

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 <i>Current Situation</i>	9
2.2.1 <i>Current Performance</i>	10
2.2.2 <i>Market Demand</i>	10
2.2.3 <i>Market Share</i>	10
2.2.4 <i>Competitive Position & Value</i>	10
2.2.5 <i>Competition & Industry</i>	11
2.2.6 <i>Customer Needs</i>	12
2.3 <i>Market Attractiveness</i>	13
2.4 <i>Competitive Position</i>	14
2.5 <i>Portfolio Analysis</i>	15
2.6 <i>Objective</i>	16
2.7 <i>SWOT Analysis</i>	16
2.8 <i>Strategic Market Plan</i>	18
2.8.1 <i>Offensive Strategic Market Plan</i>	18
2.8.2 <i>Defensive Strategic Market Plan</i>	19
2.9 STP & Bauran Pemasaran	19
2.10 <i>Performance Plan</i>	20
2.11 Kerangka Analisis.....	21
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.2.1 Wawancara.....	24
3.2.2 Kuesioner.....	25
3.2.3 Data Sekunder.....	26
3.3 Metode Pengolahan Data.....	26

3.4	<i>Timetable</i> Rincian Kegiatan Penelitian.....	26
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN.....		28
4.1	Latar Belakang Perusahaan	28
4.2	Visi, Misi, Nilai Perusahaan.....	28
4.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	29
BAB V ANALISIS DATA DAN HASIL.....		31
5.1	<i>Current Performance</i>	31
5.2	<i>Market Demand</i>	34
5.3	<i>Market Share</i>	35
5.4	<i>Competitive Position & Value</i>	35
5.5	<i>Competition & Industry</i>	39
5.5.1	Persaingan Antar Perusahaan.....	40
5.5.2	Ancaman Pendetang Baru.....	40
5.5.3	Daya Tawar Pelanggan.....	41
5.5.4	Daya Tawar Pemasok.....	41
5.5.5	Ancaman Produk atau Jasa Pengganti.....	42
5.6	<i>Customer Needs</i>	42
5.6.1	<i>Problem Recognition</i>	45
5.6.2	<i>Information Search</i>	47
5.6.3	<i>Alternative Evaluation and Selection</i>	49
5.6.4	<i>Outlet Selection and Purchase</i>	51
5.6.5	<i>Post Purchase Processes</i>	53
BAB VI FORMULASI STRATEGI.....		61
6.1	<i>Market Attractiveness</i>	59
6.2	<i>Competitive Position</i>	60
6.3	<i>Portfolio Analysis</i>	62
6.4	<i>Objective</i>	62
6.5	SWOT Analysis.....	63
6.6	<i>Strategic Market Plan</i>	64
6.7	Rencana Implementasi.....	65
BAB VII RENCANA KINERJA.....		75
7.1	Rencana Penjualan.....	75
7.2	Penjualan dan Anggaran Pemasaran.....	75
7.3	Rencana Laba Bersih (<i>Net Profit</i>).....	78
7.4	<i>Timeline</i> Kegiatan Pemasaran.....	79
BAB VIII KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
8.1	Kesimpulan.....	81
8.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Target dan Penjualan PT. Hasianna Logistics 2014-2019.....	4
Tabel 3.1.	Metode Pengumpulan Data	23
Tabel 3.2.	Daftar Narasumber Wawancara.....	25
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 3.4.	<i>Timetable</i> Kegiatan Penelitian.....	27
Tabel 5.1.	<i>Product Benefit</i>	36
Tabel 5.2.	<i>Service Benefit</i>	37
Tabel 5.3.	<i>Brand Benefit</i>	37
Tabel 5.4.	<i>Overall Perceived Customer Benefits</i>	38
Tabel 5.5.	<i>Cost Of Purchase</i>	38
Tabel 5.6.	Hasil Wawancara.....	42
Tabel 5.7.	Hasil Kuesioner.....	55
Tabel 6.1.	<i>Market Attractiveness Index</i> PT. Hasianna Logistics	59
Tabel 6.2.	<i>Competitive Position Index</i> PT. Hasianna Logistics.....	60
Tabel 6.3.	<i>Objective</i>	63
Tabel 6.4.	STP PT. Hasianna Logistics.....	65
Tabel 7.1.	Rencana Penjualan PT. Hasianna Logistics 2020-2022.....	75
Tabel 7.2.	Rincian Anggaran Pemasaran PT. Hasianna Logistics 2020-2022.....	76
Tabel 7.3.	Penjualan dan Anggaran Pemasaran PT. Hasianna Logistics 2020-2022....	77
Tabel 7.4.	Rencana Laba Bersih PT. Hasianna Logistics	78
Tabel 7.5.	<i>Timeline</i> Kegiatan Pemasaran PT. Hasianna Logistics Tahun 2020-2022...	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	<i>The Elements on LPI Rank</i>	2
Gambar 1.2.	Target dan Penjualan PT. Hasianna Logistics 2014-2019.....	3
Gambar 2.1.	<i>Current Situation</i>	9
Gambar 2.2.	Porter's Five Forces.....	11
Gambar 2.3.	<i>Business to Business Customer Needs</i>	12
Gambar 2.4.	Keputusan Pembelian pada B2B	13
Gambar 2.5.	<i>Market Attractiveness</i>	14
Gambar 2.6.	<i>Competitive Position</i>	14
Gambar 2.7.	<i>Portfolio Analysis</i>	15
Gambar 2.8.	Matrik <i>Portfolio Analysis</i>	16
Gambar 2.9.	<i>SWOT analysis</i>	17
Gambar 2.10.	Alur <i>Marketing Strategy</i>	18
Gambar 2.11	Kerangka Analisis.....	21
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi PT. Hasianna Logistics	29
Gambar 5.1.	Penjualan PT. Hasianna Logistics 2014-2019.....	31
Gambar 5.2.	Marjin PT. Hasianna Logistics 2014-2019.....	32
Gambar 5.3.	Laba Kotor PT. Hasianna Logistics 2014-2019.....	33
Gambar 5.4.	Jumlah Kendaraan PT. Hasianna Logistics 2014-2019.....	34
Gambar 5.5.	<i>Market Demand</i> Tahun 2015-2019.....	35
Gambar 5.6.	<i>Customer Value</i> PT. Hasianna Logistics.....	39
Gambar 5.7.	<i>Value Map</i> PT. Hasianna Logistics	39
Gambar 5.8.	Analisis <i>Porter's 5 Forces</i>	42
Gambar 5.9.	Industri Responden Pengguna Jasa Pengiriman Kargo	43
Gambar 5.10.	Usia Responden Pengguna Jasa Pengiriman Kargo	44
Gambar 5.11	Jumlah Penggunaan Jasa Pengiriman Kargo Dalam 1 Bulan	44
Gambar 5.12.	Jumlah Perusahaan Jasa Pengiriman Kargo yang Digunakan.....	45
Gambar 5.13	Presentase responden sadar jasa pengiriman kargo diperlukan.....	45
Gambar 5.14.	Presentase responden sadar jasa pengiriman kargo mendukung.....	46
Gambar 5.15	Presentase responden membutuhkan jasa pengiriman kargo.....	46
Gambar 5.16.	Presentase membutuhkan jasa pengiriman kargo untuk operasional.....	47
Gambar 5.17	Presentase responden mencari informasi melalui <i>website</i>	47
Gambar 5.18	Presentase responden mencari melalui penawaran harga.....	48
Gambar 5.19	Presentase responden mencari melalui rekomendasi.....	48
Gambar 5.20	Presentase responden mencari melalui pameran.....	49
Gambar 5.21	Presentase responden membuat daftar jasa pengiriman kargo.....	49
Gambar 5.22	Presentase responden menyeleksi berdasarkan jenis layanan.....	50
Gambar 5.23	Presentase responden menyeleksi berdasarkan harga.....	50
Gambar 5.24	Presentase responden menyeleksi berdasarkan reputasi.....	51
Gambar 5.25	Presentase responden menyeleksi berdasarkan metode pembayaran	51
Gambar 5.26	Presentase responden menggunakan jasa dengan <i>tracing</i> baik.....	52
Gambar 5.27	Presentase responden menggunakan jasa yang aman.....	52
Gambar 5.28	Presentase responden menggunakan jasa dengan ketepatan waktu.....	53
Gambar 5.29	Presentase responden mengevaluasi <i>feedback tracking/ tracing</i>	53
Gambar 5.30	Presentase responden mengevaluasi harga.....	54
Gambar 5.31	Presentase responden mengevaluasi ketepatan waktu pengiriman.....	54
Gambar 5.32	Presentase responden mengevaluasi armada.....	55
Gambar 6.1.	Posisi PT. Hasianna Logistics pada Matrik <i>Portfolio Analysis</i>	62
Gambar 6.2.	Posisi yang Dituju PT. Hasianna Logistics.....	64

Gambar 6.3.	<i>Offensive Strategy</i>	65
Gambar 6.4.	<i>Service Blueprint</i> Pengiriman Jalur Darat.....	70
Gambar 6.5.	<i>Service Blueprint</i> Pengiriman Kombinasi.....	72
Gambar 6.6.	Ilustrasi Gudang dan Kendaraan PT. Hasianna Logistics.....	73