

## 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 GAMBAR</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	13
I.3 Kegunaan Penelitian	13
I.4 Hipotesa	14
I.5 Ruang Lingkup Pembahasan Masalah	14
I.6 Metodologi dan Prosedur Penelitian	14
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	<b>22</b>
II.1 Peta Nilai Pelanggan	22
II.2 Bauran Pemasaran	28
II.3 Model Lima Kekuatan	32
II.4 Analisa Struktural dan Strategi Persaingan	54

II.5	Rantai Nilai	57
II.6	Strategi Bersaing	64
<b>BAB III</b>	<b>ANALISA DATA DAN STRATEGI</b>	<b>69</b>
III.1	Data	69
III.2	Analisa Data	77
III.3	Membangun Strategi	94
<b>BAB IV</b>	<b>RANGKUMAN, KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>107</b>
IV.1	Rangkuman	107
IV.2	Kesimpulan	109
IV.3	Saran	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>111</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b>		<b>112</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Workflow Market Segments</i>	4
Gambar 2.1	<i>Customer Value Map</i>	27
Gambar 2.2	<b>Bauran Pemasaran</b>	29
Gambar 2.3	<i>Five Forces Model</i>	33
Gambar 2.4	<b>Penghalang Masuk dan Keluar</b>	47
Gambar 2.5	<i>The Value Chain</i>	58
Gambar 2.6	<b>Strategi Bersaing</b>	66
Gambar 3.1	<b>Kuesioner yang Dibagi Berdasarkan Tempat Responden Bekerja</b>	69
Gambar 3.2	<b>Kuesioner yang Kembali Berdasarkan Tempat Responden Bekerja</b>	69
Gambar 3.3	<b>Kuesioner yang Dibagi Berdasarkan Peran Responden</b>	69
Gambar 3.4	<b>Kuesioner yang Kembali Berdasarkan Peran Responden</b>	69
Gambar 3.5	<b>Komposisi Pendapatan Responden</b>	70
Gambar 3.6	<b>Taraf Implementasi</b>	70
Gambar 3.7	<b>Taraf Implementasi per Industri</b>	78
Gambar 3.8	<b><i>Customer Value Map</i> untuk Kelompok Asuransi dan Bank</b>	87

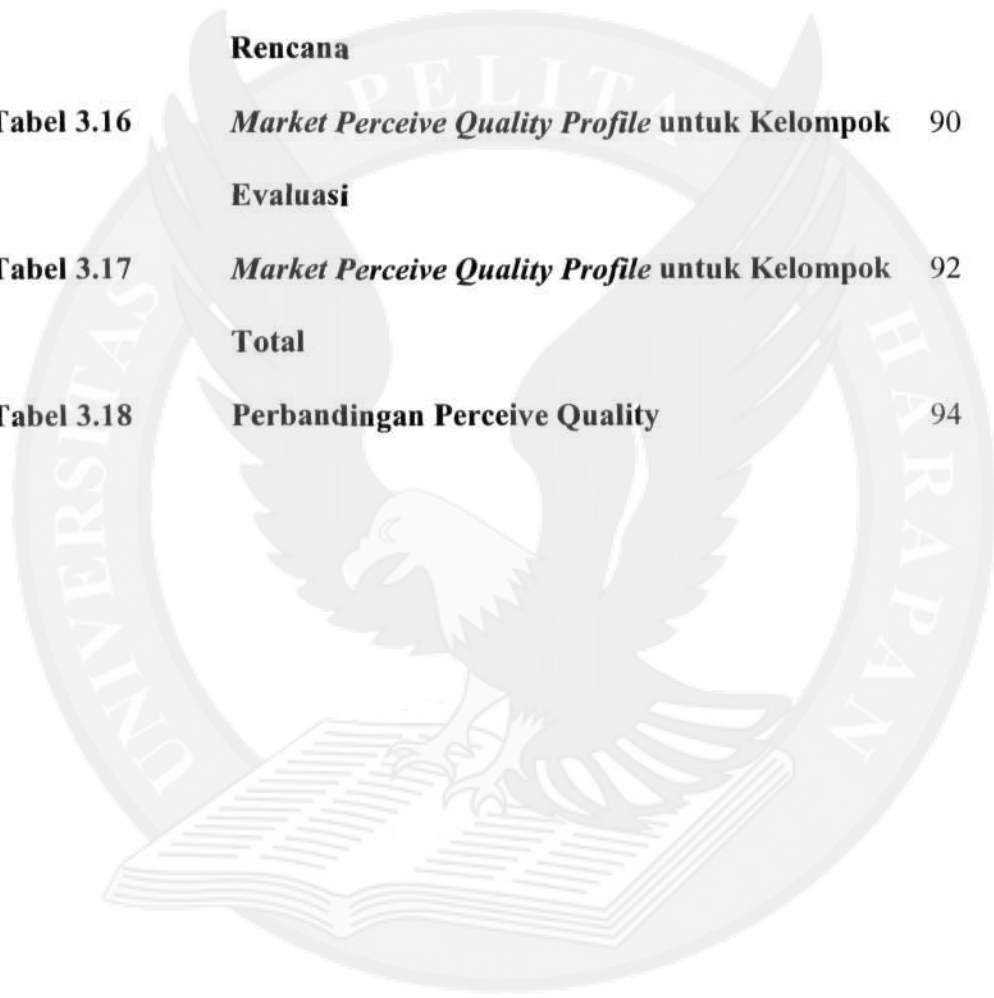
<b>Gambar 3.9</b>	<b><i>Customer Val Map</i> untuk Kelompok Pemakai dan Teknologi</b>	89
<b>Gambar 3.10</b>	<b><i>Customer Value Map</i> untuk Kelompok Rencana dan Evaluasi</b>	91
<b>Gambar 3.11</b>	<b><i>Customer Value Map</i> untuk Kelompok Total</b>	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<b>Pendapatan PT. Multipolar Tbk</b>	9
Tabel 1.2	<b>Pendapatan dari Penjualan Produk Pencitraan</b>	15
	<b>Dokumen</b>	
Tabel 2.1	<b><i>Quality Profile, after</i> Frank Perdue</b>	26
Tabel 3.1	<b>Total Penilaian dan Tingkat Penilaian Atribut</b>	73
Tabel 3.2	<b>Penilaian Atribut Berdasarkan Tempat</b>	73
	<b>Responden Bekerja</b>	
Tabel 3.3	<b>Penilaian Atribut Berdasarkan Peran Responden</b>	74
Tabel 3.4	<b>Penilaian Atribut Berdasarkan Status</b>	75
	<b>Implementasi</b>	
Tabel 3.5	<b>Persepsi Responden</b>	76
Tabel 3.6	<b>Hipotesa Perbedaan Penilaian Setiap Kelompok</b>	80
Tabel 3.7	<b>Hipotesa Perbedaan Persepsi Setiap Kelompok</b>	82
Tabel 3.8	<b>Perhitungan Bobot</b>	83
Tabel 3.9	<b><i>Market Perceive Price Profile</i></b>	84
Tabel 3.10	<b>Perhitungan Tingkat Tengah</b>	85
Tabel 3.11	<b><i>Market Perceive Quality Profile</i> untuk Kelompok</b>	86
	<b>Asuransi</b>	
Tabel 3.12	<b><i>Market Perceive Quality Profile</i> untuk Kelompok</b>	86
	<b>Bank</b>	

<b>Tabel 3.13</b>	<b><i>Market Perceive Quality Profile</i> untuk Kelompok Pemakai</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 3.14</b>	<b><i>Market Perceive Puality Profile</i> untuk Kelompok Teknologi</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 3.15</b>	<b><i>Market Perceive Quality Profile</i> untuk Kelompok Rencana</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 3.16</b>	<b><i>Market Perceive Quality Profile</i> untuk Kelompok Evaluasi</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 3.17</b>	<b><i>Market Perceive Quality Profile</i> untuk Kelompok Total</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 3.18</b>	<b>Perbandingan Perceive Quality</b>	<b>94</b>



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN I      DATA HASIL JAJAK PENDAPAT**

**LAMPIRAN II     CONTOH KUESIONER**

**LAMPIRAN III    DELPHI CONSULTING GROUP**





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai penulis dengan kasihNya dan melimpahi penulis dengan berkat-berkatNya, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Secara khusus Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sunggul Sinaga selaku Dosen Pembimbing.
2. Bapak Dr. Michael Elias selaku Ketua Dosen Penguji.
3. Bapak Salmon B. Wagi, Ph. D selaku Anggota Dosen Penguji.
4. Bapak Salmon B. Wagi, Ph. D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan.
5. PT Multipolar Corporation Tbk. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi ini.
6. Keluarga dan rekan kerja yang selalu memberikan dukungan.

Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat.



## ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam bisnis mengharuskan setiap perusahaan untuk meningkatkan produktifitas setiap anggotanya. Banyak cara yang telah dilakukan untuk mencapai produktifitas yang tinggi. Rekayasa ulang proses bisnis merupakan salah satu cara ditawarkan untuk mencapai produktifitas yang tinggi. Teknologi pencitraan dokumen dan sistem alur kerja merupakan salah satu alat yang memungkinkan dilakukan rekayasa ulang proses bisnis.

PT. Multipolar Tbk mulai memasarkan produk pencitraan dokumen dan sistem alur kerja pada tahun 1995, namun belum diperoleh hasil penjualan yang memadai.

Tugas akhir ini menggambarkan posisi PT. Multipolar Tbk dan produk FileNet dalam peta nilai pelanggan (*customer value map*) untuk membangun srtrategi pemasaran yang tepat. Metode analisa yang digunakan dalam menggambar customer value map adalah skala multidimensi (*multidimensional scale*) dan *conjoint*. Gambar peta nilai pelanggan (*customer value map*) menunjukkan posisi PT. Multipolar Tbk dengan produk FileNet cukup baik, dibawah garis nilai sedang (*fair value line*).

Penyusunan strategi dilakukan dengan pendekatan model lima kekuatan (*five forces model*) dan rantai nilai (*value chain*). Berdasarkan pendekatan model lima kekuatan (*five forces model*) didapati ancaman dari pendatang baru dan kesempatan yang luas untuk memasarkan produk pencitraan dokumen dan sistem alur kerja di Indonesia yang relatif baru. Pendekatan rantai nilai (*value chain*)

memberi penjelasan mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT. Multipolar Tbk. Pengalaman dalam bisnis teknologi informasi di bidang perbankan merupakan keunggulan bersaing dalam bisnis ini demikian sebaliknya lemahnya pengetahuan mengenai bisnis dan teknologi pencitraan dokumen dan sistem alur kerja perlu segera diperbaiki.

