UNIVERSITAS GADJAH MADA
ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN..... iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL xi

ABSTRAK xii

***ABSTRACT* ..... xiii**

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 5

1.3. Pertanyaan Penelitian 10

1.4. Tujuan Penelitian 11

1.5. Manfaat Penelitian 11

1.6. Sistematika Penelitian 11

BAB II 13

LANDASAN TEORI 13

2.1. Captive Market 13

2.2. Manajemen Kos Stratejik *(SCM)* 14

2.2.1. Memecah Rantai Nilai..... 18

UNIVERSITAS GADJAH MADA
ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.2. Pemicu Kos 22

2.3. Konsep Nilai Konsumen *(Buyer Value)* 28

2.3.1. Mekanisme Penciptaan Nilai Konsumen 29

2.3.1.1. Menurunkan Kos Konsumen 30

2.3.1.2. Meningkatkan Performa Konsumen 31

2.3.2. Persepsi Nilai oleh Konsumen *(Buyer Perception of Value)* 32

2.3.3. Kriteria Pembelian oleh Konsumen *(Buyer Purchase Criteria)* 33

2.3.3.1. Kriteria pemakaian *(Use Criteria)* 34

2.3.3.2. Kriteria Pemberian Isyarat *(Signalling Criteria)* 34

2.3.4. Identifikasi *Purchase Criteria* (Kriteria Pemakaian) 35

BAB III 43

METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN 43

3.1. Metode Penelitian 43

3.1.1. Lingkup Penelitian 43

3.1.2. Jenis Data 43

3.1.3. Metode Pengumpulan Data 44

3.1.4. Kerangka dan Prosedur Analisis 46

3.2. Profil Perusahaan 51

3.2.1. Penjelasan Umum 51

3.2.2. Struktur Organisasi 51

3.2.3. Kultur Perusahaan 53

3.2.4. Perekrutan Karyawan 54

3.2.5. Kontrak Kerja Sama dengan PT. SI 54

UNIVERSITAS GADJAH MADA
ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2.6. Fasilitas dari PT. SI 54

3.2.7. Jenis Produk yang Ditangani 55

3.2.8. Akses ke LayananPurna Jual Sony 58

3.2.9. Layanan Perbaikan 58

3.2.10. Biaya Perbaikan 60

3.2.11. Wilayah Kerja PT. Pilar Cabang Jabodetabek 63

3.2.12. Jangkauan *Home Service* 65

3.2.13. Masa Jaminan Produk 65

3.2.14. Target *Service Level Agreement (SLA)* 66

BAB IV 68

HASIL PENELITIAN 68

4.1. Pemahaman Lingkungan Industri 68

4.1.1. Posisi PT. Pilar terhadap PT. SI di Industri *EASC* Sony 68

4.1.2. Daya Tawar Konsumen di Industri Layanan Purna Jual Sony 69

4.1.3. Definisi Pasar 70

4.1.4. Terbentuknya Pasar *EASC* 71

4.1.5. Pengelolaan Pasar oleh *EASC* 74

4.1.6. Karakteristik Produk yang Diperbaiki 82

4.1.7. Kinerja PT. Pilar di *EASC* wilayah Jabodetabek 83

4.2. Analisis Kos Strategic Perusahaan 88

4.2.1. Menetapkan Pilihan Stratejik *(Strategic Option)* 89

4.2.2. Mengidentifikasi Rantai Nilai *EASC* dan Industri 90

UNIVERSITAS GADJAH MADA
ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2.3. Menetapkan Kos dan Pendapatan ke Rantai Nilai Perusahan dan Industri 98

4.2.3.1. Struktur Kos di Industri *EASC* Sony 99

4.2.3.2. Analisis *ROA* 104

4.2.4. Simulasi Kos Tanpa Produk Laptop 112

4.2.4.1 Analisis Efisiensi Tanpa Produk Laptop 114

4.2.5. Analisis Pemicu Kos *(Cost Driver)* 118

4.3. Analisis Nilai Konsumen 130

4.3.1. Menetapkan Konsumen yang Sebenarnya 131

4.3.2. Mengidentifikasi Rantai Nilai Konsumen dan Pengaruh Perusahaan Terhadapnya 133

4.3.3. Menetapkan Peringkat Buyer *Purchase Criteria* 135

4.3.4. Mengevaluasi Hubungan *Value Activity* Terhadap *Buyer Purchase Criteria* 143

4.3.5. Memberikan Rekomendasi *Buyer Purchase Criteria* 149

BAB V 153

SIMPULAN DAN SARAN 153

5.1. Simpulan 153

5.2. Saran 159

DAFTAR PUSTAKA 160

UNIVERSITAS GADJAH MADA
ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Perbaikan Produk di Jabodetabek 4

Gambar 1.2. Persentase Penerimaan Unit PT. Pilar Berdasarkan Akumulasi Perbaikan Produk Periode Januari 2013 sampai Desember 2015... 7

Gambar 1.3. Penerimaan *Gross Profit* Perbaikan Produk oleh PT. Pilar 7

Gambar 1.4. Penerimaan *Gross Profit* Produk *Laptop* Berdasarkan Status 8

Gambar 2.1. Rantai Nilai Generik dari Porter 21

Gambar 2.2. Hubungan Rantai Nilai Firm dengan Konsumen..... 29

Gambar 3.1. Kerangka Analisis Penelitian 46

Gambar 3.2. Struktur Organisasi PT. Pilar 52

Gambar 3.3. Bagian Depan *EASC* dan Ruang Resepsionis 55

Gambar 3.4. Beberapa Contoh Produk merk Sony 57

Gambar 3.5. Peta Wilayah Kerja PT. Pilar di Jabodetabek 64

Gambar 4.1. Trend Penjualan Produk *LCD TV* dan *Digital Camera* 73

Gambar 4.2. Rantai Nilai di Industri *EASC* Sony 91

Gambar 4.3. Besaran *Return On Assets (ROA)* di Industri *EASC* Sony 105

Gambar 4.4. Struktur Kos dan Aset PT. Pilar tahun 2015 109

Gambar 4.5. Perolehan *Gross Profit* Produk *Non-Laptop* Jabodetabek periode tahun 2015 113

Gambar 4.6. Perbandingan *Walk-in service* antara *All Product* dengan *Non-Laptop* dari *Operating Cost* dan *Net Profit* 114

Gambar 4.7. Grafik *Walk-in service* untuk Perbandingan Kos Per Unit dan Produktifitas Per Teknisi antara *All Product* vs *Non-Laptop* 115

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM
PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR**
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 4.8. Rantai Nilai Perusahaan dari Porter 134

Gambar 4.9. Rantai Nilai Konsumen dari Porter 135

Gambar 4.10. Hubungan dari *Value Activities* terhadap *Purchase Criteria* Konsumen 144

UNIVERSITAS GADJAH MADA
ANALISIS PENGELOLAAN KOS STRATEJIK, EFISIENSI SUMBER DAYA PERUSAHAAN, DAN NILAI KONSUMEN DALAM PERBAIKAN STRUKTUR KOS DI PT. PILAR
BAMBANG NUGROHO , Bambang Riyanto L.S., Prof., Dr., MBA., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah *EASC* Sampai Bulan Desember 2015 di Jabodetabek 5

Tabel 3.1. Katagori Produk Resmi PT. SI 56

Tabel 4.1. Performa *TAT* 84

Tabel 4.2. Performa *CR90* 86

Tabel 4.3. Perbandingan Kinerja *TAT & CR90* PT. Pilar dengan rata-rata *EASC* di Jabodetabek 87

Tabel 4.4. Akumulasi Biaya Perbaikan PT. Pilar terhadap Tipe Layanan 99

Tabel 4.5. Struktur Kos di Industri *EASC* Sony 100

Tabel 4.6. Struktur Kos Regional 100

Tabel 4.7. Struktur Kos PT. SI 101

Tabel 4.8. Struktur Kos PT. SI 103

Tabel 4.9. Kinerja Aktual dan Kapasitas Maksimal Teknisi *Home Service* Periode Tahun 2015 110

Tabel 4.10. Data Walk-in service untuk Perbandingan Kos & *Profit* Per Unit serta Produktifitas antara *All Product* vs *Non-Laptop* 115

Tabel 4.11. Struktur Kos pada Segmen *Walk-InService (All Product & Non Laptop)* 117

Tabel 4.12. Hasil Identifikasi *Purchase Criteria* 137