

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS RISIKO PADA PT.
KLASE AUTO GRAHA DALAM BISNIS SEWA GUNA USAHA
KENDARAAN**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar
Magister Manajemen (MM) pada Pogram Studi Magister Manajemen Program
Pascasarjana Universitas Kristen Indonesia

Oleh

CORNELIA ADRIANA HUKOM

2204190048



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

JAKARTA

2025

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cornelia Adriana Hukom

NIM : 2204190048

Program Studi : Magister Manajemen Program Pascasarjana

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Berbasis Risiko pada PT Klase Auto Graha dalam Bisnis Sewa Guna Usaha Kendaraan”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam refensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah di publikasikan atau yag pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen di Universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam refensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 20 Januari 2025



Cornelia Adriana Hukom

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TESIS

STRATEGI PEMASARAN BERBASIS RISIKO PADA PT. KLASE AUTO GRAHA DALAM BISNIS SEWA GUNA USAHA KENDARAAN

OLEH:

Nama : Cornelia Adriana Hukom

NIM : 2204190048

Program Studi : Magister Manajemen Program Pascasarjana

Telah di periksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam
Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Magister Manajemen Program
Pascasarjana, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta 20 Januari 2025

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Indra Gunawan, ST.ME

NIDN/NIDK: 0307117403


Dr. M.L. Denny Tewu, MM

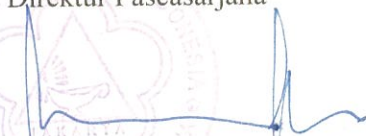
NIDN/NIDK : 0311076306

Ketua Program Studi


Dr. M.L. Denny Tewu, MM

NIDN/NIDK : 0311076306

Direktur Pascasarjana


Prof. Dr. dr. Bernadetha Nadeak, M.Pd., PA

NIP/NIDN : 001473/0320116402

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS

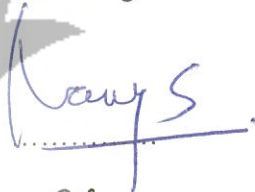
Pada tanggal 20 Januari telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Kristen Indonesia atas nama :

Nama : Cornelia Adriana Hukom

NIM : 2204190048

Program studi : Magister Manajemen Program Pascasarjana

Termasuk ujian Tugas akhir yang berjudul “ **Strategi Pemasaran Berbasis Risiko Pada PT Klase Auto Graha dalam Bisnis Sewa Guna Usaha Kendaraan**” oleh team penguji yang terdiri dari :

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dr. Poerwaningsih S. Legowo Ms.TR	Sebagai Ketua	
2. Dr. Indra Gunawan, ST., ME	Sebagai Anggota	
3. Dr. M.L.Denny Tewu,SE,M.M	Sebagai Anggota	

Jakarta, 20 Januari 2025

PERYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cornelia Adriana Hukom

NIM : 2204190048

Progran Studi : Magister Manajemen Program Pascasarjana

Jenis Tugas Akhir : Tesis

Judul : **“Strategi Pemasaran Berbasis Risiko Pada PT Klase
Auto Graha dalam Bisnis Sewa Guna Usaha Kendaraan”**

Menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah di publikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantukan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Saya memberikan hak Non eksklusif tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/Format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (Database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantukan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari di temukan pelanggaran Hak Cipta dan kekayaan Intektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 20 Januari 2025



Cornelia Adriana Hukom

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala Kasih dan Kurunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Berbasis Risiko Pada PT Klase Auto Graha dalam Bisnis Sewa Guna Usaha Kendaraan”**. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Kristen Indonesia

Dalam Proses penyusunan tugas akhir ini, penulis telah mendapatkan bantuan , bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. dr. Bernadetha Nadeak, M.Pd., PA, Direktur Program Pascasarjana Universitas Kristen Indonesia, atas kesempatan yang diberikan untuk menempuh Pendidikan di program magister ini.
2. Dr. M.L. Denny Tewu, SE., M.M Ketua Program Studi Mangister Manajemen dan pembimbing tesis atas dukungan dan bimbingan selama masa studi.
3. Bapak Dr. Indra Gunawan, ST., ME selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan yang sangat berarti dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarja Universitas Kristen Indonesia, atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama proses penelitian berlangsung.
5. Mama, Suami dan anak-anak tercinta yang penuh kasih dan sayang yang selalu mendoakan, mendampingi dan mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir saya.
6. Manajemen dan Rekan-rekan Kerja PT. Klase Auto Graha yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Magister Manajemen Program Pascasarja Universitas Kristen Indonesia angkatan 2022 yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.
8. Kolega PT. Klase Auto Graha yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner yang telah saya bagikan

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Pemasaran yang berbasis Risiko pada Perusahaan Rental Kendaraan.

Jakarta, 20 Januari 2025



Cornelia Adriana Hukom

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TESIS	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS	iii
PERYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Strategi	7
2.2 Tujuan Strategi	8
2.3 Perencanaan Strategis (Strategic Planning)	9
2.4 Pemasaran Relasional (Relationship Marketing)	10
2.5 Pengertian Pemasaran	11
2.6 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.7 Konsep Strategi Pemasaran	12
2.8 Proses Strategi Pemasaran	14
2.9 Pengertian Analisis SWOT	16
2.10 Faktor-faktor Analisis SWOT	17
2.11 Diagram Fishbone	18
2.12 Manfaat Diagram Fishbone	19

2.13 Langkah-langkah dalam Penyusunan Diagram Fishbone	20
2.14 Pengertian Risiko	21
2.15 Penilaian Risiko (Risk Assesment	22
2.16 Jenis-jenis Risiko Pemasaran	24
2.17 Manajemen Risiko	26
2.18 Konsep Dasar ISO 31000	27
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Metode Analisa Data	37
3.5 Kerangka Penelitian	37
3.6 Tahapan Penelitian	39
3.7 Validitas dan Reliabilitas data	44
3.8. Instrumen Penelitian	44
BAB IV	46
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Profil PT. Klase Auto Graha	46
4.1.1 PT Klase Autoa Graha	46
4.1.2 Visi	46
4.1.3 Misi	46
4.1.4 Produk	47
4.2 Model Bisnis PT.Klase Auto Graha	47
4.2.2 Weaknesses (Kelemahan)	60
4.2.3 Opprtunities (Peluang)	78
4.2.4 Threats (Ancaman)	95
4.3 Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	114
4.3.1 Analisis Kekuatan (Strengths)	115
4.3.2. Analisis Kelemahan (Weaknesses)	117
4.3.3 Total Skor Kekuatan: 2.90	118
4.3.4 Total Skor Kelemahan: 0.75	118
4.3.5 Total Skor IFAS: 3.65	119

4.4 Matrik EFAS	119
4.4.1 Analisis Peluang (Opportunities)	120
4.4.2 Analisis Ancaman (Threats)	122
4.4.3 Total Skor EFAS	123
4.4.4 Rekomendasi Strategis	124
4.4 Berikut Analisan P 7	125
4.6 Analisa Fishbone Diagram	126
4.6.1 Analisis Berdasarkan 7P:	127
4.7 Analisis Risiko dan Mitigasi	129
4.7.1 Analisis Risiko	129
BAB V	142
KESIMPULAN DAN SARAN	142
5.1 Kesimpulan	142
DAFTAR PUSTAKA	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan PT. Klase Auto Graha dalam 5 Tahun terakhir	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	36
Tabel 3. 2 Matrik SWOT	40
Tabel 3. 3 Skala Likert	41
Tabel 3. 4 Heat Map	42
Tabel 3. 5 Skala Pengukuran Risiko	42
Tabel 4. 1 Model Bisnis PT. Klase Auto Graha	47
Tabel 4. 2 Stategi SWOT	112
Tabel 4. 3 IFAS	114
Tabel 4. 4 EFAS	119
Tabel 4. 5 Analisis P7	125
Tabel 4. 6 Penilaian Tingkat Keparahan (Severity)	129
Tabel 4. 7 Hasil Occurrence	131
Tabel 4. 8 Hasil RPN	133
Tabel 4. 9 Hasil RPN setelah dilakukan Mitigasi	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Unit Sewa PT. Klase Auto Graha 5 tahun terakhir	3
Gambar 1. 2 Data Pelanggan PT. Klase Auto Graha 5 tahun terakhir	4
Gambar 1. 3 Data Pendapatan PT. Klase Auto Graha 5 Tahun Terakhir ...	4
Gambar 2. 1 Analisis SWOT	18
Gambar 2. 2 Diagram Fishbone (diagram Tulang Ikan)	19
Gambar 2. 3 Manajemen Risiko	27
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	39
Gambar 4. 1 Analisis SWOT PT. Klase Auto Graha	49
Gambar 4. 2 Diagram Fishbone PT. Klase Auto Graha	126
Gambar 4. 3 Peta Risiko	135
Gambar 4. 4 Peta Risiko setelah mitigasi	141

ABSTRAK

Penelitian ini membahas Strategi Pemasaran Berbasis Risiko pada PT. Klase Auto Graha dalam Bisnis Sewa Guna Usaha Kendaraan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan fluktuasi pendapatan di PT. Klase Auto Graha dan menyusun strategi pemasaran berbasis risiko yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan stabilitas perusahaan.

Industri sewa guna usaha kendaraan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, termasuk perubahan regulasi, fluktuasi harga kendaraan, persaingan pasar, serta ketidakpastian ekonomi. PT. Klase Auto Graha mengalami penurunan pendapatan akibat beberapa faktor internal dan eksternal, termasuk kurangnya strategi pemasaran digital, kurangnya diversifikasi produk, serta kelemahan dalam mitigasi risiko keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini menerapkan analisis SWOT, diagram Fishbone, dan metode penilaian risiko untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi risiko yang dihadapi oleh perusahaan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta analisis dokumen internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis risiko, seperti segmentasi pasar yang lebih terfokus, peningkatan layanan pelanggan, digitalisasi pemasaran, serta diversifikasi produk, dapat meningkatkan daya saing PT. Klase Auto Graha. Selain itu, penerapan ISO 31000 dalam manajemen risiko direkomendasikan untuk mengurangi dampak risiko finansial dan operasional.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi PT. Klase Auto Graha dan industri leasing kendaraan lainnya dalam menyusun strategi pemasaran yang berbasis mitigasi risiko untuk menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Manajemen Risiko, Sewa Guna Usaha, PT. Klase Auto Graha, SWOT.

ABSTRACT

This study discusses the Risk-Based Marketing Strategy at PT. Klase Auto Graha in the Vehicle Leasing Business. The primary objective of this research is to analyze the factors contributing to revenue fluctuations at PT. Klase Auto Graha and develop a risk-based marketing strategy to enhance the company's competitiveness and stability.

The vehicle leasing industry in Indonesia faces various challenges, including regulatory changes, vehicle price fluctuations, market competition, and economic uncertainty. PT. Klase Auto Graha has experienced a decline in revenue due to several internal and external factors, such as lack of digital marketing strategies, limited product diversification, and weak financial risk mitigation. Therefore, this study applies SWOT analysis, Fishbone diagrams, and risk assessment methods to identify and evaluate the risks faced by the company.

This research employs a descriptive qualitative approach, using data collection techniques such as interviews, observations, and internal document analysis. The findings indicate that implementing a risk-based marketing strategy, including more targeted market segmentation, improved customer service, digital marketing initiatives, and product diversification, can enhance PT. Klase Auto Graha's competitive advantage. Additionally, adopting ISO 31000 risk management standards is recommended to mitigate financial and operational risks.

This research is expected to serve as a reference for PT. Klase Auto Graha and the vehicle leasing industry in developing risk-based marketing strategies to navigate increasingly complex business challenges.

Keywords: Marketing Strategy, Risk Management, Leasing, PT. Klase Auto Graha, SWOT.