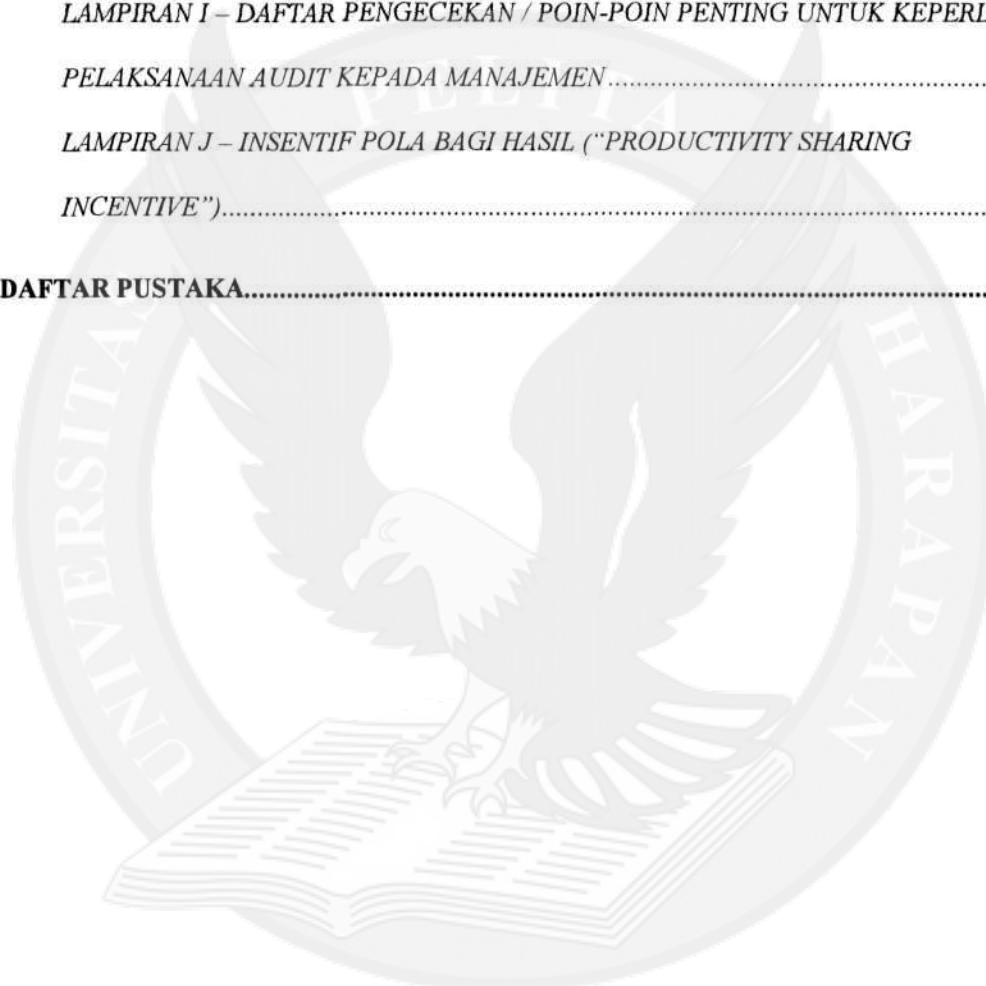


DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	I
DAFTAR TABEL	IV
DAFTAR GAMBAR	V
P R A K A T A	VI
ABSTRAK	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. RUANG LINGKUP DAN PEMBatasan MASALAH.....	7
1.3. METODA PENELITIAN (SURVEY METHOD / DATA GATHERING)	7
1.4. DESAIN RISET.....	8
BAB II PERMASALAHAN	9
2.1. PENGUNGKAPAN PERMASALAHAN	9
2.2. PENDEKATAN TERHADAP PERMASALAHAN	10
2.3. HIPOTESA.....	10
2.4. MAKNA STUDI.....	10
BAB III PEMBAHASAN DAN PENYELESAIAN MASALAH	12
3.1. DEFINISI DAN KLASIFIKASI JASA (“SERVICES”).....	12
3.2. STRATEGI PEMOSISIAN PEMASARAN.....	15
3.3. ANALISA INTERNAL KORPORASI (STRENGTH AND WEAKNESS)	17
3.4. ELEMEN VISI PELAYANAN JASA STRATEGIS.....	19
3.5. ELEMEN-ELEMEN HUBUNGAN ANTARA KEUNTUNGAN, PERTUMBUHAN, KEPUASAN, KESETIAAN, DAN NILAI.....	21

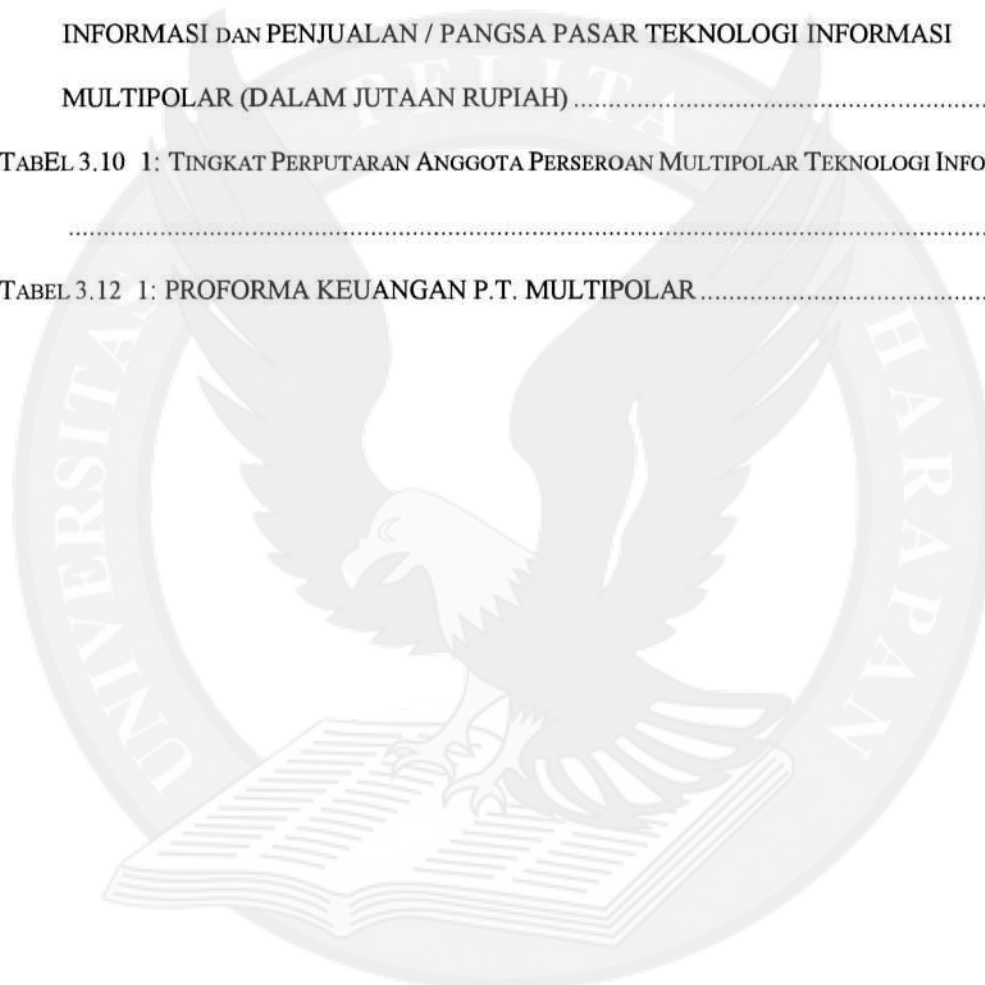
3.6. RINGKASAN ALUR PEMIKIRAN.....	28
3.7. ANALISA LINGKUNGAN BISNIS (BUSINESS ENVIRONMENT ANALYSIS).....	28
3.8. ANALISA INDUSTRI TEKNOLOGI INFORMASI.....	30
3.9. ANALISA PASAR INDUSTRI TEKNOLOGI INFORMASI.....	30
3.9.a. BESARNYA PASAR.....	30
3.9.b. LOKASI.....	34
3.9.c. KECENDERUNGAN PASAR.....	34
3.10. ANALISA INTERN PERUSAHAAN.....	37
3.10.a. SISTEM / TATANAN NILAI (THE VALUES).....	37
3.10.b. SUMBER DAYA (THE RESOURCES).....	38
3.10.c. HAMBATAN-HAMBATAN (THE CONSTRAINTS).....	39
3.10.d. KEKUATAN (THE STRENGTHS).....	41
3.10.e. KELEMAHAN (THE WEAKNESSES).....	41
3.11. ANALISA DAYA SAING (COMPETITIVE ANALYSIS).....	45
3.11.a. SEGMENTASI DAN TARGET PEMASARAN.....	45
3.11.b. PEMOSISIAN PEMASARAN (“POSITIONING”).....	47
3.11.c. STRATEGI OPERASI.....	50
3.12. ANALISA DAN INTERPRETASI DATA.....	52
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
4.1. KESIMPULAN.....	58
4.2. SARAN.....	62
LAMPIRAN.....	66
<i>LAMPIRAN A : STRUKTUR ORGANISASI MULTIPOLAR.....</i>	<i>66</i>
<i>LAMPIRAN B : PRODUK dan JASA YANG DITAWARKAN.....</i>	<i>67</i>
<i>LAMPIRAN C : Daftar Referensi Proyek-proyek Utama.....</i>	<i>71</i>
<i>LAMPIRAN D : Daftar Pelanggan Utama.....</i>	<i>73</i>

<i>LAMPIRAN E : Klasifikasi Jasa Pelayanan dan Dimensinya untuk mendapatkan pemahaman strategi pemasarannya</i>	<i>75</i>
<i>LAMPIRAN F – Gambar Pengembangan Strategi Pemosisian Pemasaran Jasa (Christopher H. Lovelock, “Service Marketing”, 3rd Ed., Gambar 4.1, h. 172).....</i>	<i>76</i>
<i>LAMPIRAN G – Ringkasan Alur Pemikiran</i>	<i>77</i>
<i>LAMPIRAN H – Formulir Survei Kepuasan Pelanggan (Rekomendasi).....</i>	<i>78</i>
<i>LAMPIRAN I – DAFTAR PENGECEKAN / POIN-POIN PENTING UNTUK KEPERLUAN PELAKSANAAN AUDIT KEPADA MANAJEMEN</i>	<i>81</i>
<i>LAMPIRAN J – INSENTIF POLA BAGI HASIL (“PRODUCTIVITY SHARING INCENTIVE”).....</i>	<i>101</i>
DAFTAR PUSTAKA.....	103



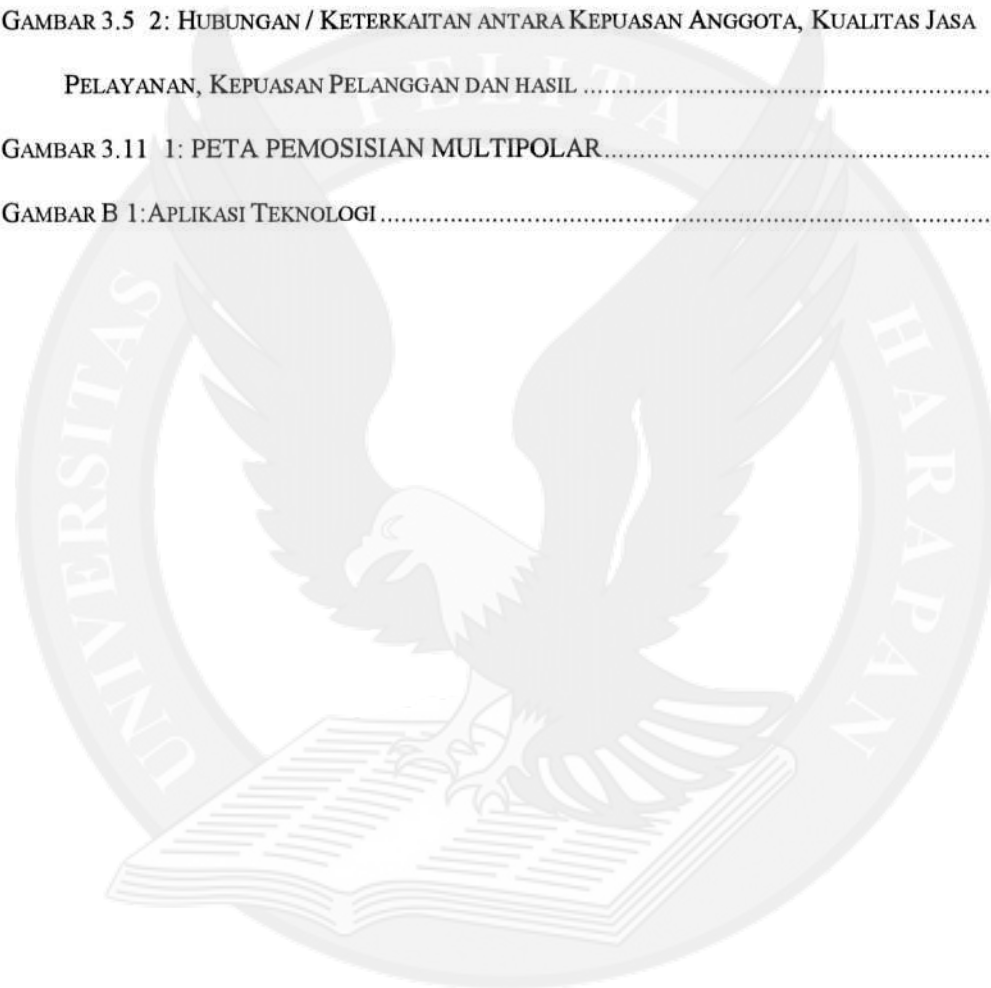
DAFTAR TABEL

TABEL 3.9 1: PENJUALAN PRODUK TEKNOLOGI INFORMASI.....	31
TABEL 3.9 2: PENJUALAN PRODUK TEKNOLOGI INFORMASI MENURUT INDUSTRI...	32
TABEL 3.9 3: ASSET PERBANKAN INDONESIA, TOTAL PANGSA PASAR TEKNOLOGI INFORMASI DI INDUSTRI PERBANKAN, TOTAL PANGSA PASAR TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENJUALAN / PANGSA PASAR TEKNOLOGI INFORMASI MULTIPOLAR (DALAM JUTAAN RUPIAH)	33
TABEL 3.10 1: TINGKAT PERPUTARAN ANGGOTA PERSEROAN MULTIPOLAR TEKNOLOGI INFORMASI	40
TABEL 3.12 1: PROFORMA KEUANGAN P.T. MULTIPOLAR	54



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3.2 1: MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGIS.....	16
GAMBAR 3.3 1: MODEL MANAJEMEN SECARA UMUM	18
GAMBAR 3.4 1: ELEMENT-ELEMEN VISI PELAYANAN JASA STRATEGIS.....	20
GAMBAR 3.5 1: ELEMENT-ELEMEN KETERKAITAN JASA PELAYANAN DAN KEUNTUNGAN	22
GAMBAR 3.5 2: HUBUNGAN / KETERKAITAN ANTARA KEPUASAN ANGGOTA, KUALITAS JASA PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN HASIL	23
GAMBAR 3.11 1: PETA PEMOSISIAN MULTIPOLAR.....	48
GAMBAR B 1: APLIKASI TEKNOLOGI.....	67



P R A K A T A

Thesis ini disusun sebagai kelengkapan akhir dalam penyelesaian studi pada program Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang.

Dalam penulisan thesis ini, penulis menyadari keterbatasan baik pengetahuan, waktu, maupun data / informasi yang diperlukan, sehingga memuat beberapa kekurangan.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan sebagai dasar perbaikan-perbaikan yang selanjutnya mempermudah penulis menerapkan konsep-konsep yang ada dalam pelaksanaan kegiatan sehari-hari guna mengetahui keunggulan atau kekurangan konsep-konsep tersebut, yang kemudian menjadi masukan (input) yang berharga bagi perbaikan dan pembaruan siklus atau proses berkesinambungan.

Selain puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, juga ucapan terima kasih penulis sampaikan pada kesempatan ini kepada :

1. Bapak Amal Abadi Sidarto, Ph.D. selaku pembimbing dan dosen mata kuliah Manajemen Pemasaran.
2. Bapak Salmon B. Wagiu, Ph.D. selaku dosen mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia.

3. Bapak Dr. Michael Elias selaku dosen mata kuliah Manajemen, Manajerial Ekonomi, dan Manajemen Internasional.
4. Seluruh staf dosen pengajar dan karyawan program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan.
5. Orang tua, istri, dan anak-anak saya yang telah mendukung penuh serta memberikan pengertian selama masa perkuliahan.
6. Seluruh anggota perseroan dan manajemen P.T. Multipolar Corporation yang secara langsung ataupun tidak langsung membantu dan memberikan inspirasi, visi dan informasi kepada penulis dalam menyelesaikan thesis ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan thesis ini.

Semoga thesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua, dan tentunya dalam memajukan dan menyukseskan usaha P.T. Multipolar Corporation.

Tangerang, Juli 1998

Penulis



Wellianto Halim

NIM. 1996.0013

ABSTRAK

Saat ini dinamika dan perubahan global terjadi di berbagai bidang bisnis, perekonomian, perindustrian, pendidikan dan pelatihan, maupun lingkungan pemerintahan. Kehidupan, kebudayaan dan peradaban di seluruh dunia mengalami perubahan-perubahan yang drastis yang disebabkan kemajuan-kemajuan teknologi terutama teknologi informasi yang membuat dunia ini menjadi semakin sempit.

P.T. Multipolar Corporation (Multipolar) dalam hal ini mempunyai visi memanfaatkan perubahan-perubahan yang terjadi ini sebagai suatu tantangan dan kesempatan, dengan memfokuskan diri di bidang bisnis jasa yang berbasis teknologi informasi supaya terciptanya pembaharuan bisnis-bisnis dan proses-proses yang ada, maupun penciptaan bisnis-bisnis dan proses-proses baru.

Pengembangan strategi pemasaran baru dan dinamis, sistem penggajian dan imbal jasa / incentive yang “innovative”, serta etos kerja di segala lapisan anggota perseroan akan menciptakan suatu suasana lingkungan kerja yang dinamis, kemampuan dan kesetiaan para anggotanya dalam melayani pelanggannya dengan baik, meningkatkan kemampuan perseroan dalam mempertahankan kesetiaan pelanggannya, yang berdampak memberikan hasil semaksimal mungkin baik dari segi mutu, nilai, dan kekayaan. Hasil ini merupakan kekuatan untuk tetap bertahan hidup di dalam kompetisi yang dinamis yang membuka pintu kesuksesan Multipolar dengan memposisikan diri menjadi pemimpin dan supremasi dalam bidang pelayanan dan penyediaan jasa yang berbasis teknologi informasi yang unggul dalam kompetisi yang dihadapi.