

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Ruang Lingkup.....	3
BAB 2 LANDASAN TEORI	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Teknologi Informasi.....	5
2.1.2 <i>Marketplace</i> B2B	5
2.1.3 Tata Kelola Teknologi Informasi	6
2.1.4 Kerangka Kerja Tata Kelola dan Manajemen Teknologi Informasi.....	8
2.1.5 COBIT 5.....	11
2.1.6 <i>Domain Evaluate, Direct and Monitor (EDM) dan Monitoring, Evaluate and Assess (MEA)</i>	20
2.2 Alasan Pemilihan Metode.....	23
2.3 Posisi Penelitian	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Model Konseptual.....	30

3.2	Sistematikan Penelitian.....	31
3.2.1	Tahap Inisiasi	32
3.2.2	Tahap Pengumpulan Data	33
3.2.3	Tahap Analisis.....	33
3.2.4	Tahap Perancangan	33
3.2.5	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	34
BAB 4 PENGUMPULAN, PENGOLAHAN, DAN ANALISA DATA		35
4.1	Pengumpulan Data	35
4.1.1	Kebutuhan Data.....	35
4.1.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
4.2	Pengolahan Data.....	38
4.2.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.3	Analisis Data	41
4.3.1	<i>Strategic Alignment</i>	41
4.3.2	<i>Job Description CV Kabita Informatika</i>	41
4.3.3	Pemilihan Proses Domain	41
4.3.4	<i>Risk Assessment</i>	56
4.3.5	Alasan Pemilihan Proses.....	72
4.3.6	<i>Assessment Seven Enabler</i>	73
4.3.7	<i>Gap Analysis</i>	111
BAB 5 PERANCANGAN <i>SEVEN ENABLER</i>		141
5.1	Perancangan.....	141
5.1.1	Perancangan <i>People</i>	141
5.1.2	Perancangan <i>Process</i>	148
5.1.3	Perancangan <i>Technology</i>	164
BAB 6 PENUTUP		170
6.1	Kesimpulan.....	170
6.2	Saran.....	171
DAFTAR PUSTAKA.....		172
LAMPIRAN		174