

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Lingkup Penelitian .....	9
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Kajian Penelitian Sebelumnya .....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3 Sumber Data.....	24
3.4 Instrumen Penelitian .....	24
3.4.1 Analisis VRIO.....	24
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.6 Profil Perusahaan .....	26
3.6.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	26
3.6.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	28

4.1 Analisis Penelitian .....	28
4.1.1 Analisa Penyebab Penurunan Performa Bisnis Klikmro.....	28
4.1.2 Analisa sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh Klikmro untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan .....	37
4.2 Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP .....	56
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Implikasi Penelitian.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	58
5.4 Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	60

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Analisis VRIO Untuk Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan .....	20
Tabel 3. 1 Daftar Narasumber Penelitian.....	23
Tabel 4. 1 Data Map Industrial E-Commerce Di Indonesia Juni-Agustus 2021.....	30
Tabel 4. 2 Analisis VRIO PT Emaro Online Indonesia .....	53
Tabel 4. 3 Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan pada PT Emaro Online Indonesia .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2) .....	2
Gambar 1.2 Data Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia (2017-2020) .....	3
Gambar 1.3 Penjualan Klikmro Periode Q3 2020-Q3 2021 .....	6
Gambar 4.1 Penjualan Klikmro Periode Q3 2020-Q3 2021 .....	29
Gambar 4.2 Tingkat Kepuasan Terhadap Kualitas Produk Klikmro Sesuai Berdasarkan Kebutuhan Responden .....	34
Gambar 4.3 Tingkat Kepuasan Terhadap Respon Dari Tim Customer Support dan Customer Engagement (Sales) .....	34
Gambar 4.4 Tingkat Kepuasan Terhadap Produk Yang Dipesan Tiba Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan .....	35
Gambar 4.5 Tingkat Kepuasan Terhadap Kecepatan Dalam Mengakses Website Klikmro .....	36
Gambar 4.6 Tingkat Kepuasan Terhadap Kemudahan Dalam Menggunakan Menu Website Klikmro .....	36
Gambar 4.7 Tampilan Instagram Klikmro .....	38
Gambar 4.8 Tampilan Youtube Klikmro .....	39
Gambar 4.9 Pameran Klikmro .....	40
Gambar 4.10 Maskot Klikmro .....	41
Gambar 4.11 Blog Klikmro .....	42