

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR SINGKATAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	9
I.4 Batasan Penelitian.....	10
I.5 Manfaat Masalah.....	10
I.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II DASAR TEORI.....	12
II.1 Posisi Penelitian.....	12
II.2 Daftar Teori yang Digunakan.....	13
II.3 Pengertian Strategi.....	15
II.4 Pengertian Bisnis.....	16
II.5 Pengertian Analisis SWOT.....	17
II.6 <i>Digital Transformation Strategy</i> .....	17
II.7 Proses Bisnis.....	18
II.8 Model Bisnis.....	18
II.9 Rasio Pertumbuhan.....	19
II.10 Matriks Boston Consulting Group.....	19

II.11 Elemen Dan Pola Kesuksesan Untuk Strategi Pada <i>Digital Transformation</i> .....	20
II.12 Strategi Bisnis Digital .....	21
II.13 Pendekatan Inovasi Teknologi .....	22
II.14 Pendekatan Transformasi .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
III.1 Model Konseptual.....	24
III.2 Metode Penelitian .....	27
III.2.1 <i>Activity Diagram</i> .....	27
III.2.2 Penjelasan <i>Activity Diagram</i> .....	28
III.2.3 Tahapan Identifikasi Awal dan Penelitian Awal .....	29
III.2.3.1 Merumuskan Masalah.....	29
III.2.3.2 Studi Literatur .....	29
III.2.4 Tahapan Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	29
III.2.4.1 Mengumpulkan Data.....	29
III.2.4.2 Pengolahan Data .....	29
III.2.4.3 Analisis SWOT .....	29
III.2.4.4 Perancangan Strategi Bisnis dengan <i>Digital Transformation</i> .....	30
III.2.4.5 Perancangan Diagram BCG .....	30
III.2.5 Tahapan Analisis.....	30
III.2.6 Tahapan Kesimpulan dan Saran .....	30
BAB IV PENGOLAHAN DATA.....	31
IV.1 Gambaran Umum Penginapan Pass Hill House .....	31
IV.2 Fasilitas Penginapan .....	31
IV.3 Perhitungan Tingkat Pertumbuhan Pasar Penginapan Pass Hill House .....	32
IV.5 Tingkat Pangsa Pasar Relatif.....	33
IV.6 Matriks BCG.....	35
IV.7 Analisis SWOT .....	35
IV.8 Perancangan Strategi Bisnis .....	37
IV.9 Perancangan <i>Framework BCG</i> .....	39

IV.9.1 <i>Digitize The Core</i> .....	40
IV.9.2 <i>New Digital Growth</i> .....	41
IV.9.3 <i>Shared Digital Accelerators</i> .....	41
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	42
V.1 Analisis Matriks BCG.....	42
V.2 Analisis Matriks SWOT.....	42
V.3 Analisis Perancangan <i>Framework BCG</i> .....	42
V.3.1 <i>Digitize The Core</i> .....	42
V.3.1.1 <i>Products and Services Inovation</i> .....	42
V.3.1.2 <i>Operations</i> .....	43
V.3.1.3 <i>Go To Market</i> .....	44
V.3.1.4 <i>Support Function</i> .....	44
V.3.2 <i>New Digital Growth</i> .....	45
V.3.3 <i>Shared Digital Accelerators</i> .....	46
V.3.3.1 <i>People And Organization</i> .....	46
V.3.3.2 <i>Data And Analytics</i> .....	46
V.3.3.3 <i>Technology</i> .....	47
V.3.3.4 <i>Ecosystems</i> .....	47
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	48
VI.1 Kesimpulan.....	48
VI.2 Saran .....	50
VI.2.1 Saran Bagi Objek Penelitian.....	50
VI.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	51
<b>LAMPIRAN</b> .....	53