

**ANALISIS STRATEGI BISNIS ARMADA TAKSI GROUP  
YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN**

**SKRIPSI**



ditulis oleh

Nama : Ikhwan Sulthoni  
Nomor Mahasiswa : 00311027  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

**2004**

**ANALISIS STRATEGI BISNIS ARMADA TAKSI GROUP  
YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
Memperoleh gelar Sarjana Strata-I di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Ikhwan Sulthoni  
Nomor Mahasiswa : 00311027  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2004**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 Maret 2004

Penulis,

Ikhwan Sulthoni

**HALAMAN PENGESAHAN**

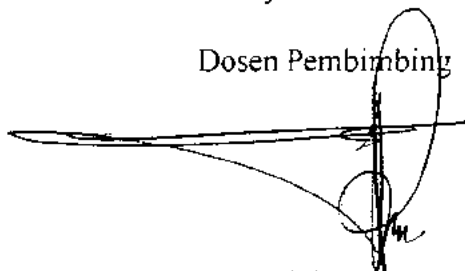
**ANALISIS STRATEGI BISNIS ARMADA TAKSI GROUP  
YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN**

Nama : Ikhwan Sulthoni  
Nomor Mahasiswa : 00311027  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 15 Maret 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a long horizontal stroke on the left that curves upwards and then downwards to the right, ending in a vertical stroke with a small loop at the bottom.

Drs. Agus Abdurrahman, MM

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

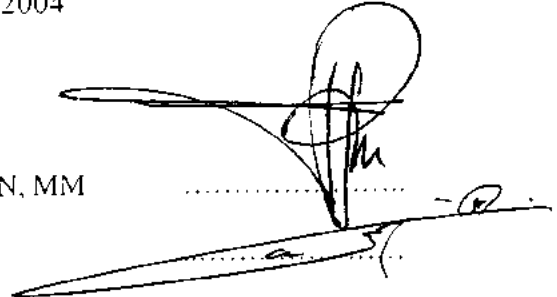
**ANALISIS STRATEGI BISNIS ARMADA TAKSI GROUP YOGYAKARTA DALAM  
MENGHADAPI PERSAINGAN**

**Disusun Oleh: IKHWAN SULTHONI  
Nomor mahasiswa: 00311027**

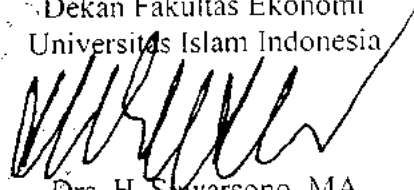
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 12 April 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. AGUS ABDURRAHMAN, MM

Penguji : DRS. ALBARI, M.SI



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Drs. H. Suwarsono, MA

## ABSTRACT

Yogyakarta city which is famous as culture city, student city, and tourism city is a potential city for taxi business. Recorded until year 2003, there are 17 taxi agents in this city, one of them is Armada Taxi Group. This kind of business is very competitive, so they have to do the good business strategy to face the competition. Taken from the background of this matter the writer wants to take the title "Analysis of Business strategy Armada Taxi Group to face the competition".

The aim of this research is to know the business position and what kinds of competitive strategy that suitable for Armada Taxi Group to face the competition. In this research, writer using MDTI matrix analysis with 5 scale (*Likert scale*), the step in matrix MDTI analyze is identificate the internal and external variable, mark the internal and external variable, and decide the company position. Besides those, the writer also using Matrix SWOT to describe the alternative strategy for more detail and clear for the company. The result of those analyses will be merger to get grand strategy for the company.

Result of this research showing that the company has mark for external variable is 3,55 and mark of internal variable is 3,47. The company business position is in the cell growth selective category (medium), the strategy implication for the company are grow according to market segment, specialization, and selective investation. Then the result of SWOT analysis are S-O alternative strategy (the company to make the effort use power and chance), W-O strategy (generally the company back up turn around, it is handle the internal weakness to gain the chance), S-T Strategy (the company crates a synergy using their power to face the threat). W-T strategy (The company implement this strategy with minimalized the weakness avoid the threat). The result of those analyses, the writer got grand strategy for the company, to grow according to market segment is focus to the a kind of segment. Keeping the specialization with increase the research and development. Selective investation is recommended to complete the facilities and workshop equipment because the workshop of company is not productive because of less workshop facilities.

## MOTTO

*“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka manakala kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”*

*(Qs. Al Insyirah : 6 - 8 )*

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”*

*(Qs. Al Mukminin 62)*

*“Akal merupakan cahaya dalam kegelapan, sedangkan amarah merupakan kegelapan di tengah terang cahaya. Waspadalah, biarlah akal bukan amarah yang menjadi petunjuk jalan. Tuhan tidak membuat kegelapan, Dia*

*menganugrahi akal dan ilmu”*

*(Kahlil Gibran)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan teruntuk :*

- ❖ *Ibu dan Bapakku yang selalu memberikan doa dan kasih sayangnya sepanjang waktu.*
- ❖ *Adik-adikku Zainuri dan Ratna, aku bahagia menjadi bagian dari kalian semua.*
- ❖ *My lovely Farida yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk maju.*



## KATA PENGANTAR



Assalamu`alikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "ANALISIS STRATEGI BISNIS ARMADA TAKSI GROUP YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN"

Maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jenjang Strata 1 Jurusan Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa dorongan, kritikan dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan rasa hormat yang mendalam kepada:

1. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UII yang telah memberi izin kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bapak Drs. Agus Abdurrahman, MM, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan petunjuk dengan penuh kesabaran dan perhatian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

3. Bapak Ir. Eddy Hartono selaku Direktur Armada Taksi Group Yogyakarta yang telah mengizinkan perusahaan yang dipimpinnya sebagai tempat penelitian dalam penulisan skripsi.
4. Kedua orang tuaku, Bapak H.M. Zaenal Muarief dan Dra. Sujanti yang telah mencurahkan kasih sayang serta doanya yang tak kenal waktu.
5. Adikku Zaenuri dan Ratna yang selalu memberikan semangat untukku.
6. Keluarga besar Eyang H. Abdullah Zaeni dan keluarga besar Simbah alm. Mangundiharjo yang telah memberikan doa, dukungan serta kehangatan keluarga.
7. Farida yang telah memberi semangat dan mendukungku untuk maju, *thanks for your love, care, attention and spirit..*
8. Prof.dr.H. AH Asdie Wahab Abdullah, SpPd-KE dan Majelis dzikir Tawakal yang telah membimbing untuk selalu ingat dan berserah diri kepada ALLAH SWT sang penggendang langit dan bumi.
9. Mba Susi dan Mba Emmy yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data, dan menjadi teman curhat selama penulisan skripsi.
10. Sahabatku Dhinal, Ery, Gigih, Lina, Winda, dan Sita. Trims sobat... kalian telah banyak membantuku dan memberi hari-hari indah untuk dikenang.
11. Teman-teman Manajemen A 00 (Fajar, Yuyun, Irfan, Bahctiar, Darmo, Alto, Tomo, Wida, Endri, Peny, Wulan, Ajeng, Thia, Hajir, Pras, Maya, Mega, Ika, dll...). Temen-temen Manajemen 2000 Tyas, Bhakti dan Sekar yang bersedia menjadi tempat bertukar pendapat makasih semua.

12. Temenku Lia yang baik.. terima kasih atas kesabaran menunggu temen-temen dihari minggu yang hujan, membantuku dalam memahami teknik analisis data, serta untuk salaknya yang manis, *thanks a lot* .
13. Teman-teman eks SMPN 7 YK (Rio, Pria, Bejo, Krisma, dll), Teman-teman eks SMUN Tirtonirmolo (Anton, Bagus, Habib, Yawan, Herman, Aster, dll). *Kanogazo dan She "M" Crew*, terima kasih atas persahabatan kita selama ini.
14. IMMI Masjid BBC, IPSY Sonosewu, LBD Sinar Putih, Turtledove band, ZIP band, Nosveratu band, Kendhell, terima kasih telah memberi warna dalam hidupku.
15. Seluruh *driver* Taksi yang telah bersedia menjadi responden
16. Dosen serta karyawan di perpustakaan dan referensi FE UII. Teman - teman magang perpustakaan FE UII ( Andri, Rina, Dendy, Wahyu)
17. N 5210, N 3660, si Hitam AB 4902 DF yang setia mengantarku kemana saja, serta komputerku yang selalu menemaniku setiap malam.

Serta kepada semua pihak yang telah membantu dan tidak mungkin disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan yang diberikan semoga Allah SWT memberikan balasan rahmat dan karunia untuk segala amal dan kebaikan tersebut.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 15 Maret 2004

Penulis

## DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Berita Acara.....	iv
Abstract.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Tabel.....	xvi
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pemasaran.....	11
2.2.1.1. Definisi Pemasaran.....	11
2.2.1.2. Fungsi Pemasaran.....	14
2.2.1.3. Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.1.4. Konsep Pemasaran dan Orientasi pada masyarakat.....	16
2.2.1.5. Pengertian dan Ruang Lingkup Pemasaran Jasa.....	18
2.2.1.6. Karakteristik Jasa.....	21
2.2.1.7. Macam-Macam Jasa.....	22
2.2.1.8. Sifat-Sifat Khusus dari Pemasaran Jasa...	22
2.2.2. Manajemen Strategi.....	23
2.2.2.1. Pengertian Manajemen Strategi.....	23
2.2.2.2. Pengertian Strategi Bersaing.....	24
2.2.2.3. Keunggulan Bersaing.....	25
2.2.2.4. Komponen Pokok Manejemen Strategik..	28
2.2.3. Strategi Bersaing Generik.....	35
2.2.3.1. Keunggulan Biaya Menyeluruh.....	35
2.2.3.2. Diferensiasi.....	35
2.2.3.3. Fokus.....	36

2.2.4.	Dasar Hukum Angkutan Taksi.....	36
2.2.5.	Dimensi Kualitas Jasa.....	52
2.2.6.	Bauran Pemasaran Jasa.....	58
2.2.7.	Matrik Daya Tarik Industri dan Matrik SWOT.....	62
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1.	Lokasi Penelitian.....	68
3.2.	Gambaran Umum Perusahaan.....	68
3.2.1.	Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	68
3.2.1.1.	PT. Panca Sarana Armada.....	68
3.2.1.2.	Koperasi Asuransi KAI Indonesia.....	69
3.2.1.3.	Koperasi Taksi Ambarukmo Yogyakarta.....	71
3.2.1.4.	ARMADA TAKSI GROUP.....	72
3.2.2.	Sejarah Dan Ijin Pengoperasian.....	75
3.2.3.	Bentuk Usaha Armada Taksi Group Yogyakarta...	76
3.2.4.	Lokasi Armada Taksi Group Yogyakarta.....	77
3.2.5.	Organisasi Armada Taksi Group Yogyakarta.....	78
3.2.5.1.	Bagan Organisasi.....	78
3.2.5.2.	Struktur Organisasi.....	79
3.2.6.	Personalial.....	88
3.2.6.1.	Jumlah Karyawan.....	88
3.2.6.2.	Sistem Upah.....	88
3.2.6.3.	Jam Kerja Karyawan.....	89

3.2.7. Sumber Dana dan Modal.....	90
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	91
3.4. Data Yang Dibutuhkan.....	92
3.5. Metode Analisis Data.....	93
<b>BAB IV</b>	
<b>ANALISA DATA</b>	
4.1. Analisis Matrik Daya Tarik Industri.....	102
4.1.1. Indentifikasi Variabel Perusahaan.....	104
4.1.1.1. Identifikasi Variabel Internal.....	104
4.1.1.2. Identifikasi Variabel Eksternal.....	110
4.1.2. Penilaian Variabel Internal dan Eksternal .....	115
4.1.2.1. Penilaian Variabel Internal.....	117
4.1.2.2. Penilaian Variabel Eksternal.....	124
4.1.3. Penentuan Posisi Perusahaan.....	131
4.1.4. Implikasi Strategis.....	134
4.2. Analisis Matrik SWOT.....	137
4.3. Grand Strategy.....	140
<b>BAB V</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	144
5.2. Saran.....	147

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
2.1. Komponen Pokok Manajemen Strategik.....	24
2.2. Kekuatan-Kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri....	25
2.3. Beberapa Elemen Keunggulan Bersaing.....	26
2.4. Analisis Lingkungan Bisnis.....	29
3.2. Gambar Mobil Armada Taksi Group Yogyakarta.....	76
3.3. Struktur Organisasi Armada Taksi Group Yogyakarta.....	78
3.4. Matrik Daya Tarik Industri.....	97
3.5. Skala Prioritas Investasi.....	98
3.6. Berbagai Pilihan Strategis.....	99



## DAFTAR TABEL

	Hal
2.1. Bauran Pemasaran yang Diperluas Untuk Jasa.....	59
2.2. Matrik Daya Tarik Industri.....	63
2.3. Matrik SWOT.....	65
3.1. Variabel Internal.....	96
3.2. Variabel Eksternal.....	97
4.1. Penilaian Terhadap Bobot Variabel Internal.....	117
4.2. Penilaian Terhadap Nilai Variabel Internal.....	118
4.3. Evaluasi Variabel Internal.....	118
4.4. Penilaian Terhadap Bobot Variabel Eksternal.....	124
4.5. Penilaian Terhadap Nilai Variabel Eksternal.....	125
4.6. Evaluasi Variabel Eksternal.....	125
4.7. Penentuan Posisi Bisnis.....	133
4.8. Berbagai Pilihan Strategis.....	134
4.9. Matrik SWOT.....	138