

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| JUDUL | i |
| ABSTRACT | ii |
| ABSTRAK | iii |
| PENGESAHAN KARYA AKHIR | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA AKHIR | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Batasan Masalah | 7 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 7 |
| 1.4. Maksud dan Tujuan | 7 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN | |
| 2.1. Sejarah Berdirinya Berlian Tour | 11 |
| 2.2. Lingkup Bidang Usaha | 12 |
| 2.3. Visi, Misi, Strategi dan Tujuan | 12 |
| 2.4. Struktur Organisasi PT. Berlian Tour | 13 |
| 2.5. Sumber Daya | 14 |
| 2.6. Tantangan Bisnis | 15 |
| 2.7. Proses Bisnis | 15 |

BAB III. KONSEP STRATEGI

| | |
|--|----|
| 3.1. Definisi Pemasaran | 16 |
| 3.2. Konsep Pemasaran | 18 |
| 3.3. Pemasaran Jasa | 22 |
| 3.4. Strategi Pemasaran | 25 |
| 3.5. Bauran Pemasaran | 28 |
| 3.6. Strategi Bersaing | 30 |
| 3.7. <i>Adopting Innovations</i> | 33 |
| 3.8. Kerangka Berpikir | 36 |

BAB IV. PENDEKATAN EVALUASI STRATEGIS

| | |
|--|----|
| 4.1. Pengumpulan Informasi | 37 |
| 4.2. Metoda Analisis | 39 |
| 4.2.1. Analisis Industri dan Perusahaan | 41 |
| 4.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal | 41 |
| 4.2.3. Analisis Lingkungan Internal | 42 |
| 4.2.4. Analisis Pasar | 43 |
| 4.2.5. Analisis Persaingan dan Strategi Perusahaan | 43 |
| 4.3. Variable Operational | 43 |

BAB V. ANALISA DATA

| | |
|--|----|
| 5.1. Analisa Industri | 46 |
| 5.2. Analisa Lingkungan Internal Perusahaan | 50 |
| 5.2.1. <i>Resources</i> | 50 |
| 5.2.2. <i>Capability</i> | 51 |
| 5.2.3. <i>Core Competency</i> | 53 |
| 5.3. Analisa Lingkungan Eksternal Perusahaan | 56 |
| 5.3.1. Analisa Kekuatan Pesaing | 56 |
| 5.3.1.1. Ancaman Pendetang Baru | 56 |
| 5.3.1.2. Kekuatan Tawar Menawar Supplier | 60 |
| 5.3.1.3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli | 60 |

| | |
|--|-----|
| 5.3.1.4. Ancaman dari Produk Penganti | 61 |
| 5.3.1.5. Persaingan antar Perusahaan dalam Lingkup Usaha yang Sejenis | 61 |
| 5.3.2. Analisa Respon Terhadap Konsep Travel Management | 62 |
| 5.4. Analisis <i>Relative Advantage Travel Agent</i> ke <i>Travel Management</i> | 69 |
| 5.5. Analisis Strategi Perusahaan | 70 |
| 5.5.1. Analisis STP | 70 |
| 5.5.2. Analisis 4P | 74 |
| 5.6. Analisis Kinerja dan Respon Konsep <i>Travel Management</i> | 76 |
| BAB VI. RANCANGAN STRATEGI FUNGSIONAL | |
| 6.1. Rancangan Strategi Fungsional | 80 |
| 6.2. Program Fungsional | 84 |
| 6.3. Perencanaan dan Pengendalian Strategi Fungsional | 87 |
| BAB VII. REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN | |
| 7.1. Kesimpulan Hasil Penelitian | 90 |
| 7.1.1. Hasil Evaluasi Perusahaan | 90 |
| 7.1.2. Strategi STP | 91 |
| 7.1.3. Strategi 4P | 92 |
| 7.2. Saran | 93 |
| 7.2.1. Produk Diferensiasi | 93 |
| 7.2.2. Segmentasi dan Positioning | 93 |
| 7.2.3. Promosi dan Distribusi | 93 |
| DAFTAR PUSTAKA | 94 |
| LAMPIRAN | 95 |
| RIWAYAT HIDUP | 103 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 1 | Statistik Kunjungan Wisatawan di Indonesia 2000 – 2007 | 2 |
| 2 | Top 10 Best Performing Origin Market | 3 |
| 3 | Perkembangan Jumlah Penumpang Pesawat Domestik dan International | 4 |
| 4 | Kapabilitas Berlian Tour | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | | Halaman |
|---------------|---|----------------|
| 1 | Struktur Organisasi PT. Berlian Tour | 13 |
| 2 | Konsep Pemasaran | 21 |
| 3 | Empat karakter Jasa | 23 |
| 4 | Tipe Pemasaran dalam Industri Jasa | 25 |
| 5 | Strategi Bersaing dari Porter | 32 |
| 6 | Kerangka Berpikir Strategi Pemasaran Berlian Tour | 36 |
| 7 | Teknik Sampling | 40 |
| 8 | Statistik Kunjungan Wisatawan | 48 |
| 9 | Pilihan Responden antara <i>Travel Agent</i> atau <i>Travel Management</i> | 62 |
| 10 | Menurut Responden konsep bisnis <i>Travel Management</i> | 63 |
| 11 | <i>Travel Management</i> Memberikan Laporan untuk <i>Saving Cost</i> | 64 |
| 12 | Setuju <i>Travel Management</i> Diterapkan di Perusahaan Anda | 65 |
| 13 | <i>Travel Management</i> Menjadi Solusi dalam Trend Bisnis <i>Travel</i> | 66 |
| 14 | <i>Travel Management</i> akan Menawarkan Produk Inovatif | 67 |
| 15 | Responden akan membicarakan <i>Travel Management</i> ke rekan Kerja atau teman | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | | Halaman |
|-----------------|--|----------------|
| 1 | Kata Pengantar Kuesioner | 95 |
| 2 | Kuesioner I, <i>Travel Management</i> | 96 |
| 3 | Kuesioner II, <i>Travel Management</i> | 97 |
| 4 | Pengelompokan Data Kuesioner I | 98 |
| 5 | Pengelompokan Data Kuesioner II | 99 |
| 6 | Data View SPSS 16.0 | 100 |
| 7 | Variable View SPSS 16.0 | 101 |
| 8 | Variable View SPSS 16.0 | 102 |

