

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Karya Akhir .....	5
1.4 Manfaat Karya Akhir .....	5
1.5 Sistematika Penulisan Karya Akhir .....	6
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	8
2.1 Sejarah Perusahaan .....	8
2.2 Visi, Misi dan Tata Nilai Imeco .....	10
2.3 Pesaing Perusahaan .....	11
2.3.1 Struktur Bisnis Pabrikan Gas Turbine .....	11
2.3.2 Close Competitor .....	12
2.4 Kebijakan Pemerintah .....	13
2.4.1 Pembangunan Pembangkit Tenaga Listrik .....	13
2.4.2 Pemberdayaan Produk Dalam Negeri .....	14
2.5 Struktur Organisasi SBU PS&PD .....	14
<b>BAB III KONSEP STRATEGI</b> .....	17
3.1 Pasar .....	17
3.1.1 Pengertian Pasar .....	17

3.1.2	Bentuk Pasar .....	17
3.1.2	Niche Market .....	17
3.2	Pemasaran .....	19
3.2.1	Pengertian Pemasaran .....	19
3.2.2	Fungsi Kegiatan Pemasaran .....	19
3.2.3	Strategi Pemasaran .....	22
3.2.4	Strategi Market Penetration .....	23
3.2.5	Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	24
3.3	Produk .....	25
3.3.1	Gas Turbine AeroDerivative LM2500 .....	25
3.3.2	GE® Mobile Gas Turbine TM2500 .....	26
3.3.3	Atribut Produk GE® Mobile Gas Turbine TM2500.....	28
3.3.4	Produk Saingan .....	29
3.4	Place (Distribusi) .....	30
3.5	Promosi.....	32
3.6	Personal Selling .....	33
3.6.1	Falsafah <i>Personal Selling</i> .....	33
3.6.2	Definisi Personal Selling .....	33
3.6.3	Peranan Personal Selling .....	35
3.6.4	Keuntungan Personal Selling .....	38
3.6.5	Tingkatan Strategi Personal Selling .....	39
3.6.6	Pelaksanaan Strategi Personal Selling .....	40
3.7	Komunikasi Dalam Personal Selling .....	48
3.8	Faktor Yang Mempengaruhi Personal Selling .....	50
3.8.1	Persyaratan Tenaga Penjual .....	50
3.8.2	Pengelolaan dan Struktur Tenaga Penjual .....	53
3.9	Implikasi Personal Selling .....	55
3.10	Implementasi, Evaluasi Dan Kontrol Strategi .....	56
3.10.1	Implementasi Strategi .....	56
3.10.2	Evaluasi Dan Kontrol Strategi .....	56
3.10.3	Menentukan Strategi Alternatif Dengan Matrix TOWS .....	57

3.10.4 Evaluasi Strategi Pemasaran .....	59
<b>BAB IV PENDEKATAN EVALUASI STRATEGI PERSONAL</b>	<b>60</b>
<b>SELLING.....</b>	
4.1 Pengumpulan Informasi .....	60
4.1.1 Studi Pustaka .....	60
4.1.2 Studi Lapangan .....	60
4.2 Pendekatan Perencanaan Strategi Personal Selling .....	61
4.2.1 Tahap I, Input Stage .....	62
4.2.2 Tahap II, Matching Stage .....	62
4.2.3 Tahap III, Decision Stage .....	69
<b>BAB V ANALISIS DATA .....</b>	<b>70</b>
5.1 Proses Identifikasi Dan Analisis Stakeholder .....	70
5.1.1 PT Imeco Inter Sarana .....	70
5.1.2 PT PLN (Persero) .....	72
5.2 Analisis Eksternal .....	73
5.2.1 Analisa Lingkungan Pasar Kenagalistrikan .....	73
5.3 Analisis Persaingan .....	76
5.4 Analisis Internal .....	78
5.4.1 Kekuatan Produk .....	78
5.5 Analisis Strategi Personal Selling .....	79
5.5.1 Persiapan Pendekatan Kepada Calon Pembeli .....	81
5.5.2 Penyajian.....	81
5.5.3 Kegiatan Purna Jual .....	82
5.6 Penentuan Key Faktor Strategi Personal Selling .....	83
5.6.1 Kekuatan.....	83
5.6.2 Kelemahan .....	87
5.6.3 Peluang .....	89
5.6.4 Tantangan .....	90
5.7 Analisis Sekunder Atas Unjuk Kerja .....	92
5.7.1 Data Unjuk Kerja .....	92
5.7.2 Analisa Unjuk Kerja .....	95

5.8 Analisis SWOT Strategi Personal Selling .....	99
<b>BAB VI EVALUASI STRATEGI PERSONAL SELLING .....</b>	<b>102</b>
6.1 Kinerja Pelaksanaan Strategi Personal Selling .....	102
6.1.1 Kinerja Pelaksanaan Startegi Personal Selling .....	102
6.1.2 Keberhasilan Startegi Personal Selling vs Kemampuan Tenaga Penjual .....	103
6.1.3 Customer Satisfaction vs Margin Rate .....	103
6.1.4 Kemampuan Berkomunikasi .....	105
6.1.5 Kemampuan Negosiasi adalah Kemampuan Komunikasi tambah Kemampuan Teknis.....	105
6.1.6 Kemampuan Para Project Manager Harus Ditunjang Dengan Pelatihan Menjadi Pribadi Unggul .....	106
6.1.7 Dukungan Perusahaan Induk PT. Imeco Inter Sarana .....	107
6.2 Perencanaan dan Pengendalian Tindakan Korektif .....	108
6.2.1 Perusahaan Belum Memiliki Team Kajian dan Mitigasi Resiko .....	108
6.2.2 Pelatihan Strategi Personal Selling adalah Harus dan Sekarang .....	109
6.3 Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Personal Selling .....	112
6.3.1 Struktur Tenaga Penjual .....	112
6.3.2 Perekrutan Tenaga Penjual .....	113
6.3.3 Bimbingan Dan Motivasi .....	113
6.3.4 Balas Jasa .....	115
6.3.5 Pengevaluasian Tenaga Penjual .....	116
6.3.6 Tantangan Tenaga Penjual .....	117
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>118</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>138</b>