

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penulisan Karya Akhir	8
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II : DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Circle K International	10
2.2 PT. Circle K Indonesia	13
2.3 Segmen, Target, dan Posisi Pasar	
PT. Circle K Indonesia	16
2.4 Bauran Pemasaran Jasa	17

2.4.1	Produk Jasa	17
2.4.2	Tempat dan Saluran Distribusi	18
2.4.3	Harga	22
2.4.4	Promosi	23
2.4.5	Sumber Daya Manusia	24
2.4.6	Proses Pelayanan Pelanggan	26
2.4.7	Pelayanan Terhadap Konsumen	28
BAB III :	KONSEP STRATEGI	
3.1	Franchise	30
3.1.1	Bentuk Franchise	31
3.1.2	Metode Operasi Franchise	32
3.1.3	Keuntungan dan Kerugian Franchise	34
3.2	Retail	36
3.2.1	Definisi Retail	36
3.2.2	Jenis-jenis Retail	37
3.3	Pemasaran Jasa	40
3.4	Misi Jasa	45
BAB IV :	PENDEKATAN PERENCANAAN / STRATEGI	
4.1	Analisis Variabel Tak Terkendali	47
4.1.1	Peluang	48
4.1.2	Ancaman	48

4.2 Analisis Variabel Terkendali	49
4.3 Strategi Pemasaran	49
4.3.1 Segmen Pasar dan Sasaran	50
4.3.2 Memposisikan	51
4.4 Data Internal PT. CIRCLE K INDONESIA	58
4.5 Data Pesaing Bisnis	60
4.5.1 Starmart (PT. Hero Supermarket Tbk)	60
4.5.2 AM/PM Mini Store (PT. Sinar Sahabat)	60
BAB V : ANALISA DATA	
5.1 Bisnis Jasa PT. CIRCLE K INDONESIA	61
5.2 Analisis Variabel Tak Terkendali	66
5.2.1 Lingkungan Remote	67
5.2.2 Lingkungan Industri	77
5.3 Analisis Variabel Terkendali	84
5.4 Faktor Kunci Keberhasilan (Key Success Factors)	97
5.5 Strategi Pemasaran	99
5.5.1 Segmen Pasar	99
5.5.2 Target Pasar	100
5.5.3 Memposisikan	100
5.6 Strategi Bauran Pemasaran Jasa	101
5.6.1 Kebijakan Produk	102
5.6.2 Kebjiakan Tempat dan Promosi	102

5.6.3 Kebijakan Harga	103
5.6.4 Kebijakan Promosi	104
5.6.5 Kebijakan Sumber Daya Manusia	105
5.6.6 Kebijakan Proses Pelayanan	107
5.6.7 Kebijakan Pelayanan Terhadap Konsumen	107
BAB VI : RENCANA STRATEGI	
6.1 Perumusan Sasaran	109
6.2 Perumusan Strategi	112
6.3 Rencana Tindakan Strategik	115
BAB VII : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
7.1 Kesimpulan	117
7.2 Saran Bagi Manajemen	118
7.3 Rekomendasi Bagi Manajemen	123
Daftar Pustaka	xiv
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Lokasi Outlet CIRCLE K (DKI Jakarta)	19
Tabel 2	Keuntungan Waralaba	35
Tabel 3	Kelemahan Waralaba	36
Tabel 4	Pendapatan Perusahaan 5 Tahun Terakhir	58
Tabel 5	Prosentase Penjualan Produk	59
Tabel 6	Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta	69
Tabel 7	Matriks SWOT PT. Circle K Indonesia	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Struktur Organisasi PT. Circle K Indonesia	15
Gambar 2	Empat Karakteristik Jasa	43
Gambar 3	Tipe Pemasaran Industri Jasa Retail	45
Gambar 4	Langkah – Langkah Pemasaran	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Karakteristik Supermarket, Minimarket, Speciality Store, dan Convinience Store
- Lampiran 2** Strategik Generik Bisnis Eceran
- Lampiran 3** Daftar Outlet CIRCLE K di Indonesia
- Lampiran 4** Tanya Jawab dengan Manajemen Perusahaan
- Lampiran 5** Prosentase Penjualan Produk berdasarkan Kategori
- Lampiran 6** Struktur Organisasi Head Office PT. CIRCLE K INDONESIA
- Lampiran 7** Struktur Organisasi Regional Jakarta PT. CIRCLE K INDONESIA
- Lampiran 8** Tampilan Website CIRCLE K Indonesia (www.circlek.co.id)
- Lampiran 9** Tampilan Website CIRCLE K International (www.circlek.com)
- Lampiran 10** Laporan Penjualan Perusahaan tahun 2004
- Lampiran 11** Laporan Penjualan Perusahaan tahun 2005
- Lampiran 12** Laporan Penjualan Perusahaan tahun 2006
- Lampiran 13** Surat Keterangan Penelitian dari PT. CIRCLE K INDONESIA
- Lampiran 14** Daftar Riwayat Hidup Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. *Developing Business Strategies*. New York: John Wiley & Sons. Inc., 1995.
- Anonim. "Kenali Konsumen Menangkan Pasar", Media Indonesia, Kamis, 23 April 1998.
- _____. "Krisis, Peluang, dan Cinta Negara". Media Indonesia, Kamis, 23 April 1998.
- Berman, Barry dan Evans, Joel R. *Retail Management: a Strategic Approach*, New York: Macmilian Publishing Co., Fifth Edition, 1989.
- Boyd, Harper W. *Marketing Management: A Strategic Approach With A Global Orientation*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc., 1995.
- Cravens, David A. *Strategic Marketing*, Homewood, IL; Richard D. Irwin, Inc., Fifth Edition, 1997.
- Harjanto, Enny. -"Menyiapkan Eksekutif Pemasaran yang Andal". Makalah Konferensi Nasional Pemasaran Tren Pemasaran Abad-21, Hotel Shangri-LA. Jakarta, 27 Maret 1997.
- Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane dan Hoskisson, Robert E. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. Minneapolis: West Publishing Co., 1996.
- Kertajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Mustaka Utama, 1996.
- Kotler, P. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice Hall, 1997,
- _____, Swee Moon Ang, Slew Meng Leong, dan Chin Tiong Tan. *Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall, 1996.
- Lewison, dale M. dan DeLozier, M. Wayne. *Retailing*. Ohio: Merrill Publishing Co., Third Edition, 1989.
- Lovelock, Christopher H. *Services Marketing*. London: Prentice Hall, Second Edition, 1991.

- Pawitra, Teddy. "Sistim Pemasaran Jasa Menjelang Era Tahun 2000: Pengelolaan untuk Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan", *Usahawan* No. 12 Tahun XXV, Desember 1996.
- Payae, Adrian. *The Essence of Services Marketing*, London: Prentice hall 1993.
- Pearce, John A. dan Richard B. Robinson. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc., 1994.
- Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press, 1985.
- R., Burhanuddin dan Iwantono, Sutrisno. "Menjadi Wirausahawan dengan Waralaba". *Majalah Manajemen Usahawan Indonesia*, No. 01 ThXXVI Januari 1997.
- Salim, Wahid. "Manajemen Franchise: Konsep dan Aplikasinya". *Majalah Manajemen Usahawan Indonesia*, No. 11 Th XXV Nopember 1996.
- Supiyo. H.B. "Loyalitas: Pedang Bermata Dua". *Majalah SWAsembada* No. 23/XE/4-I7 Desember 1997.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, Edisi Pertama, 1996.
- _____. *Strategi Bisnis & Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, Edisi Pertama, 1996.
- _____. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, Edisi Kedua, 1998.
- Walker, Orville C., et al. *Marketing Strategy: Planning and Implementation*, Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc., 1992.
- Data Internal Perusahaan PT. CIRCLE K INDONESIA, 2007
- Media Elektronik Komputer