

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambar Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Bio Farma Group	3
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis.....	9
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 <i>Strategic Management</i>	12
2.1.2 <i>Digital Transformation</i>	13

2.1.3 <i>Digital Maturity Model</i>	18
2.1.4 <i>Organization & Culture</i>	19
2.1.5 <i>Strategy</i>	19
2.1.6 <i>Technology</i>	21
2.1.7 <i>Operations</i>	23
2.1.8 <i>Customer</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Tahapan Penelitian	39
3.3 Metodologi Penelitian	41
3.3.1 Metodologi Kualitatif.....	42
3.3.2 Metode Kuantitatif	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Metode Kualitatif	63
4.1.1 Karakteristik Narasumber	63
4.1.2 Hasil Penelitian	63
4.2 Metode Kuantitatif	96
4.2.1 Karakteristik Responden	96
4.2.2 Hasil Penelitian	99
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	134
4.3.1 Sintesis Temuan.....	147
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	150
5.1 Kesimpulan	150
5.1.1 Identifikasi Tantangan Transformasi Digital Berdasarkan Persepsi Manajemen Bio Farma Group.....	150
5.1.2 Faktor-faktor Yang Menjadi Tantangan Transformasi Digital Bagi Karyawan Bio Farma Group	153

5.2 Implikasi Penelitian.....	155
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	155
5.2.2 Implikasi Praktis	155
5.3 Saran.....	158
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....	161
LAMPIRAN.....	170