

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN TEORI	9
2.1 Manajemen Pemasaran Jasa	9
2.2 Model Pemasaran Strategik.....	9
2.3 <i>Market Attractiveness</i>	10
2.4 <i>Competitive Position</i>	10
2.5 Analisis Portofolio dan Pemasaran Strategik	11
2.6 <i>Business Buyer Decision Making Process</i>	13
2.7 <i>Road Map</i> Pemasaran	14
2.8 <i>Marketing Mix</i>	15
2.9 Kerangka Analisis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Data dan Informasi yang dibutuhkan.....	19
3.3 Metode Analisis Data	21

BAB IV PROFIL PERUSAHAAN.....	23
4.1 Bidang Usaha.....	24
4.2 Visi dan Misi.....	26
4.3 Nilai-nilai Perusahaan	26
4.4 <i>Share Holder dan Struktur Organisasi</i>	28
BAB V ANALISIS MARKET ATTRACTIVENESS	30
5.1 Analisis <i>Market Force</i>	30
5.1.1 Analisis <i>Market Size</i>	31
5.1.2 Analisis <i>Market Growth</i>	34
5.1.3 Analisis <i>Buyer Power</i>	35
5.1.3.1 Analisis <i>Buyer Power</i> PLN Group.....	35
5.1.3.2 Analisis <i>Buyer Power</i> IPP	36
5.2 Analisis <i>Competitive Environment</i>	37
5.2.1 Analisis <i>Number of Competitor</i>	38
5.2.2 Analisis <i>Ease of Competitor Entry</i>	41
5.2.3 Analisis <i>Price Rivalry</i>	43
5.3 Analisis <i>Market Access</i>	44
BAB VI ANALISIS COMPETITIVE POSITION.....	46
6.1 Analisis <i>Differenciation Advantages</i>	46
6.1.1 Analisis Keunggulan Produk	46
6.1.2 Analisis Keunggulan Layanan.....	47
6.1.3 Analisis Keunggulan Reputasi Merk	47
6.2 Analisis <i>Cost Advantages</i>	48
6.1.4 Analisis Keunggulan <i>unit Cost/COGS</i>	50
6.1.5 Analisis Keunggulan <i>Marketing Expense</i>	50
6.1.6 Analisis Keunggulan <i>Operational Expense</i>	51
6.3 Analisis <i>Marketing Advantages</i>	51
6.1.7 Analisis Keunggulan <i>Market Share</i>	51
6.1.8 Analisis Keunggulan <i>Brand Awareness/Product Line</i>	52
6.1.9 Analisis Keunggulan Distribusi.....	53
BAB VII FORMULASI STRATEGI PEMASARAN	54
7.1 Analisis Portfolio	54

7.2	<i>Analisis Business Buyer Decision Making Process</i>	59
7.3	<i>Analisis Marketing</i>	62
7.4	<i>Strategic Market Planning</i>	64
7.5	<i>Strategi Pemasaran</i>	66
7.5.1	<i>Roadmap Pemasaran Periode 2020-2028</i>	66
7.5.2	<i>Marketing Mix</i>	70
7.5.2.1	<i>Segmentasi</i>	70
7.5.2.2	<i>Targetting</i>	71
7.5.2.3	<i>Positioning</i>	71
7.5.2.4	<i>Produk</i>	72
7.5.2.5	<i>Price</i>	74
7.5.2.6	<i>Place/ Channel distribusi</i>	75
7.5.2.7	<i>Promotion</i>	76
7.5.2.8	<i>Process</i>	78
7.5.2.9	<i>Physical Evidence</i>	78
7.5.2.10	<i>People</i>	79
BAB VIII KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
2.1	<i>Kesimpulan</i>	81
2.2	<i>Saran</i>	81
DAFTAR PUSTAKA		83

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan RUPTL Periode 2018-2027 dan Periode 2019-2028	2
Tabel 2 Data dan Informasi Yang Dibutuhkan	19
Tabel 3 Bidang Usaha PT Rekadaya ElektriKA di RJPP	24
Tabel 4 Rencana Penambahan Pembangkit di Indonesia.....	31
Tabel 5 Perkiraan <i>Market Size</i> Jasa Konstruksi EPC Pembangkit.....	32
Tabel 6 Proyek Jasa Konstruksi EPC Pembangkit PT RE Saat Ini	33
Tabel 7 Data dan Perkiraan Pertumbuhan Listrik tiap Tahun di RUPTL	34
Tabel 8 DPT EPC Pembangkit.....	36
Tabel 9 Daftar Negara OECD	38
Tabel 10 Daftar Kontraktor Asing di DPT PLN	39
Tabel 11 Daftar Kontraktor Lokal di DPT PLN	40
Tabel 12 Daftar Kontraktor China di Indonesia.....	41
Tabel 13 Perbandingan Harga Proposal pembangkit antar Pesaing	43
Tabel 14 Kriteria Pemilihan Perusahaan Jasa EPC Pembangkit pada segmen IPP	44
Tabel 15 Laporan Laba-Rugi Perusahaan	49
Tabel 16 Perbandingan COGS dan Pendapatan.....	50
Tabel 17 Perbandingan Biaya Pemasaran dan Pendapatan.....	50
Tabel 18 <i>Market Attractiveness</i> Jasa EPC Pembangkit Segmen PLN.....	54
Tabel 19 <i>Competitive Position</i> Jasa EPC Pembangkit Segmen PLN	55
Tabel 20 <i>Market Attractiveness</i> Jasa EPC Pembangkit Segmen IPP	56
Tabel 21 <i>Competitive Position</i> Jasa EPC Pembangkit Segmen IPP	57
Tabel 22 <i>Business Buyer Decision Making Process</i>	59
Tabel 23 Kesesuaian Kriteria Produk-Layanan	62
Tabel 24 Perbandingan Kriteria Harga	63
Tabel 25 Perbandingan Promosi dan <i>Brand image</i>	64
Tabel 26 Alokasi Target Jumlah Pembangkit	66
Tabel 27 Roadmap Pemasaran “ <i>Market Presense</i> ”	68
Tabel 28 Roadmap Pemasaran “ <i>Market Development</i> ”	69
Tabel 29 Roadmap Pemasaran “ <i>Market Profitability</i> ”	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Pertumbuhan Pembangkit Listrik di Indonesia.....	1
Gambar 2 Kebutuhan Tambahan Pembangkit di Indonesia Berdasarkan Komposisi Pembangkit, Sumber: Data Kementerian ESDM.....	2
Gambar 3 Kebutuhan Tambahan Pembangkit di Indonesia Berdasarkan Komposisi Pengembangnya, Sumber: Data Kementerian ESDM	3
Gambar 4 Target dan Pendapatan PT RE 2 Tahun Terakhir	4
Gambar 5 Jumlah Proposal yang dikeluarkan PT RE Tahun 2013-2018	4
Gambar 6 Jumlah Proyek yang didapatkan PT RE Tahun 2013-2018.....	5
Gambar 7 Model <i>Strategic Market Planning</i> oleh Roger Best	10
Gambar 8 Matriks Analisis Portofolio dan Strategi Pemasaran.....	11
Gambar 9 Tahap pada <i>Business Buyer Decision Process</i>	14
Gambar 10 Strategi Sesuai Tahapan <i>Product Life Cycle</i> (Best, 2013)	14
Gambar 11 Kerangka Penelitian	17
Gambar 12 : <i>Share Holder</i> PT RE	28
Gambar 13 : Struktur Organisasi PT RE.....	29
Gambar 14 <i>Market Share</i> PT RE	33
Gambar 15 Konsumsi Listrik (<i>Giga Watt Hour</i>) Per Kapita/Pelanggan	34
Gambar 16 Market Share Jasa EPC Pembangkit di Indonesia	52
Gambar 17 Matriks Portofolio Jasa Konstruksi EPC Pembangkit PT RE.....	58
Gambar 18 Proyeksi Pendapatan PT RE.....	65
Gambar 19 Contoh Aplikasi Penggunaan Aplikasi 3D.....	73
Gambar 20 Contoh Aplikasi Penggunaan Aplikasi Digital untuk Proyek management	74
Gambar 21 Aplikasi yang Harus dikuasai <i>Engineer</i>	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Target Pemasaran Segmen PLN 2020-2028.....	85
Lampiran 2 Target Pemasaran Segmen IPP 2020-2028	89
Lampiran 3 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Jawa-Bali	91
Lampiran 4 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Sumatera	96
Lampiran 5 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Sulawesi.....	106
Lampiran 6 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Kalimantan	109
Lampiran 7 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Nusa Tenggara.....	112
Lampiran 8 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Maluku.....	114
Lampiran 9 Potensi Proyek EPC Pembangkit Wilayah Papua	116
Lampiran 10 Daftar Pertanyaan Wawancara	118
Lampiran 11 Hasil Wawancara	121