

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
ABSTRAK	v
1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	7
1.3. Batasan dan Ruang Lingkup	12
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.5. Hipotesa	14
1.6. Design Penelitian	14
2. KERANGKA THEORI	
2.1. Pengertian Jasa Marketing	16
2.2. Startegi Pemasaran	22
3. PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN	
3.1. Analisa Lingkungan	34
3.2. Analisa Jasa Jasa Akuntansi dan Keuangan	41
3.3. Analisa Internal Perusahaan	47

DAFTAR ISI

3.4.	Analisa Pasar Jasa Akuntansi dan Keuangan	50
3.5.	Hasil Survei	55
3.6.	Analisa Hasil Survei	58
3.7.	Strategi Pemasaran Jasa Akuntansi dan Keuangan	60
4.	RANGKUMAN, KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1.	Rangkuman	63
4.2.	Kesimpulan	65
4.3.	Saran-saran	66
	DAFTAR PUSTAKA	67

PRAKATA

Tesis ini dihasilkan berkat akumulasi pengetahuan yang kami dapat selama mengikuti program pasca sarjana magister manajemen Universitas Pelita Harapan. Masa-masa ini merupakan suatu bagian hidup yang sangat berkesan bagi saya tapi juga menuntut perjuangan dan dedikasi yang tinggi.

Untuk itu saya pertama-pertama bersyukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatnya sehingga studi ini dapat dilalui dengan baik. Setelah itu pada kesempatan ini saya juga berterima kasih pada:

1. Bapak Amal Abadi Sidarto, PhD. sebagai dosen dan dosen pembimbing Universitas Pelita Harapan.
2. Bapak Dr. Mulyono sebagai dosen dan dosen pembimbing Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Salmon B. Wagiu, PhD sebagai dosen dan penguji tesis saya.
4. Bapak Dr. Michael Elias sebagai dosen dan dosen penguji tesis saya
5. Semua dosen dan staf program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Peltia Harapan
6. Semua karyawan PT Multipolar Corp. yang secara langsung dan tidak langsung membantu saya dalam menempuh studi ini.
7. Untuk semua anggouta keluarga kami yang memberikan bantuan moril yang besar selama menempuh studi ini

8. Semua pihak lain yang tidak dapat saya sebut satu per satu dalam prakata ini.

Semoga hasil studi ini dapatlah berguna bagi semua kalangan masyarakat Indonesia



ABSTRAK

Dengan terjadinya perubahan-perubahan yang sangat pesat di abad ini, PT Multipolar sebagai perusahaan yang bergerak dibidang Informasi Teknologi banyak melihat peluang dan ancaman yang ditimbulkan dari perubahan ini. Untuk dapat mengantisipasi semua ini PT Multipolar Corp. harus merubah strategi bisnisnya. Dari perusahaan yang hanya menjual alat-alat perangkat keras dan lunak komputer sebagai suatu "black box", perusahaan harus menggunakan semua pengetahuan dan pengalaman dibidang teknologi informasi ini untuk menawarkan pada pelanggan suatu pelayanan yang memberikan solusi yang optimal untuk memecahkan problem-problem yang dihadapi pelanggan dan bahkan membantu proses bisnis pelanggan sehingga bisnis pelanggan dapat berkembang lebih pesat di milenium yang baru ini.

Salah satu jasa baru yang ditawarkan PT Multipolar Corp. adalah menyiapkan perangkat lunak untuk menunjang Jasa Akuntansi dan Keuangan (JAK) dari perusahaan yang membutuhkannya, yang merupakan salah satu langkah utama dalam mewujudkan cita-cita perusahaan seperti disebutkan diatas. Strategi yang pemasaran yang dirasakan tepat meliputi:

- (1) Jasa JAK harus berorientasi pada bisnis dalam arti memenuhi kebutuhan usaha nasabah bukan semata-mata berorientasi kepada teknologi.
- (2) Fleksibel yaitu memberikan solusi yang berbeda sesuai kebutuhan spesifik dari perusahaan nasabah.

- (3) Memanfaatkan kesamaan yang ada di tiap perusahaan dalam sektor industri sejenis.
- (4) Biaya yang bersaing (cost-consciousness) .

Dalam tesis ini disarankan agar PT Multipolar Corp. membentuk aliansi strategis dengan sebuah kantor akuntan yang usahanya akan menciptakan sinergi. Walaupun kantor akuntan tersebut mempunyai kompetensi utama dalam jasa akuntansi dan keuangan tetapi lemah dalam memberikan perangkat lunak yang relevan. Perangkat lunak ini merupakan keunggulan PT Multipolar Corp sehingga saling melengkapi.

