

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Telekomunikasi Indonesia International (TL), S.A. (Telkomcel)	1
1.1.2 Visi dan Misi Telkomcel	4
1.1.3 Logo Perusahaan	4
1.1.4 Struktur Organisasi Telkomcel	5
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	10

1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Tentang Manajemen Strategi	12
2.1.1 Manajemen Strategi	12
2.1.2 Penilaian Eksternal (<i>External Assessment</i>)	15
2.1.3 Penilaian Internal (<i>Internal Assessment</i>)	17
2.1.4 Strategi Bersaing	19
2.1.5 Formulasi Strategi	21
2.1.6 <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) Matrix	23
2.1.7 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) Matrix	24
2.1.8 <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM)	25
2.1.9 <i>Internal External</i> (IE) Matrix	26
2.1.10 Analisis SWOT	28
2.1.11 <i>Grand Strategy Matrix</i>	29
2.1.12 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	30
2.2 Bisnis Roaming	31
2.2.1 Roaming	31
2.2.2 <i>Global System for Mobile Communication</i> (GSM)	36
2.2.3 Sistem Arsitektur GSM	37
2.2.4 International Mobile Subscriber Indentify (IMSI)	40
2.2.5 Mobile Subscriber Integrated Service Digital Network Number (MSISDN)	40

2.2.6. Integrated Circuit Card Identification (ICCID)	41
2.2.7 MSRN (Mobile Station Roaming Number)	41
2.2.8 Roaming Market	42
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Karakteristik Penelitian	53
3.2 Operasional Variabel	54
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	58
3.6 Uji Validitas	59
3.7 Teknik Analisis Data	60
3.7.1 Analisis Internal	60
3.7.2 Analisis Eksternal	62
3.7.3 AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>)	64
3.7.4 Analisis Matriks IE dan Matriks SWOT	68
3.7.6 Analisis Matriks <i>Grand Strategy</i>	61
3.7.7 Analisis QSPM	71
3.8 Kerangka Pemikiran	74
3.9 Identifikasi Potensi Bisnis	76
3.9.1 Identifikasi potensi bisnis International Roaming Telkomcel	76
3.9.1.1 Product dan Layanan	76
3.9.1.2 Segmentasi Pelanggan	76

BAB IV PEMBAHASAN	77
4.1 Tahapan Analisa	77
4.1.1 Survei	77
4.2 Identifikasi Faktor Strategis Eksternal dan Internal	79
4.2.1 Kekuatan (Strage)	79
4.2.2 Kelemahan (Weakness)	79
4.2.3 Peluang (Opportunity)	80
4.2.4 Ancaman (Threat)	81
4.3 Cara Perhitungan Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Evaluasi Faktor Eksternal	81
4.4 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	82
4.5 Matriks Evaluasi Faktor Internal	84
4.6 Analisa	85
4.6.1 Matriks SWOT	85
4.6.2 Matriks Internal Eksternal	87
4.7 Tahapan Pengambilan Keputusan	88
4.7.1 Penetrasi Pasar	91
4.7.2 Pengembangan Pasar	92
4.7.3 Pengembangan Produk	92
4.8 Sampling Mekanisme Dual IMSI	93
4.8.1 Prototype Simcard Telkomcel	93
4.8.2 Sistem Desain dan Implementasi Dual IMSI	96
4.8.3 Produk Dual IMSI	98

4.8.3.1 Desain Produk Dual IMSI	98
BAB V KESIMPULAN	101
5.1 Kesimpulan	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107