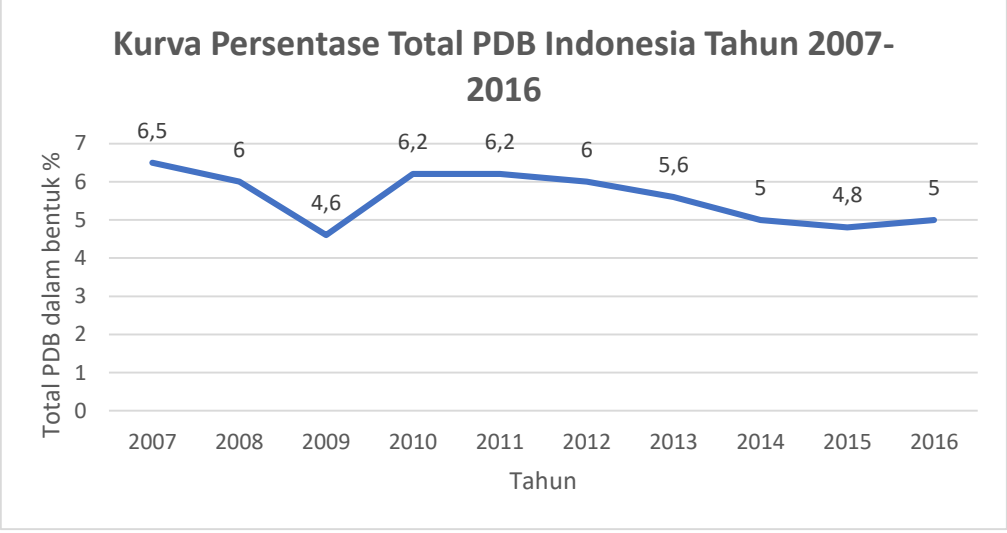
# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perekonomian global diwarnai banyak tantangan. Perlambatan masih tercermin dari rendahnya pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang. Tiongkok yang telah menjadi motor penggerak ekonomi Asia juga masih menunjukkan perlambatan. Hal tersebut berpengaruh terhadap aktivitas ekspor-impor dan lalu lintas perdagangan dunia yang berdampak pada harga minyak dunia dan komoditas internasional yang rendah.

Tak hanya pertumbuhan ekonomi, agenda politik dunia juga turut berpengaruh signifikan terhadap perekonomian nasional. Dua peristiwa besar yang tidak diduga, yaitu keluarnya Inggris dari Uni Eropa (Brexit) pada akhir Juni dan terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat pada bulan November turut berdampak pada peta perekonomian dunia saat ini. Hal tersebut berdampak pada perlambatan ekonomi global dan berimbas pada perekonomian nasional.



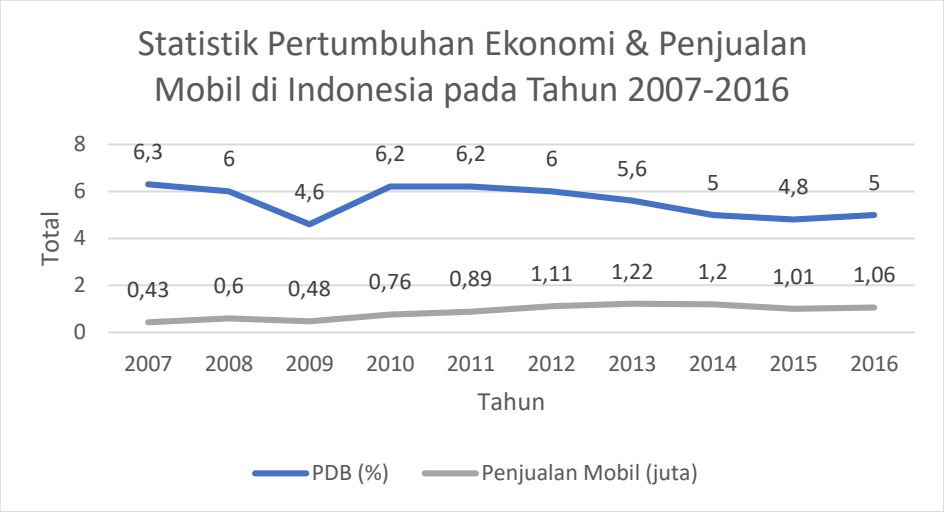

Gambar 1. 1. 1 Kurva Persentase Total PDB Indonesia dari Tahun 2007-2016

*Sumber : Diadaptasi dari Bank Dunia (2017)*

Pertumbuhan ekonomi Indonesia masih rentan terhadap volatilitas di pasar komoditas global, karena komoditas mentah adalah sebesar 60% dari total ekspor Indonesia. Pada Gambar 1. 1.1 dapat dilihat bahwa secara garis besar, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2016 sedikit lebih baik, terlihat dari tingkat pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) yaitu sebesar 5%, jika dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 4.8%. Laporan tahunan PT Astra International Tbk (2016:123) mengemukakan bahwa pertumbuhan ekonomi membaik didukung oleh: (1) stabilnya konsumsi swasta yang merupakan pilar penting dalam ekonomi domestik; (2) investasi yang terus dilakukan oleh pemerintah melalui akselerasi pembangunan sarana infrastruktur nasional sebagai stimulus untuk menunjang kegiatan perekonomian nasional; (3) tingkat inflasi terkendali dengan baik, amati Gambar 1. 1. 2 yang memperlihatkan bahwa inflasi terus mengalami penurunan sejak 2013 hingga 2017; (4) iklim suku bunga rendah sepanjang tahun 2016; (5) keberhasilan program *tax amnesty* yang dilaksanakan oleh Pemerintah. *Tax amnesty* memberikan perlindungan terhadap melemahnya rupiah terhadap dolar serta memberikan kontribusi dana repatriasi serta pendapatan pajak untuk mendukung APBN dalam membiayai pembangunan infrastruktur dan kebutuhan lainnya yang dapat mengurangi ketergantungan pertumbuhan ekonomi terhadap komoditas.

Gambar 1. 1. 2 Tingkat Inflasi Indonesia Tahun 2007-Agustus 2017

*Sumber : Diadaptasi dari Badan Pusat Statistik (2017)*




Gambar 1. 1. 3 Statistik Pertumbuhan Ekonomi & Penjualan Mobil di Indonesia pada Tahun 2007-2016

*Sumber : Diadaptasi dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia & Bank Dunia (2017)*

Pertumbuhan ekonomi dan prospek kinerja ekonomi Indonesia, disini sangat berpengaruh terhadap industri otomotif. Perhatikan Gambar 1. 1. 3, ada hubungan antara penjualan kendaraan dan pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut dapat dilihat ketika kurva PDB naik, akan diikuti oleh kenaikan kurva penjualan mobil. Pertumbuhan PDB (per kapita) mendongkrak daya beli masyarakat. Ketika kepercayaan diri konsumen kuat, masyarakat ingin membeli mobil. Namun, pada masa-masa ketidakjelasan perekonomian, seperti ekspansi ekonomi yang melambat membuat masyarakat pesimis dan cenderung menunda pembelian barang-barang yang relatif mahal seperti mobil.

Jika dilihat lagi pada Gambar 1. 1. 3, PDB di Indonesia sempat beberapa kali mengalami penurunan bersamaan dengan penjualan mobil. Paska periode Orde Baru, pertumbuhan ekonomi memuncak di tahun 2011. Namun, setelah 2011, Indonesia mulai mengalami periode perlambatan ekonomi yang berkelanjutan. Hal tersebut diduga terjadi karena : (1) guncangan internasional yaitu pertumbuhan global yang lambat dan harga-harga komoditi yang menurun dengan cepat; (2) lembaga-lembaga seperti Bank Dunia, International Monetary Fund (IMF), Bank Pembangunan Asia dan juga Pemerintah Indonesia gagal untuk memahami

besarnya pengaruh perlambatan global; (3) kebijakan Pemerintah menaikkan harga bahan bakar bersubsidi yang menyebabkan daya beli masarakat berkurang; (4) tingkat inflasi yang tinggi mencapai 8,4%; dan (5) nilai rupiah yang telah melemah sejak pertengahan 2013 karena ancaman pengetatan kebijakan moneter Amerika Serikat membuat impor lebih mahal. Hal tersebut menenjukan keterkaitan antara laju PDB dengan penjualan kendaraan di Indonesia.

Pertumbuhan industri otomotif di Indonesia mengalami transisi yang luar biasa. Hingga saat ini ada sebanyak 14 perusahaan yang bermaian pada bidang otomotif dan sudah terdaftar *leasing* di Bursa Efek Indonesia. Gambar 1. 1. 4 memperlihatkan daftar perusahaan yang terdaftar dan *leasing* di Bursa Efek Indonesia.

| | | |
|---|---|---|
| Astra International Tbk<br>ASII | Indospring Tbk<br>INDS | Gajah Tunggal Tbk<br>GJTL |
| Astra Otoparts Tbk<br>AUTO | Multi Prima Sejahtera Tbk<br>*d.h Lippo Enterprise Tbk*<br>LPIN | Selamat Sempurna Tbk<br>SMSM |
| Garuda Metalindo Tbk<br>BOLT | Multistrada Arah Sarana Tbk<br>MASA | Indomobil Sukses International Tbk<br>IMAS |
| Indo Kordsa Tbk<br>*d.h Branta Mulia Tbk*<br>BRAM | Nipress Tbk<br>NIPS | Bintang Oto Global Tbk<br>BOGA |
| Goodyear Indonesia Tbk<br>GDYR | Prima alloy steel Universal Tbk<br>PRAS | |

Gambar 1. 1. 4 Daftar Perusahaan Sektor Otomotif yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia

*Sumber : Diadapti dari Bursa Efek Indonesia (2017)*

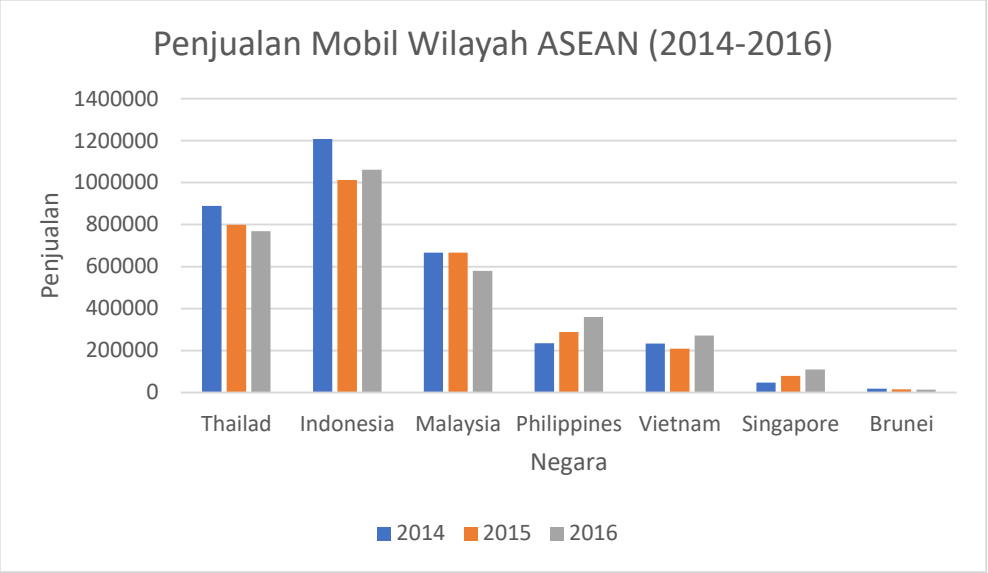
Jumlah pemain pada industri otomotif ini terus bertambah. Hal tersebut dapat dilihat dengan pertambahan jumlah IPO pada industri otomotif ini. Gambar 1. 1. 5

memperlihatkan jumlah IPO pemain pada industri otomotif yang terus bertambah sepanjang tahun 1980 hingga 2017. Dengan data terakhir PT Bintang Oto Global melakukan IPO pada 19 Desember 2016.

Gambar 1. 1. 5 Kurva Jumlah Pemain yang Melakukan IPO pada Industri Otomotif Tahun 1980-2017

*Sumber : Diadaptasi dari Bursa Efek Indonesia (2017)*

Pada mulanya Indonesia hanya menjadi tempat produksi mobil untuk diekspor (terutama untuk wilayah Asia Tenggara) kini menjadi pasar penjualan (domestik) mobil yang besar. Indonesia memiliki industri manufaktur mobil terbesar kedua di Asia Tenggara dan di wilayah ASEAN setelah Thailand. Thailand menguasai sekitar 50% dari produksi mobil di wilayah ASEAN (Gaikindo: 2016).




Gambar 1. 1. 6 Penjualan Mobil Wilayah ASEAN (2014-2016)
*Sumber: Diadaptasi dari ASEAN Automotive Federation (2017)*

Indonesia memiliki potensi sebagai kekuatan ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Dilihat pada Gambar 1. 1. 6 bahwa penjualan kendaraan di ASEAN terus meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Indonesia menguasai sekitar sepertiga dari total penjualan mobil tahunan di ASEAN. Pertumbuhan industri manufakturing mobil di Indonesia yang pesat di beberapa tahun terakhir ini, mengancam posisi dominan Thailand selama satu dekade mendatang.

Walaupun begitu, Indonesia memerlukan terobosan baru dalam upaya untuk mengambil alih posisi Thailand sebagai produsen mobil terbesar di kawasan ASEAN mengingat industri otomotif di Indonesia sedang mengalami tantangan. Tantangan tersebut diantaranya, seperti minimnya industri penunjang, biaya logistik mahal, lemahnya industri komponen domestik, serta standar emisi yang belum memenuhi standar global (Widyanita, 2016). Oleh karena itu sejumlah langkah dan insentif perlu diberikan untuk menjadikan otomotif sebagai industri mobil terbesar di ASEAN.

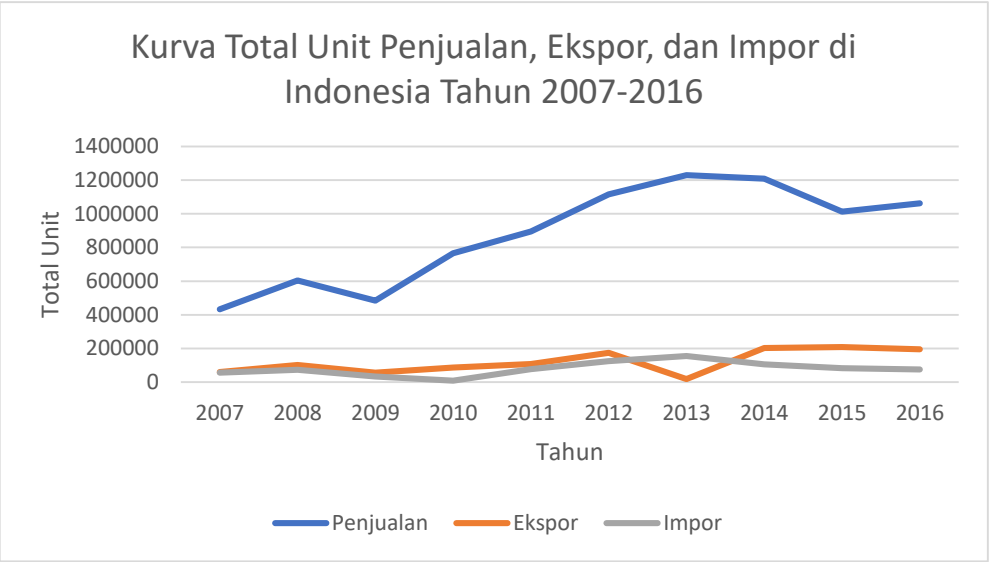
Laporan tahunan PT Indo Kordsa Tbk (2016:82) menyebutkan bahwa faktor pendorong peningkatan industri otomotif di Indonesia adalah: (1) Rasio kepemilikan mobil perkapita yang rendah; (2) penjualan tipe LCGC (*Low-cost*

*green car*) dengan harga murah; (3) pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mempercepat pembangunan ekonomi di seluruh wilayah Indonesia.

*Pertama*, rasio kepemilikan mobil perkapita yang rendah. Indonesia dengan jumlah populasi terbesar keempat di dunia yaitu sebanyak 258 juta jiwa dan dengan kelas menengah yang terus tumbuh dan berkembang. Dapat diprediksi potensi pembelian mobil oleh kelas menengah di Indonesia akan terus bertambah. Hal itu menjadi peluang yang baik untuk pertumbuhan industri otomotif.

*Kedua*, penjualan tipe LCGC (*Low-cost green car*) dengan harga murah. Pemerintahan Indonesia mulai memperkenalkan LCGC (*Low-cost green car*) yaitu mobil dengan harga terjangkau dan efisien dalam penggunaan bahan bakar pada akhir 2013. LCGC relatif baru di Indonesia, namun jenis mobil ini sangat popular. Para pelaku utama dalam industri LCGC Indonesia adalah lima perusahaan manufaktur asal Jepang yang terkenal: Toyota, Daihatsu, Honda, Suzuki dan Nissan. Dengan munculnya produk LCGC membuat kosumen mudah untuk membeli kendaraan yang memiliki kualitas baik dengan pilihan tipe dan merek sesuai keinginan mereka, sehingga diharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan.

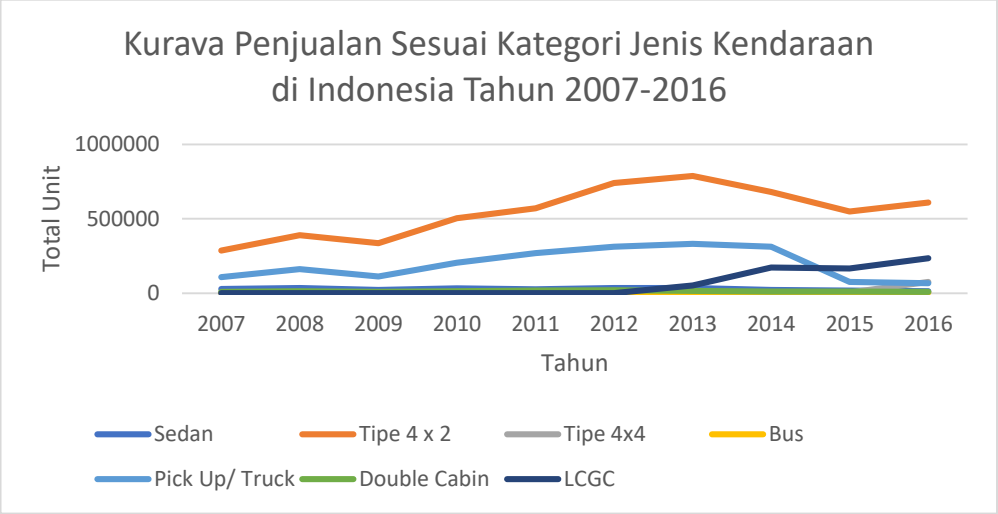
*Ketiga*, pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mempercepat pembangunan ekonomi di seluruh wilayah Indonesia. Kini pemerintahan Indonesia senantiasa melakukan akselerasi pembangunan Infrastruktur di bidang otomotif. Tujuannya taklain adalah guna mempercepat pembangunan ekonomi di negara Indonesia.




Gambar 1. 1. 7 Kurva Total Unit Penjualan, Ekspor, dan Impor di Indonesia Tahun 2007-2016

*Sumber : Diadaptasi Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (2017)*

Dilihat pada Gambar 1. 1. 7 bahwa penjualan kendaraan di indonesia terus meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Kenaikan pada 2016 mencapai 1.061.859 unit, naik 4,8% dibandingkan periode yang sama pada 2015 sebesar 1.013.291 unit. Kanaikan ini dipengaruh oleh kondisi perekonomian nasional yang sedikit membaik. Walalupun penjualan kendaraan mengalami kenaikan, sayangnya tidak diikuti oleh tingkat ekspor dan Impor yang justru mengalami penurunan. Produksi kendaraan dalam negeri hampir 90% diantaranya adalah kebutuhan domestik (Khadafi, 2017). Hal itu lah yang menyebabkan ekpor di Indonesia menurun.




Gambar 1. 1. 8 Kurva Penjualan Sesuai Kategori Jenis Kendaraan di Indonesia Tahun 2007-2016

*Sumber: Diadaptasi Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (2017)*

Selain itu kenaikan penjualan kendaraan yang terjadi di Indonesia tidak terjadi secara menyeluruh terhadap semua karegori kendaran roda empat. Namun, dilihat dari Gambar 1. 1. 8 bahwa peningkatan penjualan kendaraan roda empat lebih banyak terjadi untuk kategori kendaraan keluarga yang termasuk ke dalam kategori kendaraan LCGC (*Low-cost green car*). Sedangkan kendaraan kategori *non* LCGC (*Low-cost green car*) seperti sedan, komersil kecil hingga truk, masih mengalami penurunan.

Banyak faktor yang menyebabkan pasar kategori kelas komersil terus turun. *Pertama*, kehadiran LCGC (*low cost green car*), menjadi salah satu faktornya terjadinya pergeseran tren di pasar kendaraan roda empat di Indonesia (Gaikindo, 2016). Peralihan konsumen *city car* ke segmen mobil LCGC (*low cost green car*) serta *supplay* yang mendadak (Yulianasari, 2016). Jongkie (2016) menyatakan bahwa masyarakat cenderung memilih mobil LCGC kerena beberapa faktor yaitu memiliki desain yang baik, harga yang terjangkau, dan hemat bahan bakar (Fajar, 2016).

*Kedua*, Faisal (2016) menyebutkan bahwa kebijakan pemerintah berpengaruh terhadap penjualan kendaraan roda empat seperti penerapan pajak insentif pada segmen kendaraan LCGC yang membuat harga jual menjadi lebih murah. Tak

hanya itu kenaikan harga BBM dan *bea cukai* yang tinggi menyebabkan segmen kendaraan LCGC semakin naik, dalam hal ini kepemilikan kendaraan komersil lebih dirugikan dengan kenaikan yang terjadi (Pambudhy, 2016).

*Ketiga,* lemahnya daya beli masyarakat diduga menjadi penyebab masih belum membaiknya penjualan kendaraan komersil seperti *pick up*, Karena mayoritas pengguna kendaraan jenis ini adalah masyarakat dengan skala usaha kelas mikro dan kecil menegah (Abdullah, 2016).

*Keempat,* lesunya bisnis perkebunan, tambang dan sepinya proyek infrastruktur pada 2015 menjadi penyebab menurunnya permintaan akan kendaraan komersil seperti truk ringan hingga truk berkemampuan angkut 7 ton (Yuliansari, 2015).

Terkait dengan fenomena penurunan ekspor naiknya penjualan kendaraan LCGC serta terjadinya penurunan penjualan kendaraan pada segmen komersil di Indonesia, tentunya harus diselesaikan. Permasalahan ini membuat beberapa perusahaan berlomba-lomba mencipatakan strategi perusahaan baru dalam rangka bersaing dalam memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisinya.

Belakangan ini pabrikan mulai mencari celah untuk mempertahankan pangsa pasar, salah satunya adalah beramai-ramai mengusung konsep crossover pada produk terbarunya. Hal tersebut diakui sebagai bentuk inovasi demi merangkul kembali selera pasar, dengan begitu segmen pasar yang terlihat tak menarik dimata konsumen, bisa kembali dilirik kembali (Harryt, 2017).

Tidak hanya strategi perusahaan, permasalahan diatas dapat diatasi dengan perbaikan perkonomian dan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan. Oleh karena itu, peran pemerintah dinilai sangat penting dalam penetapan kebijakan untuk mengatasi permasalahan ini.

Terlepas dari permasalahan diatas, saat ini kebanyakan pihak produsen telah memiliki kapasitas produksi terpasang yang melebihi tingkat permintaan pasar. Hal itu mengindikasi terjadinya persaingan pada segmen kendaraan roda empat relatif tinggi yang akan menyebabkan timbulnya perang harga dan pemberian diskon yang berlangsung marak untuk mempertahankan angka penjualan. Mereka akan berlomba-lomba untuk membuat inovasi terbarunya dengan meluncurkan mobil

dengan teknologi terkini demi ketangguhan dan kenyamanan pengemudi. Persaingan yang terjadi akan memunculkan strategi-strategi baru bagi perusahaan, dengan begitu perkembangan industri otomotif di Indonesia akan terus berkembang.

Potret dinamika industri otomotif seperti yang telah dijelaskan diatas menjadi keinginan penulis untuk mengkaji dan menganalisis pola pertumbuhan indsutri otomotif secara kualitatif. Penelitian ini akan menjelaskan pola pertumbuhan yang dilihat dari visi, misi, tujuan jangka panjang, dan *corporate strategy*. Pada tahun-tahun mendatang, pasar otomotif di Indonesia diperkirakan akan tetap bertumbuh secara moderat, seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang ditopang oleh inisiatif pengembangan infrastruktur oleh karena itu dengan analisis ini dapat diketahui pola pertumbuhan perusahaan dan berguna dalam hal evaluasi strategi dalam rangka mengoptimalkan pendapatan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

## 1.2 Perumusan Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan prospek kinerja ekonomi Indonesia sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri oromotif di Indonesia. Pertumbuhan industri otomotif di Indonesia mengalami transisi yang luar biasa. Kenaikan pada 2016 mencapai 1.061.859 unit, naik 4,8% dibandingkan periode sebelumnya pada 2015 sebesar 1.013.291 unit. Produksi di Indonesia meningkat mencapai 7,19% tumbuh di atas Thailand yang hanya 1,16% hal tersebut tentunya mengancam posisi Thailand sebagai industri otomotif nomor satu di Asia Tenggara mengingat penjualan kendaraan di Indonesia saat ini juga meningkat (FAA, 2016).

Pasar mobil di kawasan Asia Tenggara mengalami kenaikan sebesar 5% menjadi lebih dari 3,32 juta, dimana sepertiga pasar dikuasai oleh Indonesia (FAA, 2016). Walaupun Indonesia menguasai sepertiga pasar tetapi, dalam hal produksi masih kalah dengan Thailand dimana menguasai hampir 50% produksi di Asia Tenggara. Jumlah produksi Thailand pada tahun 2016 adalah sebesar 1,94 juta unit dimana 39,54% kebutuhan domestik dan disanya 60,64% diekpor. Berbanding terbalik dengan Indonesia produksi di tahun 2016 sebesar 1,17 juta unit, 90,23%

nya adalah kebutuhan domestik dan sedikit sisanya yaitu 9,77% di ekpor. Hal tersebut menandakan bahwa ekspor di Indonesia saat ini masih kurang (Khadafi, 2017).

Selain itu, menutut Gaikindo (2016) saat ini masih banyak tantangan yang di hadapi oleh industri komponen domestik di Indonesia diantaranya yaitu kurangnya industri penunjang dalam segmen hulu. Dimana untuk memenuhi permintaan pasar akan komponen otomotif dan juga kendaraan kebanyakan perusahan masih mengadalkan pasokan bahan baku impor yang semakin berdampak pada semakin lememahnya industri komponen dometik.

Selain itu walaupun terjadi kenaikan penjualan kendaraan, kenaikan tersebut tidak terjadi di Indonesia tidak terjadi secara menyeluruh terhadap semua kategori kendaraan roda empat. Penjualan kendaraan didominasi oleh kendaraan kategori LCGC (*Low Cost Green Car*), sedangkan kendaraan kategori *non* LCGC (*Low Cost Green Car*) seperti sedan, komersil kecil hingga truk masih mengalami penurunan.

Sebenarnya jika dilihat lagi dengan perekonomian Indonesia yang membaik disertai dengan kenaikan penjualan kendaraan, dan juga pertumbuhan tingkat produksi di Indonesia yang tinggi menjadikan Indonesia berpotensi untuk meningkatkan ekpor dan mengalahkan Thailand sebagai industri otomotif nomor satu di Asia Tenggara.

Adanya fenomena tersebut membuat penulis tertarik untuk menganalisis strategi-strategi yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan terhadap anak perusahaan dalam industri otomotif untuk mengetahui pola pertumbuhan industry otomotif.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Topik pembahasan permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah tentang "Studi Pola Pertumbuhan Korporasi pada Industri Otomotif". Topik tersebut dapat dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa visi perusahaan-perusahaan pada industri otomotif untuk menggambarkan ingin menjadi perusahaan seperti apa di masa depan?

2. Apa misi perusahaan-perusahaan pada industri otomotif yang memperlihatkan perbedaan jenis usaha masing-masing perusahaan dengan pesaing?
3. Apa tujuan jangka panjang perusahaan-perusahaan pada industri otomotif untuk memperlihatkan hasil yang ingin dicapai masing-masing perusahaan pada periode waktu tertentu?
4. Bagaimana strategi korporasi yang dilakukan perusahaan pada industri otomotif untuk mengetahui pola pertumbuhan pada industri otomotif?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengatahui visi perusahaan-perusahaan pada industri otomotif untuk menggambarkan ingin menjadi perusahaan seperti apa di masa depan.
2. Mengatahui misi perusahaan-perusahaan pada industri otomotif yang memperlihatkan perbedaan jenis usaha masing-masing perusahaan dengan pesaing.
3. Mengatahui tujuan jangka panjang perusahaan-perusahaan pada industri otomotif untuk memperlihatkan hasil yang ingin dicapai masing-masing perusahaan pada periode waktu tertentu.
4. Mengatahui strategi korporasi yang dilakukan perusahaan pada industri otomotif untuk mengetahui pola pertumbuhan pada industri otomotif.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Aspek Teoritis

1. Memperluas pemahaman mengenai pola pertumbuhan korporasi dalam kajian (*growth strategy*).
2. Sebagai bahan bacaan yang diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang pertumbuhan korporasi (*growth strategy*) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dan termasuk pada penelitian dasar (*basic research*).

### 1.5.2 Aspek Praktis

Kajian strategi pertumbuhan berguna bagi perusahaan dan Pemerintah untuk mengetahui perkembangan strategi serta kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan, apakah sudah efektif dalam mengoptimalkan benefit dalam mengefisienkan perekonomian. Bagi pemerintahan, mengetahui pola pertumbuhan industri akan mempermudah dalam mengevaluasi strategi perusahaan dalam menjaga stabilitas ekonomi. Sedangkan bagi perusahaan, dengan mengetahui pola pertumbuhan industri, bermanfaat untuk merusmuskan strategi ulang yang sesuai dengan tujuan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

## 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Dinamika industri yang terus bergerak mengubah strategi yang diterapkan perusahaan seiring dengan pergantian tahun, yang tentunya akan berpengaruh terhadap pola perumbuhan pada industri dimana perusahaan itu bergerak. Penelitian ini akan membahas mengenai pola pertumbuhan korporasi pada industri otomotif di Indonesia. Perusahaan yang diteliti yaitu perusahaan-perusahaan dalam industri otomotif di Indonesia yang telah *go public* dan *listing* pada Bursa Efek Indonesia. Perusahaan berjumlah 14 perusahaan yaitu Astra International Tbk, Astra Otoparts Tbk, Garuda Metalindo Tbk, Indo Kordsa Tbk (*d.h Branta Mulia Tbk*), Goodyear Indonesia Tbk, Gajah Tunggal Tbk, Indomobil Sukses International Tbk, Indospring Tbk, Multi Prima Sejahtera Tbk (*d.h Lippo Enterprises Tbk*), Multistrada Arah Sarana Tbk, Nipress Tbk, Prima alloy steel Universal Tbk, Selamat Sempura Tbk, dan Bintang Oto Global Tbk.

## 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan menjelaskan urutan penulisan hasil penelitian.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan kajian kepustakaan yang berasal dari hasil studi literatur mengenai pola pertumbuhan korporasi (*growth strategy*). Kemudian diuraikan rangkuman penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini dipaparkan mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, jenis data dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data dalam melakukan penelitian ini.

BAB 4 HASIL PPENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disampaikan mengenai pembahasan untuk permasalahan yang sudah dirumuskan sebelumnya. Dalam bab ini juga dilakukan analisis dari pengolahan data yang dikumpulkan dan akan dijelaskan interpretasi nya.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disampaikan mengenai kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dan memberikan saran-saran kepada pihak yang terkait.