

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Struktur Organisasi Sub Dit Wholesale Product & Service .....	1
1.1.2 Pengelolaan Produk Organisasi Sub Dit Wholesale Product & Service.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Manajemen Strategi .....	8
2.1.2 Business Level Strategy .....	12
2.1.3 Functional Level Strategy .....	13
2.1.4 Tipe Inovasi dan Pendekatannya .....	15
2.1.5 Co-Creation Strategy .....	16
2.1.6 Co-Creation in Indonesia Telecommunication Industry.....	17

2.1.7	Co-Creation Design Framework .....	17
2.1.8	Assesment of Co-Creation Options .....	19
2.1.9	B2B2X .....	20
2.1.10	Penelitian terdahulu .....	21
2.2	Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Tujuan Penelitian .....	28
3.2	Metodologi Penelitian .....	28
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.4	Unit Analisis dan Informan.....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.5.1	Dokumen .....	30
3.5.2	Observasi .....	30
3.5.3	Wawancara.....	31
3.6	Tahapan Penelitian .....	33
3.6.1	Melakukan Observasi dan Menganalisa Dokumen Pendukung .....	34
3.6.2	Melakukan Identifikasi Masalah .....	34
3.6.3	Melakukan Analisa Masalah .....	34
3.6.4	Menentukan Fokus dan Prioritas .....	34
3.6.5	Memberikan Rekomendasi .....	34
3.7	Uji Validitas Penelitian Kualitatif .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>36</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	36
4.1.1	Hasil Wawancara Informan 1.....	37
4.1.2	Hasil Wawancara Informan 2 Perspektif Supplier.....	40
4.1.3	Hasil Wawancara Informan 2 Perspektif Reseller.....	42
4.2	Pembahasan .....	43

4.2.1	Co-Creation Motive .....	43
4.2.2	Co-Creation Form .....	44
4.2.3	Engaging Actor .....	45
4.2.4	Engagement Platform .....	46
4.2.5	Level of Engagement .....	46
4.2.6	Duration of Engagement .....	46
4.2.7	Co-Creation Design Framework .....	47
4.2.8	Collaborative Value.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>49</b>
5.1	Kesimpulan .....	49
5.2	Saran .....	50
5.2.1	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk .....	50
5.2.2	Penelitian Selanjutnya .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>51</b>