

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xii
Intisari.....	xii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Metodologi Penelitian.....	10
1.6.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	10
1.6.2. Alat Analisis.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14

2.1 Analisis Paradigma <i>Structure Conduct Performance (SCP)</i>	14
2.1.1 Analisis <i>Structure</i>	15
2.1.1.1 Struktur Pasar (<i>Market Structure</i>).....	15
2.1.1.2 <i>Herfindahl Hirschman Index</i>	23
2.1.1.3 <i>Concentration Ratio (CR)</i>	25
2.1.1.4 <i>Porter's Five Competitive Forces</i>	26
2.1.2 Analisis <i>Conduct</i>	31
2.1.2.1 <i>Generic Strategic Map</i>	32
2.1.2.1.1 Strategi Diferensiasi (<i>Differentiation Strategy</i>).....	32
2.1.2.1.2 Strategi Kepemimpinan Harga (<i>Cost Leadership</i>).....	33
2.1.2.1.3 Strategi Fokus (<i>Focus</i>).....	33
2.1.2.2 <i>Customer Perceptual Map</i>	33
2.1.3 Analisis <i>Performance</i>	36
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Tempat Penelitian.....	37
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Data Primer.....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.4.1 Analisis <i>Structure Conduct Performance (SCP)</i>	41
3.4.1.1 Analisis <i>Structure</i>	41
3.4.1.2 Analisis <i>Conduct</i>	43

3.4.1.3 Analisis <i>Performance</i>	45
3.5 Obyek Penelitian.....	45
3.5.1 Sejarah Perusahaan.....	46
3.5.2 Visi Misi Perusahaan.....	47
3.5.3 Struktur Organisasi.....	48
3.5.4 Pameran – pameran Yang Diselenggarakan.....	48
BAB IV ANALISIS Dan PEMBAHASAN.....	51
4.1 Analisis <i>Structure Conduct Performance (SCP)</i>	51
4.1.1 Analisis <i>Structure</i>	52
4.1.1.1 <i>Herfindahl Hirschman Index(HHI)</i>	54
4.1.1.2 <i>Concentration Ratio (CR)</i>	55
4.1.1.3 <i>Porter’s Five Competitive Forces</i>	57
4.1.2 Analisis <i>Conduct</i>	63
4.1.2.1 <i>Customer Perceptual Map</i>	67
4.1.3 Analisis <i>Performance</i>	71
4.1.3.1 Analisis Kinerja Karyawan.....	71
4.1.3.2 Analisis Kinerja Pelaksanaan Kegiatan Pameran.....	74
4.1.3.3 Analisis Kinerja Kantor Cabang.....	72
4.1.3.4 Analisis Kinerja Keuangan Kantor Cabang.....	83
4.2 Hubungan <i>Structure Conduct Performance</i>	84
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran.....	95



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Strategi Bersaing Dyandra Promosindo Cabang Yogyakarta dalam Industri Pameran di Yogyakarta

Agung Mulyawan Paramata, Bapak Rangga Almahendra, Dr., S.T., M.M

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sifat Kompetisi berdasarkan <i>Herfindahl Hirschman Index</i>	24
Tabel 2.2 <i>Generic Statagic Map</i>	32
Tabel 3.1 Narasumber PT. Dyandra Promosindo cabang Yogyakarta.....	39
Tabel 3.2 Garis Besar PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	45
Tabel 4.1 Jumlah pameran 5 Perusahaan Penyelenggara Jasa Pameran Di Yogyakarta.....	54
Tabel 4.2 Tabel Perhitungan <i>Herfindahl Hirschman Index</i> (HHI).....	54
Tabel 4.3 Perhitungan <i>Concentration Ratio</i> (CR4).....	55
Tabel 4.4 <i>Analisis Porter's Five Competitive Forces</i>	57
Tabel 4.5 Daftar Pameran Industri Komputer & IT serta perbandingan harga standnya.....	58
Tabel 4.6 Perbandingan Jumlah Pameran di Yogyakarta.....	59
Tabel 4.7 Judul Pameran Sejenis Dalam Setahun Di Yogyakarta.....	62
Tabel 4.8 <i>Generic Strategic Map</i>	63
Tabel 4.9 Tabel Hasil Survey Konsumen Tentang <i>Perceptual Map</i> Industri Jasa Penyelenggara Pameran (Yogyakarta).....	67
Tabel 4.10 <i>Customer Perceptual Map</i>	69
Tabel 4.11 Komposisi Profil Karyawan PT. Dyandra Promosindo Cabang Yogyakarta.....	72
Tabel 4.12 Penilaian Konsumen terhadap PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Pameran di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Luas lahan pameran di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Grafik 10 besar Luas Pameran Oleh Perusahaan Jasa Penyelenggara Pameran.....	6
Gambar 2.1 <i>Concentration Ratio</i>	26
Gambar 2.2 <i>Porter's Five Forces Competition</i>	31
Gambar 3.1 Kerangka Analisis Penelitian.....	45
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Dyandra Promosindo Cabang Yogyakarta.....	47
Gambar 4.1 Grafik Pertumbuhan Pameran di Indonesia.....	53
Gambar 4.2 <i>Concentration Ratio (CR4)</i> Industri Perusahaan Jasa Penyelenggara Pameran di Yogyakarta.....	56
Gambar 4.3 Grafik Anggota ASPERAPI per Kategori Industri secara Nasional.....	61
Gambar 4.4 <i>Customer Perceptual Map (Price vs Quality)</i>	68
Gambar 4.5 <i>Customer Perceptual Map (Promotion vs Inovation)</i>	70
Gambar 4.6: Grafik Kepuasan Karyawan PT. Dyandra Promosindo Cabang Yogyakarta.....	73
Gambar 4.7. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Kualitas/Brand Pameran PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	78
Gambar 4.8. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Pelayanan Umum PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	78
Gambar 4.9. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Konsep Pameran PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	79
Gambar 4.10. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Harga Sewa Stand Pameran PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	79
Gambar 4.11. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Program Pendukung Pamerean PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	80

- Gambar 4.12. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Strategi Iklan Pamerean PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....80
- Gambar 4.13. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Strategi Promosi Program Pamerean PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....81
- Gambar 4.14. Grafik Penilaian Peserta Pameran Terhadap Target Transaksi Pameran Pada Pamerean PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Kepuasan Kerja Karyawan PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	100
Lampiran 2 Wawancara dengan HRD Manager PT. Dyandra Promosindo Yogyakarta.....	102
Lampiran 3 Wawancara dengan Bapak Samsun Hasani (Ketua DPD Asperapi Yogyakarta).....	104
Lampiran 4 Kuesioner Finance Manager Dyandra Promosindo Cabang Yogyakarta Anddre Referli.....	108
Lampiran 5 Wawancara dengan Branch Manager Dyandra Promosindo Yogyakarta Donny Farista Gunawan.....	109
Lampiran 6 Kuisiner Kepuasan Pelanggan.....	112