

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR ISTILAH.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Strategi Pemasaran .....	7
2.1.1 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .....	7
2.1.2 <i>Marketing Mix</i> .....	8
2.2 Analisis Peluang Pasar .....	8
2.2.1 <i>Market Attractiveness (Macro Level)</i> .....	9
2.2.2 <i>Industry Attractiveness (Macro Level)</i> .....	10
2.2.3 <i>Target Segment Benefits and Attractiveness (Micro Level)</i> .....	11
2.2.4 <i>Sustainable Advantage (Micro Level)</i> .....	12
2.2.5 <i>Mission, Aspirations, and Risk Propensity</i> .....	12
2.2.6 <i>Ability on Execute on Industry's CSF</i> .....	12
2.2.7 <i>Connectedness up, down, and across Value Chain</i> .....	12
2.3 Analisis Portofolio.....	12
2.3.1 <i>Market Attractiveness</i> .....	13
2.3.2 <i>Competitive Position</i> .....	13
2.3.3 <i>Market Attractiveness-Competitive Position Matrix</i> .....	14
2.4 Perilaku Organisasi .....	15
2.5 Implementasi Program Pemasaran .....	16

2.6	Kerangka Analisis .....	17
2.7	Industri MRO .....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		19
3.1	Metode Penelitian.....	19
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.2.1	Alat Untuk Pengumpulan Data.....	21
3.3	Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		23
4.1	Sejarah Perusahaan.....	23
4.2	Visi, Misi dan Budaya Perusahaan.....	23
4.3	<i>Core Business</i> PT GMF AeroAsia Tbk.....	24
4.4	Struktur Organisasi PT GMF AeroAsia Tbk.....	25
4.5	Fasilitas PT GMF AeroAsia Tbk.....	26
4.6	Kinerja Perusahaan.....	26
BAB V ANALISIS SITUASI.....		28
5.1	Analisis Seven Domains Model .....	28
5.1.1	<i>Market Attractiveness (Macro Level)</i> .....	28
5.1.2	<i>Target Segment Benefits and Attractiveness (Micro Level)</i> .....	29
5.1.3	<i>Industry Attractiveness (Macro Level)</i> .....	31
5.1.4	<i>Sustainable Advantage (Micro Level)</i> .....	33
5.1.5	<i>Mission, Aspirations, and Risk Propensity</i> .....	35
5.1.6	<i>Ability on Execute on Industry's CSF</i> .....	36
5.1.7	<i>Connectedness up, down, and across Value Chain</i> .....	37
5.2	Analisis Strategi Pemasaran PT GMF Aeroasia Tbk. Saat Ini.....	38
5.3	Strategi Usaha dan Objektif Perusahaan PT GMF Aeroasia Tbk Saat Ini.....	41
BAB VI FORMULASI STRATEGI PEMASARAN .....		43
6.1	<i>Market Attractiveness-Competitive Position Matrix</i> .....	43
6.2	<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .....	46
6.3	<i>Marketing mix</i> .....	47
6.4	<i>Marketing Program dan Action Plan</i> .....	49
6.5	Pengendalian Kinerja Pemasaran .....	51
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....		52
7.1	Kesimpulan.....	52
7.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA .....		54

LAMPIRAN.....	55
I. Instrumen Penelitian .....	55
II. Transkrip Hasil Wawancara .....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks Analisis dan Pengumpulan Data.....	20
Tabel 5.1 Analisis <i>Macroenvironmental Tren</i> .....	28
Tabel 5.2 <i>Target Segment Benefit &amp; Attractiveness</i> .....	30
Tabel 5.3 Analisis Porter 5 Forces.....	32
Tabel 5.4 Analisis <i>Sustainable Advantage</i> .....	33
Tabel 5.5 Analisis Kemampuan dalam memenuhi CSF industri MRO .....	34
Tabel 6.1 <i>Market attractiveness</i> dari 5 produk SBU PT GMF Aeroasia Tbk.....	43
Tabel 6.2 <i>Competitive Position</i> dari 5 produk SBU PT GMF Aeroasia Tbk.....	44
Tabel 6.3 Strategi STP untuk PT GMF Aeroasia Tbk.tahun 2019-2021.....	46
Tabel 6.4 <i>Marketing Mix</i> untuk PT GMF Aeroasia Tbk. Tahun 2019-2021.....	47
Tabel 6.5 <i>Marketing Program</i> dan <i>Action Plan</i> GMF tahun 2019-2021.....	50
Tabel 6.6 Marketing Performance dan Financial Matriks GMF tahun 2019-2021.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Jumlah Pesawat Terbang di Dunia .....	1
Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Pasar MRO 2017-2022 di Dunia.....	2
Gambar 1.3 Proyeksi Pendapatan Usaha GMF Aeroasia Tahun 2017-2021.....	3
Gambar 2.1 7P <i>Marketing Mix</i> .....	8
Gambar 2.2 <i>Seven Domains Model</i> .....	9
Gambar 2.3 Analisis Lima Kekuatan Industri.....	11
Gambar 2.4 <i>Market Attractiveness Factors</i> .....	13
Gambar 2.5 <i>Competitive Position Factors</i> .....	14
Gambar 2.6 <i>Strategic Marketing Program</i> Berdasarkan Matriks MA-CP .....	15
Gambar 2.7 Bagan Perilaku Konsumen Perusahaan (B2B).....	15
Gambar 2.8 <i>Marketing Profit</i> dan <i>Financial Matriks</i> .....	16
Gambar 2.9 Kerangka Analisis.....	17
Gambar 2.10 Industri MRO Pesawat Terbang.....	18
Gambar 3.1 Matriks Wawancara Berdasarkan Segmen .....	21
Gambar 4.1 Segmen Produk dan Jasa PT GMF AeroAsia Tbk.....	24
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT GMF AeroAsia Tbk.....	25
Gambar 4.3 Kontribusi Pendapatan Usaha SBU GMF Aeroasia Tahun 2017.....	27
Gambar 5.1 <i>Strategic Business</i> PT GMF Aeroasia Tbk.....	42
Gambar 6.1 MA-CP Matriks Produk PT GMF Aeroasia Tbk.....	45
Gambar 6.2 Grand Strategy untuk PT GMF Aeroasia Tbk.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Instrumen Penelitian.....	55
Lampiran II Transkrip Hasil Wawancara.....	57

## DAFTAR ISTILAH

A-Check	: perawatan pesawat terbang yang tergolong dalam perawatan ringan yang biasanya memiliki jangka waktu setiap 3 bulan, 1000 jam terbang atau 500 siklus terbang.
Aircraft	: bagian dari pesawat terbang termasuk badan pesawat, mesin, roda pendarat dan komponen lainnya.
Airline	: perusahaan maskapai penerbangan yang mengoperasikan pesawat terbang dan bertanggung jawab terhadap kelaikan udara pesawat tersebut.
Airport	: bandar udara dengan landasan pacu sebagai pusat operasi penerbangan.
Cabin	: bagian dari interior pesawat terbang.
C-Check	: perawatan pesawat terbang yang tergolong dalam perawatan sedang yang biasanya memiliki jangka waktu setiap 2 tahun, 10.000 jam terbang atau 8.000 siklus terbang.
Component	: bagian penyusun pesawat terbang dengan fungsi tertentu.
Customer	: pelanggan yang membeli produk atau jasa melalui transaksi jual beli.
Daily Check	: perawatan pesawat terbang yang dilakukan setiap hari.
DKUPPU	: Direktorat Kelaikudaraan dan Pengoperasian Pesawat Udara, otoritas penerbangan dari negara Indonesia.
EASA	: otoritas penerbangan dari negara-negara Uni Eropa.
Engine	: bagian mesin pesawat terbang sebagai penghasil gaya dorong.
Engine Maintenance:	perawatan mesin pesawat terbang.
Engineering	: bagian dari aktifitas operasional dengan melakukan rekayasa agar pesawat berfungsi sesuai dengan desainnya.
ERP	: sistem berbasis teknologi informasi untuk memudahkan perusahaan menjalankan bisnis proses dan perencanaan.
FAA	: otoritas penerbangan dari negara Amerika Serikat.
Ground Time	: waktu yang dihabiskan selama di darat, biasanya digunakan untuk melakukan perawatan pesawat terbang.
Hangar	: fasilitas tempat melakukan kegiatan perawatan pesawat terbang.
Inspection	: kegiatan pengecekan kondisi pesawat terbang.
Line Maintenance	: perawatan ringan yang dapat dilakukan di apron dan membutuhkan waktu yang singkat.
Maintenance	: perawatan pesawat terbang.
Manufacturer	: produsen pesawat terbang, mesin atau komponen untuk pesawat terbang.
MRO	: perusahaan perawatan, perbaikan dan overhaul pesawat terbang.
Narrow Body	: pesawat terbang dengan ukuran kecil.
OEM	: perusahaan yang memproduksi pesawat terbang, mesin atau komponen.

Outstation	: fasilitas cabang yang milik perusahaan diluar dari fasilitas pusat, tujuannya untuk membantu operasional perusahaan.
Overhaul	: perawatan besar pesawat terbang.
Reliable	: berfungsi dengan handal sesuai dengan desain.
Repair	: kegiatan perbaikan jika terjadi kerusakan.
TAT	: waktu yang dihabiskan untuk perawatan pesawat terbang.
Transit Check	: perawatan pesawat terbang yang dilakukan saat transit.
Vendor	: pemasok komponen pesawat terbang.
Wide Body	: pesawat terbang dengan ukuran besar.