



MERCU BUANA

**ANALISA PELUANG PASAR UNTUK
PENGEMBANGAN JASA
*ONLINE RECRUITMENT SERVICE***

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

Oleh
YOGA PRIMADANI

5510412-031

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

Judul : **Analisa Peluang Pasar Untuk Pengembangan Jasa
Online Recruitment Service**

Nama : **Yoga Primadani**

NIM : **5510412-031**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

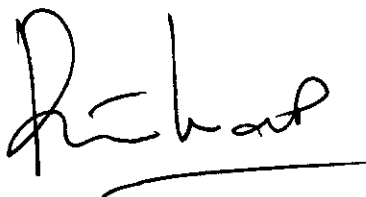
Tanggal : **November 2006**

Mengesahkan

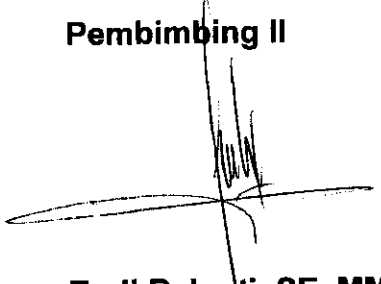
Ketua Program Magister Manajemen


Dr.Ir. Mustika S. Purwanegara, MSC

Pembimbing Utama


Dr.Ir.Mustika S. Purwanegara, MSC

Pembimbing II


Endi Rekarti, SE, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisa Peluang Pasar Untuk Pengembangan Jasa Online Recruitment Service**

Nama : Yoga Primadani

NIM : 5510412-031

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelas ke sarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya,

Jakarta, 10 November 2006


Yoga Primadani, STP

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb

Puji dan syukur Alhamdulillah kami panjatkan atas rahmat, hidayah dan karunia Allah SWT, sebab atas karunia dan hidayah-Nya lah maka pendidikan kami di Program Magister Manajemen ini dapat kami selesaikan dengan baik. Tidak lupa kami ucapkan begitu banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuannya.

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada :

1. Mama dan Papa yang tidak pernah putus memberikan doa, dukungan moril, materil dan spirituil kepada kami. Gelar ini kami persembahkan untuk kedua orang tua kami ini yang telah banyak berkorban dalam mendidik kami hingga saat ini.
2. Istriku tercinta, Ika yang telah memberikan cinta, kasih sayang dan dukungannya baik siang maupun malam.
3. Ibu Dr.Ir.Mustika S. Purwanegara, MSC yang tidak pernah lelah memberikan bimbingan dalam penyelesaian tugas akhir ini hingga mendampingi kami dalam sidang kelulusan.
4. Bapak Endi Rekarti, SE, MM yang memberikan bantuan dalam menyelesaikan analisa data melalui SPSS.
5. Bapak Prof. DR. Noor fuad, MBA yang telah menguji karya akhir kami ini.
6. Rekan-rekan di angkatan V kelas Meruya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, namun tanpa mereka tidak ada motivasi saya untuk menulis karya akhis ini.
7. Adit dan Nita, adekku.. terima kasih yah
8. Mbak Endi, Mas Tomo dan Putri yang juga nggak lupa selalu mendukung
9. Serta seluruh saudara, sanak famili yang selalu memberikan dorongan moril kepada kami.

Jakarta, 10 November 2006
Penulis

Yoga Primadani, STP

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Maksud	6
1.4 Tujuan	6
1.5 Manfaat dan Kegunaan	7
1.6 Pembatasan	7
1.7 Sistematika Penulisan	7

BAB II. KAJIAN PUSTAKAN dan KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 E-Business	9
2.1.2 Peluang Pasar	13
2.1.2.1 Mengumpulkan Informasi dan Mengukur Pasar	13
2.1.2.2 Mencari Peluang di Lingkungan Pemasar	16
2.1.2.3 Menganalisa Pasar Konsumen dan Perilaku Pembeli	17
2.1.2.4 Menganalisa Pasar Bisnis dan Perilaku Pembelian Bisnis	19

2.1.2.5 Menganalisa Persaingan yang Dihadapi	20
2.1.2.6 Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Memilih Pasar	21
2.2 Kerangka Pemikiran	23

BAB III. OBJEK DAN METODA

3.1 Objek	24
3.2 Metoda Penelitian	25
3.3 Operational Variabel	26
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.5 Analisa Data	29

BAB IV. HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Industri	30
4.2 Profil Responden	31
4.3 Pengukuran Peluang Pasar	33
4.4 Harapan	38
4.5 Persepsi Konsumen	40
4.5.1 Multidimensional Scalling (MDS)	40
4.5.2 Multiatribut Fishbein	44
4.5.3 Diagram Ular	47
4.6 Posisi Persaingan di Mata Konsumen	48

BAB V. KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

3-1 Operational Variabel	25
4-1 Tabel Statistik Tenaga Kerja Indonesia tahun 2005	32
4-2 Statistik Tenaga Kerja yang Bekerja pada Beberapa Industri	32
4-3 Statistik Tenaga Kerja Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	33
4-4 Statistik Tenaga Kerja Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Kelamin	33
4-5 Statistik Tenaga Kerja yang Belum Bekerja berdasar Pendidikan	34
4-6 Statistik Tenaga Kerja yang Belum Bekerja berdasar Usia	34
4-7 Statistik Pertumbuhan Pengguna dan Pelanggan Internet	35
4-8 Harapan Konsumen terhadap Jasa ORS	37
4-9 Rata-rata nilai Persepsi untuk 4 Jasa ORS	39
4-10 Analisa Multiatribut Fishbein	43

DAFTAR GAMBAR

1-1 Grafik Pertumbuhan Tenaga Kerja di Indonesia 2001 s/d 2005 ...	1
1-2 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	3
1-3 Grafik Pengunjung situs HotJobs	4
1-4 Grafik Pengunjung situs JobsDB	5
2-1 Hierarki kebutuhan Maslow	17
4-1 Profil Jenis Kelamin Responden	29
4-2 Profil Usia Responden	30
4-3 Profil Pengalaman Kerja Responden	30
4-4 Profil Latar Pendidikan Responden	30
4-5 Profil Pendapatan Responden	31
4-6 Perceptual Map 4 Jasa ORS di Indonesia	40
4-7 Diagram Ular	44
4-8 Five Forces ORS	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Design Survei

Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Survei

Lampiran 3. Output SPSS

