 Proses Analisis Data.....	36
Gambar 4.1 Diagram Konseptualisasi.....	55
Gambar 4.2 Verifikasi dan Perbaikan Teori Empiris.....	56
Gambar 4.3 Aplikasi TIJE.....	66
Gambar 4.4 Aplikasi Pegadaian Digital.....	67
Gambar 4.5 Aplikasi SERTIVA	68
Gambar 4.6 Aplikasi MAMIKOS	68
Gambar 4.7 Aplikasi TANIHUB	68

Gambar 4.8 Digital Marketing Ekowisata Desa Nglanggeran.....	69
Gambar 4.9 Business Information Modeling	71
Gambar 4.10 Kerangka Transformasi Digital Verina-Titko	72
Gambar 4.11 Perbandingan Model dan Kerangka TD.....	73
Gambar 4.12 Korelasi Akuisisi dengan Enterprise Value 2015-2019	80
Gambar 4.13 Watson Wyatt Deal Flow Model.....	80
Gambar 4.14 Kerangka Merger Akuisisi Koerner	81
Gambar 4.15 Proses Uji Tuntas PwC.....	81
Gambar 4.16 Kerangka Merger Akuisisi PwC	82
Gambar 4.17 Kerangka Merger Akuisisi Digital EY	82
Gambar 4.18 Kerangka Integrasi M&A dan TD Riedel-Asghari	84
Gambar 4.19 Kerangka Integrasi M&A dan TD v.1.....	88
Gambar 4.20 Kerangka Integrasi M&A dan TD v.2.....	89

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Protokol Wawancara dan Diskusi Kelompok.....	100
Lampiran 2 Verbatim Transkrip Wawancara 1.....	101
Lampiran 3 Verbatim Transkrip Wawancara 2.....	103
Lampiran 4 Verbatim Transkrip Diskusi Kelompok 1	105
Lampiran 5 Verbatim Transkrip Diskusi Kelompok 2	108
Lampiran 6 Verbatim Transkrip Wawancara 3.....	110
Lampiran 7 Verbatim Transkrip Wawancara 4.....	114
Lampiran 8 Verbatim Transkrip Wawancara 5.....	116
Lampiran 9 Verbatim Transkrip Wawancara 6.....	118
Lampiran 10 Verbatim Transkrip Wawancara 7.....	120
Lampiran 11 Anotasi Data	122
Lampiran 12 Buku Kode.....	137
Lampiran 13 Deskripsi Padat.....	148
Lampiran 14 Komparasi.....	165
Lampiran 15 Proses Reduksi Data	172
Lampiran 16 Akumulasi Frekuensi Penyebutan	176
Lampiran 17 Kategorisasi	179
Lampiran 18 Diagram Konseptualisasi.....	180
Lampiran 19 Teori Empiris.....	181
Lampiran 20 Analisis Kerangka Transformasi Digital	182
Lampiran 21 Analisis Kerangka Merger Akuisisi	192
Lampiran 22 Kerangka Integrasi M&A dan TD	194