

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
DAFTAR ISTILAH	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil PT. Telkom, Tbk.	1
1.1.2 Visi, Misi, dan Logo PT. Telkom, Tbk	1
1.1.2.1 Visi PT. Telkom, Tbk.	1
1.1.2.2 Misi PT. Telkom, Tbk.	2
1.1.3 Logo PT. Telkom, Tbk.	2
1.1.4 Profil Telkom <i>Innovation and Design Center</i> (IDeC) Bandung	2
1.1.5 Visi & Misi Telkom <i>Innovation and Design Center</i> (IDeC) Bandung.....	3
1.1.5.1 Visi Telkom IDeC	3
1.1.5.2 Misi Telkom IDeC	3
1.1.6 Bidang Usaha.....	3
1.1.7 Layanan dan Produk.....	4
1.1.8 Struktur Organisasi Telkom <i>Innovation and Design Center</i>	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	13

1.6 Manfaat Penelitian	14
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	15
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Manajemen Strategik	18
2.1.2 Strategi Bersaing (<i>Competitive Strategy</i>).....	19
2.1.3 Perkembangan Teori <i>Competitive Advantage</i> ke TCA	22
2.1.4 Strategi Keunggulan Bersaing	26
2.1.4.1 Strategi Biaya Rendah (<i>Cost Leadership</i>)	26
2.1.4.2 Strategi Pembedaan Produk (<i>Differentiation</i>)	29
2.1.2.3 Strategi Fokus (<i>Focus</i>)	32
2.1.5 <i>Strategy for Transient Advantage</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Karakteristik Penelitian.....	42
3.2 Alat Pengumpulan Data	44
3.2.1 Operasional Variabel.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	51
3.4.1 Populasi	51
3.4.2 Sampel.....	51
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	52
3.5.1 Jenis Data	53
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6 Validitas	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.2 Uji <i>Trustworthiness</i>	54

3.7 Teknik Analisis	56
3.7.1 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	56
3.7.2 Model Hierarki <i>Transient Competitive Advantage</i>	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Karakteristik Responden	66
4.1.1 Jabatan Responden	66
4.1.2 Masa Kerja Responden	67
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden	69
4.2 Evaluasi <i>Transient Competitive Advantage</i> pada Telkom IDeC	72
4.2.1 <i>Transient Competitive Advantage (TCA) Mapping</i>	72
4.2.1.1 <i>Decomposition</i>	72
4.2.1.2 <i>Comparative Judgement</i>	76
4.2.1.3 <i>Synthesis of Priority</i>	102
4.2.1.4 <i>Logical Consistency</i>	119
4.2.1.5 <i>Research Findings</i>	121
4.2.2 <i>Transient Competitive Advantage Sensitivity Graphs</i>	124
4.2.3 <i>Pivot Table Transient Competitive Advantage</i>	127
4.3 Identifikasi Persaingan berdasarkan Wawancara terhadap <i>Expert</i>	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Saran	135
5.2.1 Saran untuk Permasalahan	135
5.2.2 Saran untuk Objek Penelitian	135
5.2.3 Saran untuk penelitian selanjutnya	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN-LAMPIRAN	140