

## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b> | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                    | <b>ii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                            | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                      | <b>v</b>   |
| <b>PRAKATA.....</b>                               | <b>vi</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                               | <b>vii</b> |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                    | <b>1</b>   |
| 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....                   | 1          |
| 1.2 KERANGKA PEMIKIRAN .....                      | 4          |
| 1.3 PEMBATAAN MASALAH.....                        | 5          |
| 1.4 IDENTIFIKASI MASALAH .....                    | 6          |
| 1.5 TUJUAN PENELITIAN .....                       | 7          |
| 1.6 HIPOTESA.....                                 | 8          |
| 1.7 METODOLOGI PENELITIAN .....                   | 9          |
| <b>BAB 2 TINJAUAN TEORITIS.....</b>               | <b>11</b>  |
| 2.1 Kerangka Literatur.....                       | 11         |
| 2.2 Studi Terkait.....                            | 25         |
| <b>BAB 3 PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>29</b>  |
| 3.1 Analisa dan Interpretasi Data .....           | 29         |
| 3.2 Presentasi Data .....                         | 33         |

|                            |  |           |
|----------------------------|--|-----------|
| 3.2.1                      | Peta Penempatan Posisi dari Tingkat Mutu versus Tingkat Harga .. | 33        |
| 3.2.2                      | Kelengkapan aplikasi/modul .....                                 | 35        |
| 3.2.3                      | Dukungan perusahaan kuat dan stabil.....                         | 43        |
| 3.2.4                      | Kemudahan Pengoperasian .....                                    | 44        |
| 3.2.5                      | Riset dan Pengembangan yang tangguh.....                         | 45        |
| 3.2.6                      | Pelayanan pasca jual Pusat Pelayanan Pelanggan .....             | 51        |
| 3.2.7                      | Tindak Lanjut Pertemuan Kelompok Pengguna.....                   | 53        |
| 3.3                        | Hubungan Terkait .....   | 54        |
| <b>BAB 4</b>               | <b>RANGKUMAN, KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                     | <b>57</b> |
| 4.1                        | Rangkuman.....   | 57        |
| 4.2                        | Kesimpulan.....  | 62        |
| 4.3                        | Saran .....  | 63        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |  | <b>65</b> |
| <b>DAFTAR ISTILAH.....</b> |  | <b>66</b> |

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: *BankVision Overview*

Lampiran 2: Angket Kebutuhan Perangkat Lunak Perbankan



## PRAKATA

Memulai suatu penulisan adalah hal yang paling sulit. Syukur di hadapan Tuhan karena banyak dukungan baik dari dosen, teman-teman dan responden, sehingga thesis ini dapat selesai ditulis. Terima-kasih untuk para dosen yang telah mendidik lewat kuliah yang diberikan, sehingga mengerti akan tugas dan kewajiban seseorang yang menyandang gelar Magister Manajemen. Terima-kasih kepada teman-teman atas dukungannya.

Terima-kasih yang khusus penulis berikan kepada:

1. Bapak Amal A. Sidarto Ph.D yang selain memberi kuliah, juga membimbing dalam penyelesaian thesis ini, sehingga dapat mengerti lebih mendalam tentang strategi pemasaran.
2. Bapak Willi Toisuta Ph.D sebagai ketua penguji thesis yang menambahkan pengertian tentang strategi pemasaran dan menanamkan keyakinan untuk mempertahankan thesis ini, sehingga berguna bagi perusahaan.
3. Bapak Dr. Michael Elias sebagai anggota penguji yang telah melengkapi thesis ini.
4. Bapak Salmon B. Wagiu Ph.D sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan nasehat yang berharga, dalam sistematika penulisan thesis dan dorongan agar penulisan ini selesai tepat waktu.

## ABSTRAK

Dalam tulisan ini akan dibahas strategi pemasaran yang diperlukan agar BankVision dapat menjadi produk unggulan dari Multipolar untuk memenuhi kebutuhan perangkat lunak perbankan, baik di Indonesia maupun Asia.

Untuk menentukan posisi BankVision di dalam persaingan perangkat lunak perbankan, dipilih 3 produk yang menjadi saingan terdekat dari BankVision, yaitu Silver Lake dari Malaysia, AlphaBit dari Indonesia dan ICBS (Fiserv) dari Amerika Serikat. Dengan pengolahan data dari informasi pemasaran yang dimiliki PT Multipolar didapat **posisi BankVision sekarang, mutu lebih unggul dari ketiga produk pesaing tetapi harganya cukup bersaing** (Gambar 3.1: Peta Positioning dari Tingkat Kualitas versus Tingkat Harga), dan dengan penelitian yang dilakukan didapat strategi pemasaran untuk Penempatan Posisi (*Positioning*) BankVision sebagai Pimpinan Pasar (*Market Leader*), sehingga **BankVision dapat bersaing dengan perangkat lunak perbankan lain, baik dari luar negeri maupun dalam negeri.**

Penelitian tersebut meliputi keunggulan kelengkapan aplikasi/modul, dukungan perusahaan kuat dan stabil, Kemudahan Pengoperasian (*User Friendliness*), Penelitian Dan Pengembangan (*R&D*) yang tangguh, pelayanan pasca jual dari Pusat Pelayanan Pelanggan (*Customer Service Center*) dan tindak lanjut dari Pertemuan Kelompok Pengguna (*User Group Meeting*).