

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penulisan.....	2
1.4. Batasan Masalah	3
1.5. Metode Penulisan.....	3
1.6. Definisi Operasional	6
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	9
2.1. Kondisi Umum.....	9
2.1.1. Sejarah PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)	9
2.1.2. Tiga Pilar Misi Go-jek.....	9
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Definisi <i>E-commerce</i>	10
2.2.2. Pengertian Analisis	11
2.2.3. Proses Analisis.....	11
2.2.4. Analisis SWOT.....	12
2.2.5. Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan	15
2.2.6. Cara Membuat Analisis SWOT	19
2.2.7. Fungsi SWOT.....	20
2.2.8. Matriks SWOT	21
2.2.9. Definisi Produk.....	22
2.2.10. Produk PT Aplikasi Anak Bangsa (Gojek)	23
2.3. Tinjauan Pustaka.....	27
2.4. Metodologi Penulisan	29

2.4.1. Jenis Penelitian	29
2.4.2. Populasi dan Sampel.....	30
2.4.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
2.4.4. Sumber Data Penelitian	31
2.4.5. Teknik Analisis Data	31
2.5. Alat Ukur.....	33
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	49
3.1. Kekuatan (<i>Strength</i>) PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)	50
3.1.1. Berdasarkan Aspek Pemasaran.....	50
3.1.2. Berdasarkan Aspek Penjualan	53
3.1.3. Berdasarkan Aspek Distribusi dan Operasi	54
3.1.4. Berdasarkan Aspek Teknologi dan Sistem Aplikasi	54
3.1.5. Berdasarkan Aspek Pelayanan dan SDM	56
3.2. Kelemahan (<i>Weakness</i>) PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)	57
3.2.1. Berdasarkan Aspek Pemasaran.....	57
3.2.2. Berdasarkan Aspek Pelayanan dan SDM	57
3.2.3. Berdasarkan Aspek Teknologi dan Sistem Aplikasi	58
3.3. Peluang (<i>Opportunities</i>) PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)	58
3.3.1. Berdasarkan Faktor Ekonomi	58
3.3.2. Berdasarkan Faktor Sosial	58
3.3.3. Berdasarkan Faktor Politik dan Hukum	59
3.3.4. Berdasarkan <i>Partner</i>	59
3.4. Ancaman (<i>Threat</i>) PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)	60
3.4.1. Berdasarkan Faktor Ekonomi	60
3.4.2. Berdasarkan Faktor Persaingan	60
3.5. Matrik SWOT	61
3.6. Diagram Analisis SWOT	65
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	67
4.1. Kesimpulan	67
4.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Daftar Persebaran Area Layanan Gojek.....	26
Tabel 2. 2. Alat Ukur.....	33
Tabel 2. 3. Daftar Pertanyaan Driver	33
Tabel 2. 4. Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Proses Analisis	12
Gambar 2. 2. Kuadran Analisis SWOT.....	19
Gambar 2. 3. Matriks SWOT	21
Gambar 3. 1. Promo Gojek	51
Gambar 3. 2. Iklan Gojek di baliho.....	52
Gambar 3. 3. Gojek Menjadi Sponsor Utama Liga 1 Indonesia	53
Gambar 3. 4. Cara Top Up Gopay	54
Gambar 3. 5. sistem aplikasi gojek	55
Gambar 3. 6. Tampilan web Gojek	55
Gambar 3. 7. Penilaian yang dilakukan pelanggan	56
Gambar 3. 8. Contoh partner dari Gojek.....	60
Gambar 3. 9. Hasil Analisis SWOT Diagram SWOT pada PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara <i>Driver</i>	71
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen.....	76