



## DAFTAR ISI

Lembar Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xii
<i>Abstract</i> .....	xiii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1     Latar Belakang Masalah .....	1
1.2     Rumusan Masalah.....	5
1.3     Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4     Tujuan Penelitian.....	7
1.5     Batasan Penelitian.....	8
1.6     Manfaat Penelitian .....	8
1.7     Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1     Landasan Teori .....	11
2.2     Manajemen Strategis.....	11
2.3     Visi dan Misi Perusahaan.....	12
2.4 <i>Strategic Innovations</i> .....	13
2.5 <i>Strategic Niche Management</i> .....	17
<b>BAB III.....</b>	<b>20</b>
<b>METODA PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....</b>	<b>20</b>



3.1	Metoda Penelitian .....	20
3.2	Objek Penelitian .....	20
3.2.1	Profil Perusahaan.....	20
3.2.2	Unit Bisnis LPG Industri Region III.....	22
3.2.3	Vi-Gas .....	23
3.2.4	<i>Corporate Plan</i> .....	26
3.2.5	Pemanfaatan BBG di Negara Lain .....	27
3.3	Sumber Data.....	28
3.4	Metoda Pengumpulan Data .....	29
3.5	Kerangka Penelitian .....	30
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>32</b>
4.1	Evaluasi Strategi Perusahaan .....	33
4.1.1	Implementasi Strategi Perusahaan.....	35
4.1.1.1	Kualitas .....	35
4.1.1.2	<i>Supply Chain Management</i> .....	37
4.1.1.3	<i>Promotion</i> .....	40
4.1.2	Hasil Implementasi Strategi .....	41
4.1.2.1	Realisasi Penjualan .....	41
4.1.2.2	Aset .....	45
4.1.2.3	<i>Maintenance</i> .....	46
4.1.2.4	Pengguna <i>Converter Kit</i> .....	46
4.1.2.5	Pendapatan .....	47
4.1.2.6	<i>Brand awareness, product knwoledge &amp; loyalty</i> .....	48
4.1.2.7	Strategi <i>Business to Business</i> .....	48
4.2	Analisa <i>Strategic Innovations</i> .....	51
4.3	Analisa <i>Strategic Niche Management</i> .....	60
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>64</b>
5.1	Simpulan .....	64



5.2	Implikasi .....	65
5.3	Keterbatasan .....	65
5.4	Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>71</b>



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Inovasi sebagai Diferensiasi Nilai.....	16
Tabel 3.1 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....	22
Tabel 3.2 Kapasitas Penyimpanan LPG.....	23
Tabel 3.3 Corporate Plan, Produk Vi-Gas .....	26
Tabel 3.4 Pemanfaatan BBG di Dunia.....	27
Tabel 4.1 Perbandingan Vi-Gas dengan CNG .....	37
Tabel 4.2 Daftar SPBU Vi-Gas Beroperasi.....	39
Tabel 4.3 Daftar SPBU Vi-Gas Belum Beroperasi .....	46
Tabel 4.4 Analisa Diferensiasi Nilai.....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Strategic Management Process</i> .....	12
Gambar 2.2 <i>The Content of Strategic Innovation</i> .....	14
Gambar 2.3 <i>Strategic Innovation and its Outcomes</i> .....	16
Gambar 3.1 Spesifikasi Gas Alam.....	24
Gambar 3.2 Alur Distribusi Vi-Gas.....	25
Gambar 3.3 Kerangka Penelitian.....	31
Gambar 4.1 <i>Sales LGV</i> .....	34
Gambar 4.2 Penjualan Vi-Gas 2016.....	44
Gambar 4.3 Fase <i>Strategic Innovation and its Outcomes</i> .....	52
Gambar 4.4 Market Share BBM Tahun 2012.....	57



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**ANALISIS STRATEGI INOVASI PRODUK VI-GAS PT.PERTAMINA (PERSERO) UNIT BISNIS GAS  
DOMESTIK REGION III**

PANDU ADITYA, Wakhid Slamet Ciptono, MBA, MPM, Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran I: Ikhtisar Wawancara .....	71
2. Lampiran II: Perhitungan Perkiraan Penghematan Konversi Vi-Gas.....	72
3. Lampiran III: Perkiraan Penghematan Vi-Gas Konsumsi Pribadi .....	73
4. Lampiran IV: Sketsa Pemasangan <i>Converter Kit</i> .....	74
5. Lampiran V: Realisasi Volume BBM Jenis Tertentu Per Propinsi Januari - Desember 2013 .....	75
6. Lampiran VI: Peta Cadangan Gas Bumi Indonesia Tahun 2013.....	76
7. Lampiran VII: Peta Cadangan Minyak Bumi Indonesia Tahun 2013.....	77