

**ANALISIS RISIKO PENJUALAN MOBIL CHEVROLET DI JAKARTA
TERHADAP MOBIL PRODUK JEPANG**



Tesis ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar

Magister Manajemen (MM)

TESIS

NAMA : JHONS HELPFRANTHO GIRSANG

NIM : 1404190004

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JHONS HELPFRANTHO GIRSANG

NIM : 1404190004

Judul Karya : **Analisis Risiko Penjualan Mobil Chevrolet Di Jakarta Terhadap Mobil Pabrikan Jepang.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis ini saya susun dan kerjakan sendiri dengan melakukan penelitian sendiri, bukan merupakan penelitian orang lain atau duplikasi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dalam keadaan sehat.

Jakarta, November 2017

Yang menyatakan



Jhons Helpfrantho Girsang



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

NAMA	TANGGAL	TANDA TANGAN
1. Ir. Tarsicius Sunaryo, MA, Ph.D Pembimbing I	(.....)	(.....)
2. Dr. M.L Denny Tewu, SE.,MM Pembimbing II	29/4-'17 (.....)	(.....)

PERSETUJUAN KOMISI TIM PENGUJI

NAMA	TANGGAL	TANDATANGAN
1. Ir. Tarsicius Sunaryo, MA, Ph.D	(.....)	(.....)
2. Dr. M.L Denny Tewu, SE.,MM	20/11-'17 (.....)	(.....)
3. Dr. Pardomuan Sihombing, MSM	22/11-'17 (.....)	(.....)

Tanggal Lulus : 6 November 2017

NIM : 140419000

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori dan Konsep Risiko.....	6
2.2 Pengertian Manajemen Strategi	7
2.3 Jenis-Jenis Risiko.....	8
2.4 Proses Manajemen Risiko	9
2.5 Komponen Risiko	10
2.6 Kerugian Karena Kejadian Yang Tidak Dikehendaki Muncul	10
2.7 Risiko Manusia	10
2.8 Hal-Hal Yang Sering Menimbulkan Risiko Karena Kesalahan Manusia	12
2.9 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesalahan Manusia.....	12
2.10 Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi.....	14
2.11 Pengertian Strategi Pemasaran	15
2.12 Pengertian perang harga.....	19
2.13 Game Theory (Teori permainan).....	20
2.14 Hasil penelitian terdahulu	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tujuan.....	23
3.2	Unit/obyek penelitian	23
3.3	Jenis Penelitian	23
3.4	Sumber Data	23
3.5	Teknik pengumpulan data	24
	1. Wawancara	24
	2. Kuesioner terhadap karyawan dan pelanggan	25
3.6	Teknik penarikan sampel	25
3.7	Identifikasi resiko	26
3.8	Mengukur Risiko	26
	1. Analisa Kualitatif.....	29
	2. Analisis Semi Kuantitatif	29
	3. Evaluasi resiko	30
	4. Mitigasi risiko	32

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Proses Bisnis CV. Sandjungan Dewi Sartika	33
	1. General/Branch Manager	33
	2. Sales Manager	33
	3. SalesSupervisor	34
	4. Sales Executive	34
	5. SalesCounter	34
	6. Administration Head.....	35
	7. Pembelian (Purchasing)	35
	8. Accounting/Finance Officer.....	35
	9. Cashier	36
	10. OB/Messenger/ Driver.....	36
	11. PeeDelivery Inspeksi (PDI)	36
	12. Kepala Bengkel.....	36
	13. Parts Coordinator/ Partsman	37
	14. Toolman/ Body Repair/ Washer	37
	15. Service Advisor	37

16. Kepala Regu	38
17. Mekanik.....	38
4.2. Profil Responden	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jabatan.	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama bekerja.	40
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pelatihan.	41
4.3 Identifikasi Risiko.....	42
1.Hasil penyebaran kuisisioner di karyawan	42
2.Hasil penyebaran kuisisioner di Pelanggan	42
4.4 Pengukuran Risiko.....	43
1. Internal Perusahaan (Karyawan).	44
2.Konsumen (Pelanggan)	44
1. Internal Perusahaan (Karyawan).	44
a. LingkupSales dan Marketing	44
b. BrandImageChevrolet kurang dikenal konsumen	45
4.5 Analisis dan Evaluasi Risiko.....	59
4.5.1 Analisis dan Evaluasi Risiko hasil kuesioner dari karyawan.....	59
4.5.2 Analisis dan Evaluasi Risiko hasil kuesioner dari Pelanggan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Ukuran <i>likelihood</i> (Kemungkinan).....	26
Tabel 3.2. Ukuran Dampak	27
Tabel 3.3. Pembagian Kategori Risiko.....	31
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan Struktural	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	41
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pelatihan	41
Tabel 4.5. Harga mobil Chevrolet cenderung lebih mahal dibanding mobil produk jepang	44
Tabel 4.6. Brand Image Chevrolet kurang dikenal konsumen	45
Tabel 4.7. Image aftersale mobil	46
Tabel 4.8. Mahalnya harga spareparts	47
Tabel 4.9. Kurangnya promosi/pameran produk mobil Chevrolet.....	48
Tabel 4.10. Perang diskon dengan sesama showroom/dealer Chevrolet.....	49
Tabel 4.11. Ketersediaan unit mobil, indent karena mobil CBU	50
Tabel 4.12. Apakah media digital berpengaruh terhadap pemilihan mobil.....	51
Tabel 4.13. Apakah test drive mobil secara langsung berpengaruh terhadap menentukan pilihan mobil	52
Tabel 4.14. Apakah merk mobil berpengaruh terhadap menentukan pilihan mobil	53
Tabel 4.15. Reputasi harga mobil berpengaruh terhadap menentukan pilihan mobil	54
Tabel 4.16. Apakah desain dan teknologi berpengaruh terhadap menentukan pilihan mobil	55
Tabel 4.17. Apakah Aftersale mobil berpengaruh terhadap menentukan memilih mobil	56
Tabel 4.18. Apakah kualitas mobil berpengaruh terhadap memilih mobil.....	57
Tabel 4.19. Apakah Kebiasaan konsumen sangat mempengaruhi dalam pembelian mobil	58
Tabel 4.20. Harga mobil Chevrolet cenderung lebih mahal dibanding mobil produk jepang	59
Tabel 4.21. Brand Image Chevrolet kurang dikenal konsumen	62

Tabel4.22. Image aftersale mobil	64
Tabel 4.23. Mahalnya harga spareparts	66
Tabel4.24. Kurangnya promosi/pameran produk mobil Chevrolet	68
Tabel4.25. Perang diskon dengan sesama showroom/dealer Chevrolet	70
Tabel4.26. Ketersediaan unit mobil, indent karena mobil CBU	72
Tabel 4.27. Apakah media digital berpengaruh terhadap pemilihan mobil.....	74
Tabel4.28. Apakah test drive mobil berpengaruh terhadap menentukan pilihan mobil	76
Tabel4.29Apakah merk mobil berpengaruh terhadap menentukan pilihan mobil	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Pengelompokan hasil (ukuran) Risiko	28
Gambar 3.2. Pengelompokan Kriteria Risiko	30
Gambar 4.1. Bagan struktur Organisasi CV.Sandjungan Dewi Sartika	41
Gambar 4.2. Diagram risiko brand kurang dikenali	63
Gambar 4.3 Diagram risiko team teknik dan advisory kurang cekatan	65
Gambar 4.4 Diagram Risiko biaya import dan kurs	67
Gambar 4.5 Diagram Risiko rarget tidak tercapai	69
Gambar 4.6 Diagram risiko persaingan secara tidak sehat	71
Gambar 4.7 Diagram Risiko konsumen kecewa.....	73
Gambar 4.8 Diagram risiko produk Chevrolet tidak dikenal	75
Gambar 4.9 Diagram risiko test drive mobil	77
Gambar 4.10. Diagram risiko merk mobil.....	79

ABSTRAK

Nama : Jhons Helpfrantho Girsang
Program Studi : Magister Manajemen
Judul : Analisis Risiko Penjualan Mobil Chevrolet di
Jakarta Terhadap Mobil Produk Jepang

Perkembangan industri otomotif berkembang yang pesat di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat., perusahaan dituntut untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi, baik lingkungan internal maupun eksternal, agar perusahaan dapat bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. CV. Sandjungan adalah dealer resmi Mobil Chevrolet yang melayani penjualan, servis, pemeliharaan, serta penjualan suku cadang original mobil merk Chevrolet. Kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan bisnis merupakan salah satu faktor penting keberhasilan perusahaan dalam menetapkan strategi bersaing yang tepat.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui risiko-risiko apa saja yang ada, mengukur seberapa besar risiko tersebut dengan menggunakan metode ($\text{Risiko} = P \times D$) dan apa mitigasi dari dampak risiko penjualan yang ada di perusahaan Chevrolet CV. Sandjungan, serta untuk mengetahui alternatif strategi yang bisa dilakukan perusahaan yang sesuai dengan misi dan visi perusahaan, dengan memperhatikan kondisi lingkungan perusahaan.