

**ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM USAHA BIDANG
TEKNOLOGI INFORMASI
(Studi kasus PT AMTP, Jakarta)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

NAMA : RETNO ISTIATI

NIM : 4310412-124



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2006

**ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM USAHA BIDANG
TEKNOLOGI INFORMASI
(Studi kasus PT AMTP, Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

NAMA : RETNO ISTIATI
NIM : 4310412-124



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

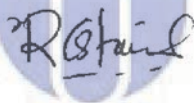
2006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RETNO ISTIATI
NIM : 4310412 – 124
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM
USAHA BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI
(Study Kasus PT AMTP, Jakarta)
Tanggal Ujian Skripsi : 16 Oktober 2006

Disahkan Oleh :

Pembimbing



Rina Astini, SE, MM

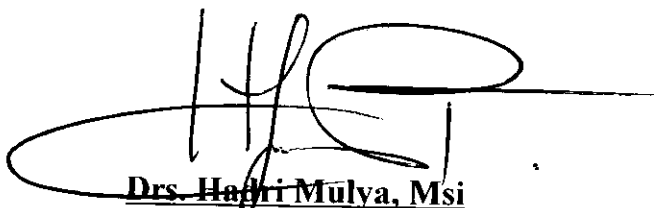
Tanggal : 18/11 '06

MERCU BUANA

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Hadri Mulya, Msi
Tanggal :



Tafiprios, SE, MM
Tanggal : 18/11 '06

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang merupakan persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen, pada Fakultas Ekonomi Mercu Buana, Jakarta.

Tulisan ini penulis persembahkan kepada suami tercinta Ngadiyono, dan Bunga anakku beserta Ibunda tercinta yang telah menjadikan penyemangat selama pengerjaan tugas akhir ini. Tak lupa penulis sampaikan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya atas segala bantuan berupa materil, moril, doa dan segala kemudahan kepada :

1. Bapak Drs. Hadri Mulya, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Mercu Buana
2. Ibu Rina Astini, SE, MM Selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, perhatian, pikiran serta mendukung dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
3. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff TU UMB yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan menambah cakrawala berpikir penulis.
4. Rekan-rekan seperjuangan Angkatan VI Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana, Jakarta yang telah bersama-sama melewati masa suka dan duka selama perkuliahan.
5. Bapak Rudy Antono, yang telah memberikan bimbingan dan dorongan pada saat penulis menyelesaikan materi kuliah

6. Ibu Arnitha, yang telah memberikan izin waktu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan kesempatan kepada penulis serta kepada teman-teman yang telah membantu memberikan questioner yang sangat membantu penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, karena adanya keterbatasan, kemampuan dan pengetahuan penulis, tugas akhir ini masih jauh jauh dari kesempurnaan. Namun demikian penulis berharap agar karya tulis ini, bermanfaat bagi perkembangan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta, serta PT AMTP.



Jakarta, Oktober 2006

Retno Istiati

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II	
LANDASAN TEORI	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Konsep Pemasaran	9
C. Strategi Pemasaran	11
D. Bauran Pemasaran.....	15
E. Analisis Lingkungan Perusahaan	19
F. Matriks Internal & Eksternal	22
G. Analisis SWOT	23
H. Pengertian E-Procurement	29
I. Implementasi Strategi	31
J. Kerangka Berpikir	32

BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Gambaran Singkat Perusahaan.....	33
1. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	34
2. Struktur Organisasi	36
B. Aktivitas Perusahaan	40
1. Aktivitas Tender	40
2. Produk & Layanan	46
C. Metode Penelitian	47
D. Jenis dan Sumber Data	48
E. Teknik Pengambilan Data	49
F. Analisis Data.....	49
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Analisa Lingkungan IFE-EFE.....	54
Upaya Strategi Bersaing PT. AMTP.....	59
B. Matriks SWOT.....	64
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	71
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi

DAFTAR TABEL

Halaman

Matriks SWOT	25
Pembobotan Variabel Internal-Eksternal	50
Penentuan Peringkat Faktor Internal.....	51
Penentuan Peringkat Faktor Eksternal	52
Analisis Faktor Internal.....	56
Analisis Faktor Eksternal	57



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Lingkungan Bisnis Perusahaan	21
2. Matriks SPACE	27
3. Tipikal Alir Dalam EDI Berbasis Internet.....	31
4. Diagram Alur Penelitian Strategi Bersaing	32
5. Struktur Organisasi PT. AMTP	36
6. Matriks SPACE Posisi Perusahaan.....	58
7. Matriks SWOT untuk Faktor Internal & Eksternal.....	62

