

LAMPIRAN

@Hak cipta milik IPBUniversity

IPBUniversity



IPB University

Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

Lampiran 1 Kueisoner Tahap 1

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**Kepada
Yth. Bapak/Ibu Responden
di tempat**

Dengan hormat.

Bersama surat ini, perkenalkan saya Dliyaa Ul Haq (K 15181224), Mahasiswa Program Manajemen Bisnis Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor (SB-IPB) bermaksud untuk melakukan penelitian tesis di bawah bimbingan Dr. Ir. Harianto, MS. dan Dr. Rhian Indradewa, ST, MSM dengan judul: **“Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis *Virtual Gas Pipeline* (CNG & LNG)”**.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis dan meningkatkan daya saing *Virtual Gas Pipeline* (CNG & LNG), yang kemudian akan direkomendasikan kepada PT Pertagas Niaga. untuk dapat dilaksanakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks IE (*Internal-Eksternal*), matriks SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk mendapatkan pilihan-pilihan alternatif strategi bisnis PT Pertagas Niaga.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon ketersediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu untuk dapat berpartisipasi dalam memberikan jawaban atas pertanyaan kuesioner sebagaimana terlampir, sebagai kelengkapan dokumen dari penelitian ini. Semua informasi yang didapatkan dari kuesioner ini adalah bersifat rahasia, dan sepenuhnya dipergunakan semata-mata untuk kepentingan karya ilmiah dan akademik.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Dliyaa Ul Haq
K15181224

PENGISIAN KUESIONER TAHAP PERTAMA IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL

Tujuan:

Tujuan dari pengisian kuesioner tahap pertama ini adalah untuk mengidentifikasi dan menentukan faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang spesifik berpengaruh terhadap keberhasilan dalam perumusan strategi bisnis PT Pertagas Niaga. Faktor-faktor strategis internal dikelompokkan dalam aspek kekuatan dan kelemahan, sementara faktor-faktor strategis eksternal dikelompokkan dalam aspek peluang dan ancaman. Pada tahap ini, responden diminta memberikan pendapat untuk menentukan faktor faktor strategis internal dan eksternal PT Pertagas Niaga sesuai dengan pengetahuan, pengalaman, keahlian dan wawasan yang dimiliki.

Definisi:

Faktor-faktor strategis adalah faktor-faktor utama/kunci keberhasilan didalam sebuah perusahaan, tentunya dengan melihat lingkungan internal dan eksternal yang paling berpengaruh terhadap perumusan strategi bisnis di PT Pertagas Niaga.

Faktor-faktor strategis internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang ada dan dimiliki oleh internal perusahaan yang dapat dimanfaatkan atau dipenuhi untuk dapat berhasil dalam perumusan strategi bisnis PT Pertagas Niaga ke depan.

Faktor-faktor strategis eksternal adalah merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan, maupun berupa ancaman yang harus dapat diatasi oleh perusahaan yang berasal dari lingkungan luar perusahaan dan berpengaruh terhadap perumusan strategi bisnis PT Pertagas Niaga ke depan.

Kekuatan merupakan keadaan internal perusahaan yang dapat dijadikan sesuatu hal yang diprioritaskan untuk memperkuat posisi persaingan perusahaan.

Kelemahan merupakan keadaan internal perusahaan yang perlu dilakukan pembenahan, perbaikan dan pembinaan kembali, sehingga dapat dikurangi dan bahkan dihilangkan. **Peluang** merupakan sesuatu hal yang membuat daya tarik lingkungan eksternal menjadi tinggi. **Ancaman** merupakan sesuatu hal yang membuat daya tarik lingkungan eksternal menjadi rendah.

Petunjuk Pengisian:

Tentukan faktor-faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan), dan faktor-faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman), baik dari aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia, teknologi informasi, produk, pemasaran, politik (hukum dan pemerintahan), ekonomi, sosial dan budaya, serta teknologi.

@Hak Cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

KUESIONER WAWANCARA PENELITIAN IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS INTERNAL

1. Analisis Internal

Responden: Manajemen Internal PT Pertagas Niaga.

❖ Aspek Manajemen.

Sebutkan faktor-faktor strategis pada aspek manajemen dan dampaknya pada perusahaan?

- a) Bagaimana struktur perusahaan saat ini? Apakah struktur tersebut sudah tepat?
- b) Bagaimana dukungan dan komitmen PT Pertagas Niaga terhadap pertumbuhan perusahaan?
- c) Apakah ada proses pengembangan dan pelatihan karyawan?
- d) Bagaimana kinerja bagian pengembangan bisnis dan aspek pemasaran pada PT Pertagas Niaga saat ini?

❖ Aspek Operasional.

Sebutkan faktor-faktor strategis pada aspek operasional perusahaan dan dampaknya pada perusahaan?

- a) Bagaimana kegiatan operasional PT Pertagas Niaga saat ini? Apakah sudah mencapai target sesuai tahun 2018 dan perkembangan tahun 2019?
- b) Bagaimana perkembangan target pengumpulan dari PT Pertagas Niaga? Bagaimana dampaknya pada perusahaan?
- c) Bagaimana perkembangan target penjualan dan pemasaran PT Pertagas Niaga? Bagaimana dampaknya pada perusahaan?
- d) Apakah target tersebut yang berjalan sudah sesuai target yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan?

❖ Aspek Pemasaran/Pengembangan Bisnis Perusahaan

Sebutkan faktor-faktor strategis pada aspek pemasaran perusahaan dan dampaknya pada perusahaan?

- a) Strategi apa yang dipakai untuk memenuhi target pencapaian?
- b) Promosi pemasaran seperti apa yang sudah dilakukan perusahaan?
- c) Bagaimana dengan kepuasan para pelanggan terhadap karyawan yang dikerjakan perusahaan?

❖ Aspek Keuangan

Sebutkan faktor-faktor strategis pada aspek keuangan perusahaan dan dampaknya pada perusahaan?

- a) Bagaimana kondisi keuangan perusahaan saat ini?
- b) Bagaimana cash flow perusahaan pada saat ini?

❖ Aspek Sumber Daya Manusia

Sebutkan faktor-faktor strategis pada aspek sumber daya manusia perusahaan dan dampaknya pada perusahaan?

- a) Bagaimana kompetensi setiap personil / SDM di PT Pertagas Niaga?
- b) Apakah kebutuhan sumber daya manusia yang dibutuhkan perusahaan sudah terpenuhi?
- c) Bagaimana hubungan dengan SDM dengan pelanggan PT Pertagas Niaga?

❖ Aspek Sistem Informasi Manajemen

Sebutkan faktor-faktor strategis pada aspek sistem informasi manajemen perusahaan dan dampaknya pada perusahaan?

- a) Bagaimana penggunaan sistem informasi teknologi (IT) pada PT Pertagas Niaga?
- b) Apakah sistem manajemen teknologi perusahaan yang digunakan sudah *user-friendl*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

KUESIONER WAWANCARA PENELITIAN IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL

1. Analisis Eksternal (PESTLE)

Responden: Kepala Komisaris (Utama), Direktur Utama, dan tenaga ahli (*expert*) 2 orang.

❖ Politik

- a) Bagaimana kondisi politik di Indonesia saat ini? Apakah kondisi politik saat ini mempengaruhi perkembangan dan kinerja PT Pertagas Niaga yang berjalan dan yang akan datang?
- b) Bagaimana pertumbuhan bisnis PT Pertagas Niaga pasca tahun politik sekarang ini?
- c) Bagaimana menurut bapak terkait dengan kebijakan pemerintah terkait dengan LNG dan CNG khususnya untuk pengembangan bisnis produk tersebut kepada masyarakat?

❖ Ekonomi

- a) Bagaimana kondisi perekonomian di Indonesia saat ini?
- b) Bagaimana pengaruh kenaikan harga dollar terhadap bisnis PT Pertagas Niaga? Dan bagaimana pengaruhnya terhadap perkembangan PT Pertagas Niaga?

❖ Teknologi

- a) Bagaimana perkembangan teknologi untuk industri *Virtual Gas Pipeline* di Indonesia saat ini? Khususnya untuk PT Pertagas Niaga?

❖ Legal

- a) Bagaimana kondisi regulasi *Virtual Gas Pipeline* khususnya Gas Pipeline, apakah semua Gas Pipeline sudah mengikutinya? Baik UU maupun peraturan dari regulator? Bagaimana pengaruhnya terhadap perkembangan *Virtual Gas Pipeline*?

❖ Environment

- a) Bagaimana kondisi lingkungan di sekitar *Virtual Gas Pipeline*? Sudah sejauh mana peran *Virtual Gas Pipeline* terhadap masyarakat sekitar?

2. Analisis Eksternal (*Porter's Five Forces*)

Responden: Manajemen Internal Perusahaan dan 2 orang tenaga ahli (*expert*) di bidangnya.

❖ Ancaman masuknya pendatang baru

- a) Apakah perusahaan / pihak *Virtual Gas Pipeline* mengkhawatirkan dengan ancaman masuknya pendatang baru dalam bisnisnya?

❖ Sesama perusahaan dalam industri



- a) Bagaimana kondisi persaingan bisnis *Virtual Gas Pipeline* saat ini? Baik Gas Pipeline maupun perusahaan *Virtual Gas Pipeline*?
 - b) Bagaimana kondisi penawaran yang yang diberikan kepada pelanggan (*corporate*) dibandingkan pesaing?
- ❖ Ancamana produk substitusi
 - a) Apakah ada ancaman produk substitusi bagi perusahaan?
 - ❖ Kekuatan tawar menawar pembeli
 - a) Bagaimana kemampuan perusahaan menangani daya tawar nasabah/klien?
 - b) Apakah harga / rate / margin yang ditawarkan ke nasabah/klien sudah merupakan harga / rate terbaik?
 - ❖ Kekuatan tawar menawar pemasok
 - a) Bagaimana kondisi hubungan perusahaan dengan investor atau pemilik dana perusahaan ke pihak perusahaan?
 - b) Bagaimana perngaruhnya terhadap perkembangan bisnis *Virtual Gas Pipeline*?

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

Lampiran 2 Kuesioner Tahap 2

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**Kepada
Yth. Bapak/Ibu Responden
di tempat**

Dengan hormat.

Bersama surat ini, perkenalkan saya Dliyaa Ul Haq (K 15181224), Mahasiswa Program Manajemen Bisnis Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor (SB-IPB) bermaksud untuk melakukan penelitian tesis di bawah bimbingan Dr. Ir. Harianto, MS. dan Dr. Rhian Indradewa, ST, MSM dengan judul: **“Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis *Virtual Gas Pipeline (CNG & LNG)*”**.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis dan meningkatkan daya saing *Virtual Gas Pipeline (CNG & LNG)*, yang kemudian akan direkomendasikan kepada PT Pertagas Niaga. untuk dapat dilaksanakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *Eksternal Factor Evaluation (EFE)*, matriks *IE (Internal-Eksternal)*, matriks SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* untuk mendapatkan pilihan-pilihan alternatif strategi bisnis PT Pertagas Niaga.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon ketersediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu untuk dapat berpartisipasi dalam memberikan jawaban atas pertanyaan kuesioner sebagaimana terlampir, sebagai kelengkapan dokumen dari penelitian ini. Semua informasi yang didapatkan dari kuesioner ini adalah bersifat rahasia, dan sepenuhnya dipergunakan semata-mata untuk kepentingan karya ilmiah dan akademik.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Dliyaa Ul Haq
K15181224

Kuesioner Penilaian Bobot Faktor Strategis KUISIONER PENENTUAN BOBOT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL DAN INTERNAL

Tujuan

Pengisian kuisisioner ini bertujuan untuk menentukan nilai pembobotan untuk masing-masing faktor strategis baik eksternal maupun internal. Nilai pembobotan ini nantinya akan digunakan sebagai pengali untuk nilai setiap faktor strategis eksternal dan internal yang akan dianalisis dalam matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Petunjuk Pengisian:

1. Penentuan bobot untuk setiap faktor strategis eksternal dan internal dilakukan dengan metode *Pairwise Comparison*. Metode ini dilakukan dengan memberikan penilaian tingkat kepentingan pada masing-masing faktor terhadap faktor pembandingnya dengan melihat tingkat kepentingan faktor tersebut terhadap rencana strategis PT Pertagas Niaga.
2. Penilaian menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai perbandingan (A dibandingkan B)	Penjelasan
1	A kurang penting B
2	A Sama Penting B
3	A Lebih Penting B

- Nilai 1 diberikan jika faktor strategis yang dinilai **kurang penting** dibandingkan dengan faktor strategis pembanding
 - Nilai 2 diberikan jika faktor strategis yang dinilai **sama penting** dibandingkan dengan faktor strategis pembanding
 - Nilai 3 diberikan jika faktor strategis yang dinilai **lebih penting** dibandingkan dengan faktor strategis pembanding
3. Responden eksternal memberikan penilaian tingkat kepentingan pada faktor strategis eksternal saja, sedangkan responden internal memberikan penilaian terhadap keduanya.
 4. Lingkarilah “O” nilai tingkat kepentingan yang Bapak/Ibu pilih
 5. Jawaban merupakan jawaban pribadi dari Bapak/Ibu/Saudara/i

Nama _____

Jabatan _____

Tanda Tangan _____

KEKUATAN
Memilih hubungan Kepentingan antar faktor
(kurang penting [1], sama penting [2] dan lebih penting [3] dengan dicontreng [X])

	Faktor-faktor Internal Strategis	Hubungan Kepentingan			Faktor-faktor Internal Strategis	
		1	2	3		
A	Dukungan perusahaan atas investasi	1	2	3	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	B
A	Dukungan perusahaan atas investasi	1	2	3	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	C
A	Dukungan perusahaan atas investasi	1	2	3	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	D
A	Dukungan perusahaan atas investasi	1	2	3	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	E
A	Dukungan perusahaan atas investasi	1	2	3	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	F
A	Dukungan perusahaan atas investasi	1	2	3	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	G
B	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	1	2	3	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	C
B	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	1	2	3	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	D
B	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	1	2	3	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	E
B	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	1	2	3	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	F
B	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	1	2	3	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	G
C	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	1	2	3	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	D
C	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	1	2	3	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	E
C	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	1	2	3	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	F
C	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	1	2	3	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	G
D	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	1	2	3	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	E
D	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	1	2	3	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	F
D	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	1	2	3	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	G
E	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	1	2	3	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	F
E	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	1	2	3	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	G
F	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	1	2	3	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	G

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

IPB University



KELEMAHAN
Memilih hubungan Kepentingan antar faktor
(kurang penting [1], sama penting [2] dan lebih penting [3] dengan dicoret [X])

Faktor-faktor Internal Strategis	Tingkat Kepentingan			Faktor-faktor Internal Strategis	No.
	1	2	3		
Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	1	2	3	Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	B
Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	1	2	3	Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	C
Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	1	2	3	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	D
Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	1	2	3	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	E
Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	F
Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	1	2	3	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	G
Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	1	2	3	Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	C
Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	1	2	3	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	D
Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	1	2	3	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	E
Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	F
Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	1	2	3	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	G
Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	1	2	3	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	D
Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	1	2	3	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	E
Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	F
Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	1	2	3	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	G
Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	1	2	3	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	E
Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	F
Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	1	2	3	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	G
Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	F
Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	1	2	3	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	G
Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	1	2	3	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	G

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

@Halaman 11 IPB University

PELUANG
Memilih hubungan Kepentingan antar faktor
(kurang penting [1], sama penting [2] dan lebih penting [3] dengan dicoret [X])

Faktor-faktor Internal Strategis	Hubungan Kepentingan			Faktor-faktor Internal Strategis	
	1	2	3		
Pangsa pasar yang sangat besar	1	2	3	Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu <i>green (low emission)</i>	B
Pangsa pasar yang sangat besar	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)	C
Pangsa pasar yang sangat besar	1	2	3	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen	D
Pangsa pasar yang sangat besar	1	2	3	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi	E
Pangsa pasar yang sangat besar	1	2	3	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply	F
Pangsa pasar yang sangat besar	1	2	3	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG	G
Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu <i>green (low emission)</i>	1	2	3	Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)	C
Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu <i>green (low emission)</i>	1	2	3	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen	D
Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu <i>green (low emission)</i>	1	2	3	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi	E
Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu <i>green (low emission)</i>	1	2	3	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply	F
Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu <i>green (low emission)</i>	1	2	3	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG	G
Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)	1	2	3	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen	D
Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)	1	2	3	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi	E
Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)	1	2	3	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply	F
Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)	1	2	3	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG	G
Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen	1	2	3	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi	E
Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen	1	2	3	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply	F
Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen	1	2	3	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG	G
Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi	1	2	3	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply	F
Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi	1	2	3	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG	G
Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply	1	2	3	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG	G

ANCAMAN
Memilih hubungan Kepentingan antar faktor
(kurang penting [1], sama penting [2] dan lebih penting [3] dengan dicoret [X])

Faktor-faktor Internal Strategis	Tingkat Kepentingan			Faktor-faktor Internal Strategis	
	1	2	3		
Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen	1	2	3	Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG	B
Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen	1	2	3	Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)	C
Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen	1	2	3	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)	D
Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen	1	2	3	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen	E
Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen	1	2	3	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah	F
Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen	1	2	3	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety	G
Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG	1	2	3	Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)	C
Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG	1	2	3	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)	D
Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG	1	2	3	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen	E
Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG	1	2	3	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah	F
Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG	1	2	3	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety	G
Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)	1	2	3	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)	D
Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)	1	2	3	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen	E
Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)	1	2	3	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah	F
Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)	1	2	3	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety	G
Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)	1	2	3	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen	E
Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)	1	2	3	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah	F
Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)	1	2	3	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety	G
Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen	1	2	3	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah	F
Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen	1	2	3	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety	G
F Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah	1	2	3	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety	G

Hak Pustaka
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

KUESIONER PENENTUAN PERINGKAT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL DAN INTERNAL

Tujuan:

Pengisian kuisisioner ini bertujuan untuk menentukan nilai peringkat untuk masing-masing faktor strategis baik eksternal maupun internal. Nilai peringkat ini nantinya akan digunakan sebagai pengali untuk nilai pembobotan yang telah diperoleh sebelumnya.

Petunjuk Umum:

- Berikan tanda silang “X” nilai peringkat yang Bapak/Ibu pilih.
- Jawaban merupakan jawaban pribadi Bapak/Ibu

Petunjuk Pengisian Nilai Peringkat Peluang dan Ancaman:

- Penilaian nilai peringkat berdasarkan respon perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman yang ada pada saat ini.
- Penilaian peringkat tersebut menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Peringkat	Defnisi	Ketentuan
1	Responnya sangat buruk	Ancaman & Peluang
2	Responnya rata-rata	
3	Responnya diatas rata-rata	
4	Responnya sangat bagus	

Petunjuk Pengisian Nilai Peringkat Kekuatan dan Kelemahan

- Nilai peringkat untuk kelemahan adalah 1 atau 2, sedangkan kekuatan bernilai 3 atau 4
- Penilaian nilai peringkat mencerminkan kondisi internal perusahaan
- Penilaian peringkat tersebut menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Peringkat	Defnisi	Ketentuan
1	Sangat Lemah	Kelemahan
2	Lemah	
3	Kuat	Kekuatan
4	Sangat Kuat	

Identitas Responden

Nama	Tanda Tangan
Jabatan	

KEKUATAN

No.	Faktor-faktor Internal Strategis	Nilai Peringkat				Ket
		1	2	3	4	
1	Dukungan perusahaan atas investasi					
2	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>					
3	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah					
4	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant					
5	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>					
6	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan					
7	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik					

KELEMAHAN

No.	Faktor-faktor Internal Strategis	Nilai Peringkat				Ket
		1	2	3	4	
1	Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit					
2	Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain					
3	Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen					
4	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system					
5	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG					
6	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG					
7	Manajemen yang mulai cenderung birokratis					

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PELUANG

No.	Faktor-faktor Eksternal Strategis	Nilai Peringkat				Ket
		1	2	3	4	
1	Pangsa pasar yang sangat besar					
2	Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu green (<i>low emission</i>)					
3	Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)					
4	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen					
5	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi					
6	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply					
7	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG					

ANCAMAN

No.	Faktor-faktor Eksternal Strategis	Nilai Peringkat				Ket
		1	2	3	4	
1	Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/konsumen					
2	Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG					
3	Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)					
4	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)					
5	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen					
6	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah					
7	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety					



Lampiran 3 Kuesioner Matriks SWOT 1

No.	Faktor-faktor Strategis Internal		Faktor-faktor Strategis Eksternal		Strategi Alternatif	
	Kekuatan (Strength)	(+)	Peluang (Opportunity)		Strategi SO (Gabungan faktor Kekuatan-Peluang)	Alasan dan Argumentasi
1. Hak Cipta dan Jalinan Usaha 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber : a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University. 3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.	Dukungan perusahaan atas investasi	(+)	Pangsa pasar yang sangat besar			
	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	(+)	Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu green (<i>low emission</i>)			
	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	(+)	Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)			
	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	(+)	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen			
	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	(+)	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi			
	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	(+)	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply			
	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	(+)	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG			
					Strategi WO (Gabungan faktor Kelemahan-Peluang)	Alasan dan Argumentasi
	Kelemahan (Weaknesses)	(+)	Peluang (Opportunity)			
	Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	(+)	Pangsa pasar yang sangat besar			
Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	(+)	Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu green (<i>low emission</i>)				
Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	(+)	Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)				
Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	(+)	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen				
Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	(+)	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi				
Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG	(+)	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply				
7	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	(+)	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG			

Lampiran 4 Kuesioner Matriks SWOT 2

No.	Faktor-faktor Strategis Internal		Faktor-faktor Strategis Eksternal		Strategi Alternatif	
	Kekuatan (Strength)	(+)	Ancaman (Treath)		Strategi ST (Gabungan faktor Kekuatan-Ancaman)	Alasan dan Argumentasi
1	Dukungan perusahaan atas investasi	(+)	Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/konsumen		Strategi ST (Gabungan faktor Kekuatan-Ancaman)	Alasan dan Argumentasi
2	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>	(+)	Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG			
3	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah	(+)	Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)			
4	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant	(+)	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)			
5	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>	(+)	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen			
6	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan	(+)	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah			
7	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik	(+)	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety			
	Kelemahan (Weaknesses)	(+)	Ancaman (Treath)		Strategi WT (Gabungan faktor Kelemahan-Ancaman)	Alasan dan Argumentasi
1	Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	(+)	Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/konsumen		Strategi WT (Gabungan faktor Kelemahan-Ancaman)	Alasan dan Argumentasi
2	Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	(+)	Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG			
3	Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	(+)	Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)			
4	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	(+)	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)			
5	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG	(+)	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen			
6	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/pasar dibandingkan BBM dan LPG	(+)	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah			
7	Manajemen yang mulai cenderung birokratis	(+)	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety			

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

IPB University

Lampiran 5 Kuesioner Penilaian Peringkat Strategi (QSPM)*

KUISIONER PENENTUAN PERINGKAT STRATEGI ALTERNATIF (Attractive Score)

Tujuan

Pengisian kuisisioner ini bertujuan untuk menentukan nilai peringkat Strategi alternative dengan tingkat daya tariknya masing-masing. Nilai peringkat ini nantinya akan digunakan sebagai pengali untuk nilai Total Attractive Score.

Petunjuk Umum

- Jawaban merupakan jawaban pribadi Bapak/Ibu
- Petunjuk Pengisian Nilai Peringkat Peluang dan Ancaman

- Penilaian nilai peringkat berdasarkan respon perusahaan dalam prioritas strategi yang digunakan.
- Penilaian peringkat tersebut menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Peringkat	Defnisi
1	Tidak Menarik
2	Agak Menarik
3	Menarik
4	Sangat Menarik

Identitas Responden

 Nama

 Jabatan

 Tanda Tangan

*) Pada nilai Bobot menggunakan data sebelumnya (Matriks IFE dan EFE, dengan metode Comparison pairwise)

Kuesioner Penilaian Peringkat Strategi

No.	Faktor-faktor Strategis	Alternatif Strategi		
	Kekuatan (Strength)	Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	Dukungan perusahaan atas investasi			
2	Tingkat kepercayaan dari <i>shareholder</i>			
3	Akses atas informasi dan regulasi serta didukung kebijakan pemerintah			
4	Infrastruktur sarana dan prasarana fisik yang tersedia misalnya CNG dan LNG Plant			
5	Pengembangan organisasi yang didukung <i>shareholder</i>			
6	SDM yang produktif dan potensial untuk dikembangkan			
7	Kualitas Produk CNG dan LNG yang baik			
	Kelemahan (Weakness)	Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit			
2	Tempang tindi pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain			
3	Sistem internal dalam prioses penagihan ke konsumen			
4	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system			
5	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel CNG dan LNG			
6	Produk CNG dan LNG yang belum luas dikenal konsumen/ pasar dibandingkan BBM dan LPG			
7	Manajemen yang mulai cenderung birokratis			
	Peluang (Opportunity)	Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	Pangsa pasar yang sangat besar			
2	Trend pasar secara global sesuai dengan bisnis ini yaitu green (<i>low emission</i>)			
3	Produk CNG dan LNG yang kompetitif dibandingkan LPG dan BBM (harga BBM dan LPG Fluktuatif dan mahal)			
4	Ekspektasi <i>stakeholder's</i> yang tinggi terhadap perusahaan dalam hal peningkatan <i>revenue</i> dan jumlah konsumen			
5	Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat termasuk dalam sektor konsumsi energi			
6	Dukungan dari sumber gas untuk menjamin keberlangsungan supply			
7	Mode transportasi yang inovatif untuk CNG dan LNG			
	Ancaman (Treath)	Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	Lokasi CNG dan LNG Plant yang belum mendekati pasar/ konsumen			
2	Harga minyak mentah yang berpengaruh ke harga LNG			
3	Kemungkinan perolehan dana investasi dari perbankan untuk menopang bisnis CNG dan LNG (bisnis baru)			
4	Penggunaan mata uang transaksi bersifat fluktuatif (Harga CNG dan LNG dalam Dolar)			
5	Tingkat kolektibilitas yang rendah dalam penagihan konsumen			
6	Kompleksitas aturan perizinan dari pemerintah			
7	Anggapan dalam masyarakat bahwa pemakaian gas beresiko tinggi secara safety			

Lampiran 6 Hasil QSPM PT Pertamina Niaga

Bobot	Penerapan Strategi (Strategi 1)			Penerapan Strategi (Strategi 2)			Penerapan Strategi (Strategi 3)		
	Rating	TAS	Rating	TAS	Rating	TAS	Rating	TAS	
Kekuatan (Strength):									
1	0.074	4,00	0.296	3	0.222	3	0.222	1	0.074
2	0.071	4,00	0.284	3	0.213	3	0.213	1	0.071
3	0.070	2,00	0.141	2	0.141	2	0.141	2	0.141
4	0.063	4,00	0.253	3	0.190	3	0.190	3	0.190
5	0.082	3,00	0.247	2	0.165	2	0.165	2	0.165
6	0.066	3,00	0.197	3	0.197	3	0.197	3	0.197
7	0.073	4,00	0.293	3	0.220	3	0.220	3	0.220
Peluang (Opportunity):									
1	0.067	4	0.270	3	0.202	3	0.202	3	0.202
2	0.077	4	0.307	3	0.231	3	0.231	3	0.231
3	0.079	4	0.315	1	0.079	1	0.079	1	0.079
4	0.076	2	0.151	3	0.227	3	0.227	3	0.227
5	0.075	2	0.150	3	0.225	3	0.225	3	0.225
6	0.067	4	0.269	3	0.202	3	0.202	3	0.202
7	0.060	2	0.119	3	0.179	3	0.179	3	0.179
Peluang (Opportunity):									
1	0.073	4	0.293	4	0.293	4	0.293	4	0.293
2	0.073	3	0.218	3	0.218	3	0.218	3	0.218
3	0.067	4	0.267	3	0.200	4	0.267	4	0.267
4	0.068	2	0.136	3	0.204	3	0.204	3	0.204
5	0.069	4	0.278	2	0.139	3	0.208	3	0.208
6	0.075	4	0.299	2	0.149	2	0.149	2	0.149
7	0.071	2	0.142	2	0.142	2	0.142	2	0.142
Ancaman (Threat):									
1	0.072	4	0.288	2	0.144	2	0.144	2	0.144
2	0.071	1	0.071	2	0.141	2	0.141	2	0.141
3	0.070	2	0.141	2	0.141	2	0.141	2	0.141
4	0.075	3	0.224	2	0.149	2	0.149	2	0.149
5	0.076	1	0.076	2	0.153	2	0.153	2	0.153
6	0.067	1	0.067	2	0.133	2	0.133	2	0.133
7	0.074	2	0.147	2	0.147	2	0.147	2	0.147
Total Attractive Score (TAS)									4.890

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.