

# DAFTAR ISI

|  | Halaman   |
|--|-----------|
| Halaman Judul .....  | i         |
| Halaman Dewan Penguji .....  | iii       |
| Pernyataan Keaslian .....  | iv        |
| Pernyataan Perusahaan/Organisasi .....                                       | v         |
| Kata Pengantar .....   | vi        |
| Halaman Abstrak dan Abstract .....   | vii       |
| Daftar Isi .....   | viii      |
| Daftar Tabel .....   | x         |
| Daftar Gambar .....  | xi        |
| Daftar Lampiran .....  | xii       |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 1         |
| 1.2 Tujuan Penulisan .....   | 7         |
| 1.3 Kontribusi yang Diharapkan .....   | 7         |
| 1.4 Sistematika Penulisan .....  | 8         |
| <b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA .....</b>   | <b>10</b> |
| 2.1 Strategi .....   | 10        |
| 2.2 Pemasaran .....  | 11        |
| 2.3 Jasa ( <i>Service</i> ) .....  | 12        |
| 2.4 Bengkel .....  | 15        |
| 2.5 Manajemen Stratejik .....  | 16        |
| 2.6 Analisis Lingkungan Eksternal .....                                      | 17        |
| 2.7 Analisis Lingkungan Internal .....                                       | 22        |
| 2.8 Analisis <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT) ... | 23        |
| 2.9 Alternatif Strategi dengan Matriks Ansoff .....                          | 27        |
| 2.10 Strategi STP dan Strategi Bauran Pemasaran .....                        | 28        |
| 2.11 Kerangka Analisis .....   | 31        |
| <b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                 | <b>34</b> |
| 3.1 Desain Penelitian .....  | 34        |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....                                   | 35        |

|  |    |
|--|----|
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....  | 36 |
| 3.4 Metode Analisis .....  | 37 |
| 3.5 Tabel Jenis dan Sumber Data Penelitian .....                             | 38 |
| BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....  | 39 |
| 4.1 Analisis Lingkungan Internal .....                                       | 39 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....   | 39 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....   | 41 |
| 4.1.3 Bauran Pemasaran Perusahaan .....                                      | 42 |
| 4.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....                                      | 48 |
| 4.2.1 Analisis Lingkungan Makro .....  | 49 |
| 4.2.2 Analisis Lingkungan Mikro .....  | 58 |
| 4.2.3 Analisis Pesaing .....   | 64 |
| 4.3 <i>Key Success Factor</i> (KSF) .....                                    | 68 |
| 4.4 Analisis Kompetensi Bengkel Cabang Sunter .....                          | 68 |
| 4.5 Analisis <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT) ... | 69 |
| 4.6 Analisis STP, Matriks Ansoff, dan Rekomendasi berdasarkan 7P ...         | 70 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 79 |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 79 |
| 5.2 Saran .....  | 80 |
| Daftar Pustaka .....   | 81 |
| Lampiran 1 : Script Pertanyaan untuk <i>Focus Group Discussion</i> .....     | 82 |
| Lampiran 2 : Struktur Organisasi Astra Daihatsu Cabang Sunter .....          | 84 |
| Lampiran 3 : Tabel Daftar Outlet Daihatsu di DKI dan sekitarnya .....        | 85 |

## DAFTAR TABEL

|           | Halaman  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.1 | Volume Penjualan Otomotif Roda Empat di Indonesia  | 1  |
| Tabel 1.2 | Market Share Penjualan Otomotif Roda Empat Di Indonesia  | 2  |
| Tabel 1.3 | Persebaran Populasi dan <i>Demand Maintenance</i> Mobil Merek Daihatsu di Area DKI Jakarta dan Sekitarnya            | 3  |
| Tabel 1.4 | Pencapaian Unit Masuk Bengkel Cabang Sunter Tahun 2011-2013  | 4  |
| Tabel 3.1 | Jenis dan Sumber Data Penelitian   | 38 |
| Tabel 4.1 | Komposisi Pelanggan Bengkel Cabang Sunter  | 40 |
| Tabel 4.2 | Data <i>Churn Rate</i> Bengkel Berdasarkan Jarak Tempuh Kendaraan  | 41 |
| Tabel 4.3 | Profil Bengkel Resmi Yang Berlokasi Radius 15 KM Dari Cabang Sunter Dibandingkan Dengan Profil Bengkel Cabang Sunter | 66 |
| Tabel 4.4 | Gerai Shop & Drive Di Jakarta Utara  | 67 |
| Tabel 4.5 | Matriks TOWS   | 70 |
| Tabel 4.6 | Rekomendasi Program berdasarkan Bauran Pemasaran   | 77 |
| Tabel 4.7 | <i>Timeline</i> untuk Rekomendasi Program dan <i>Action Plan</i>   | 77 |

## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan dari David, Fred R.;<br><i>Strategic Management 13th edition</i> ; South Carolina :<br>Pearson Education Inc, 2011. | 18      |
| Gambar 2.2 <i>Five Forces</i> dari Porter, Michael E.; <i>How Competitive Forces<br/>Shape Strategy</i> , Harvard Business School, 1979.                       | 19      |
| Gambar 2.3 Matriks TOWS dari David, Fred R.; <i>Strategic Management<br/>13<sup>th</sup> Edition</i> ; South Carolina: Pearson Education Inc; 2011.            | 26      |
| Gambar 2.4 Matriks Ansoff  | 27      |
| Gambar 2.5 Kerangka Analisis   | 33      |
| Gambar 4.1 <i>Five Forces</i> dalam tingkat persaingan Bengkel Daihatsu  | 58      |
| Gambar 4.2 Alternatif Strategi pada Matriks Ansoff   | 73      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1 Script Pertanyaan untuk <i>Focus Group Discussion</i> | 82      |
| Lampiran 2 Struktur Organisasi Astra Daihatsu Cabang Sunter      | 84      |
| Lampiran 3 Tabel Daftar Outlet Daihatsu di DKI dan sekitarnya    | 85      |