

## DAFTAR ISI

Halaman judul.....	i
Halaman pernyataan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar isi.....	v
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Abstract.....	xi
Intisari.....	xii

### **BAB I      PENDAHULUAN**

1.1      Latar Belakang.....	1
1.2      Perumusan Masalah.....	4
1.3      Tujuan Penelitian.....	8
1.4      Manfaat Penelitian.....	8
1.5      Metoda Penelitian.....	8
1.5.1      Metoda Pengumpulan Data.....	8
1.5.2      Metoda Analisis.....	9
1.6      Sistematika Penulisan.....	11

### **BAB II      LANDASAN TEORI**

2.1      Analisis Industri.....	13
2.2      Karakteristik Ekonomi Dominan Dalam Industri.....	14
2.3      Five Forces Model.....	18
2.3.1      Ancaman Calon pendatang baru.....	19
2.3.2      Ancaman Produk Pengganti.....	20
2.3.3      Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	21
2.3.4      Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	22

	2.3.5 Intensitas Persaingan di Antara Pesaing.....	23
	2.4 Driving Forces.....	23
	2.5 Key Success Factor.....	24
	2.6 Strategic Group Maps.....	25
	2.7 Penilaian Keatraktifan dan Prospek Profitabilitas Industri...27	
<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM INDUSTRI RITEL BBM</b>	
	3.1 Sejarah dan Perkembangan Industri.....	29
	3.2 Perusahaan Dalam Industri Ritel BBM.....	33
	3.3.1 PT Pertamina (persero).....	33
	3.3.2 PT Shell Indonesia.....	37
	3.3.2 PT Petronas Niaga Indonesia.....	38
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISA INDUSTRI RITEL BBM</b>	
	4.1 Karakteristik Karakteristik Ekonomi Dominan.....	40
	4.1.1 Ukuran dan Pasar Pertumbuhan Pasar BBM.....	40
	4.1.2 Area Persaingan.....	42
	4.1.3 Jumlah Pesaing.....	43
	4.1.4 Karakter Konsumen.....	43
	4.1.5 Kapasitas Produksi.....	44
	4.1.6 Integrasi Vertikal.....	44
	4.1.7 Diferensiasi Produk dan Layanan.....	44
	4.1.8 Skala Ekonomi.....	45
	4.2 Analisa Five Forces Model.....	45
	4.2.1 Ancaman Pendaatang baru.....	46
	4.2.2 Ancaman Produk Pengganti.....	55
	4.2.3 Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	57
	4.2.4 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	64
	4.2.5 Intensitas Persaingan Antar Para Pesaing.....	71
	4.3 Identifikasi Driving Forces.....	75

4.3.1 Kebijakan.....	75
4.3.2 Kehadiran Perusahaan Besar.....	77
4.3.3 Globalisasi.....	78
4.4 Identifikasi Key Succes Factor.....	79
4.4.1 Kecepatan Membangun Jaringan SPBU.....	80
4.4.2 Kualitas Produk dan Layanan.....	80
4.4.3 Lokasi yang Tepat.....	81
4.4.4 Kemampuan Mengelola Persediaan.....	82
4.4.5 Kemampuan Mengelola Jaringan Ritel dan Distribusi Dengan Efisien.....	82
4.5 Analisa Strategi Group Maps.....	83
4.5.1 Dimensi Strategis.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	95

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indikator Kunci Ekonomi Indonesia .....	6
Tabel 2.1	Elemen Karakteristik Ekonomi dan Impak Terhadap Strategi....	17
Tabel 3.1	Perusahaan Ritel BBM Indonesia.....	33
Tabel 4.1	Perbandingan Ukuran Pasar Indonesia – Asia Pasifik.....	41
Tabel 4.2	Lokasi SPBU Pendatang Baru .....	43
Tabel 4.3	Ancaman Pendatang Baru .....	46
Tabel 4.4	Ilustrasi Investasi Awal SPBU.....	48
Tabel 4.5	Nilai Investasi Perusahaan Ritel BBM.....	49
Tabel 4.6	Harga Jual Eceran BBM Berdasarkan Perpres No.55/2005.....	52
Tabel 4.7	Harga BBM Mutu Oktan Tinggi.....	52
Tabel 4.8	Jumlah Anggaran Subsidi BBM.....	53
Tabel 4.9	Izin Kegiatan Usaha Hilir Migas.....	55
Tabel 4.10	Ancaman Produk Pengganti.....	56
Tabel 4.11	Kekuatan Tawar Pemasok.....	58
Tabel 4.12	Produksi Minyak Bumi Berdasarkan Perusahaan.....	59
Tabel 4.13.	Pengeboran Eksplorasi Minyak dan Gas.....	60
Tabel 4.14	Produksi Minyak Mentah.....	61
Tabel 4.15	Produksi Kilang Berdasarkan Jenis BBM.....	61
Tabel 4.16	Pemenang 12 Wilayah Kerja Minyak Baru.....	62
Tabel 4.17	Kekuatan Tawar Pembeli.....	64



Tabel 4.18	Jumlah Kendaraan Bermotor Berdasarkan Jenis.....	66
Tabel 4.19	Distribusi Pembelian BBM Menurut Sektor.....	66
Tabel 4.20	Pertumbuhan Pemakaian BBM Berdasarkan Sektor.....	68
Tabel 4.21	Angka Oktan dan Rasio Kompresi Mesin.....	69
Tabel 4.22	Persaingan Antar Perusahaan.....	71
Tabel 4.23	Jumlah Total SPBU Setiap Peritel Tahun 2005 – 2007.....	73
Tabel 4.24	Harga Jual BBM per Liter.....	81
Tabel 4.25	Bentuk Promosi dan Layanan Peritel BBM.....	85
Tabel 4.26	Jumlah SPBU Setiap Peritel.....	86
Tabel 4.27	Penyebaran SPBU Pertamina.....	87
Tabel 4.28	Penyebaran SPBU Shell.....	87
Tabel 4.29	Penyebaran SPBU Petronas.....	87
Tabel 4.30	Rencana Strategis Pengembangan SPBU Setiap Peritel.....	88
Tabel 5.1	Intensitas Persaingan Industri Ritel BBM.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Rerangka Analisis Industri Ritel BBM.....	9
Gambar 2.1.	Five Forces Model.....	19
Gambar 2.2.	Strategic Group Maps.....	27
Gambar 3.1.	Lokasi Penyimpanan BBM Pertamina.....	36
Gambar 4.1.	Ukuran Pasar Ritel BBM Tahun 2001 – 2005.....	41
Gambar 4.2.	Pertumbuhan Pasar Ritel BBM Tahun 2001 – 2005.....	42
Gambar 4.3	Five Forces Model Industri Ritel BBM.....	45
Gambar 4.4	Konsumsi Berdasarkan Jenis BBM.....	65
Gambar 4.5	Pertumbuhan SPBU Baru Setiap Peritel Tahun 2005 – 2007.....	72
Gambar 4.6	Strategic Group Maps Industri Ritel BBM.....	89