

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.6. Lingkup Penelitian.....	11
1.7. Sistematika Penelitian	12
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Proses Bisnis	14
2.1.1. Rekayasa Ulang Proses Bisnis.....	14

2.2. <i>Service Blueprint</i>	15
2.3. <i>Resource Based View</i>	17
2.3.1. Sumber Daya dan Kapabilitas.....	18
2.3.2. Kerangka VRIO.....	20
2.4. <i>Five Force's Analysis</i>	22
2.4.1. Persaingan antar Kompetitor dalam Industri.....	23
2.4.2. Ancaman Pendatang Baru.....	24
2.4.3. Ancaman Produk Substitusi.....	25
2.4.4. Daya Tawar Pemasok (<i>Supplier</i>).....	26
2.4.5. Daya Tawar Pembeli.....	27
2.5. SPBU Reguler PT Pertamina Patra Niaga.....	28
 BAB III. METODA PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Sumber Data	30
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4. Alat Analisis	32
3.5. Kerangka Analisis	35
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis Kondisi Eksisting Produk dan Layanan SPBU Reguler PT Pertamina Patra Niaga.....	36
4.1.1. Hasil Survei Konsumen dan Operator SPBU Reguler PT Pertamina Patra Niaga.....	36

4.1.1.1 Hasil Survei Konsumen SPBU Reguler PT Pertamina Patra Niaga.....	36
4.1.1.2 Hasil Survei Operator SPBU Reguler PT Pertamina Patra Niaga.....	39
4.1.2. Identifikasi Proses Bisnis.....	42
4.1.3. Analisis <i>Service Blueprint</i>	44
4.1.4. Analisis <i>Resource Based View</i>	47
4.1.4.1 <i>Tangible Resources</i>	47
4.1.4.2 <i>Intangible Resources</i>	54
4.2. Analisis Kondisi Persaingan yang dihadapi PT Pertamina Patra Niaga dalam Pasar BBM Retail.....	63
4.2.1. Hasil Wawancara Pejabat PT Pertamina Patra Niaga.....	63
4.2.1.1 Hasil Wawancara Direktur Pemasaran Regional PT Pertamina Patra Niaga.....	63
4.2.1.2 Hasil Wawancara Manager PSO & NPSO Fuel Sales Fungsi Retail Fuel Sales PT Pertamina Patra Niaga.....	65
4.2.2. <i>Five Force's Analysis</i>	67
4.2.2.1 Persaingan antar Kompetitor dalam Industri.....	67
4.2.2.2 Ancaman Pendaatang Baru.....	75
4.2.2.3 Ancaman Produk Substitusi.....	81
4.2.2.4 Daya Tawar Pemasok (<i>Supplier</i>).....	85
4.2.2.5 Daya Tawar Pembeli.....	88

4.2.2.6 Hasil Five Force's Analysis.....	93
4.3. Formulasi Strategi Diferensiasi Produk dan Layanan SPBU Reguler PT Pertamina Patra Niaga.....	95
BAB V. SIMPULAN	
5.1. Simpulan.....	99
5.2. Rekomendasi.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	106