

**STRATEGIC MARKETING PLAN PADA APLIKASI WEB
ACCESS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN
PELAYANAN NASABAH , STUDI KASUS PADA
PT. TUGU PRATAMA INDONESIA DIVISI SYARIAH**

T E S I S



OLEH :

**AHADDIN NOEKMAN
55108120113**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011**

PENGESAHAN

Judul : Strategic Marketing Plan Pada Aplikasi Web Access Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pelayanan Nasabah, Studi Kasus Pada PT. Tugu Pratama Indonesia Divisi Syariah

Bentuk Karya Akhir : Strategi

Nama : Ahaddin Noekman

NIM : 55108120113

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 11 Agustus 2011

Mengesahkan :

Ketua Program Studi Magister Manajemen  Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS

Prof. Dr. Didik J Rachbini

Pembimbing Utama

Dr. Adi Nurmahdi, MBA

PERNYATAAN

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

Judul : Strategic Marketing Plan Pada Aplikasi Web Access Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pelayanan Nasabah, Studi Kasus Pada PT. Tugu Pratama Indonesia Divisi Syariah

Bentuk Karya Akhir : Strategi

Nama : Ahaddin Noekman

NIM : 55108120113

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 11 Agustus 2011

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

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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, 11 Agustus 2011

Ahaddin Noekman

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas karunia rahmat dan kehendakNya tesisi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya guna memenuhi sebahagian dari persyaratan dalam perolehan gelar Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Mercu Buana, Jakarta dengan judul “Strategi Marketing Plan Pada Aplikasi Web Access Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Dan Penjualan, Studi Kasus Pada PT. Tugu Pratama Indonesia Divisi Syariah”

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga dan penghargaan yang tulus kepada Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikan karya akhir ini. Ucapan terima kasih turut penulis sampaikan yang sedalam-dalamnya kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip MS dan Bapak Prof. Dr. Didik J Rachbini selaku Ketua Ujian sidang dan Dosen Penguji yang telah menguji dan memberikan petunjuk serta saran demi penyempurnaan tesis ini yang penulis sadari masih jauh dari kesempurnaan.

Penulis menghaturkan ungkapan terima kasih kepada seluruh tenaga pengajar dan staf penunjang Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungannya baik moral maupun material dalam proses penyusunan tesis ini, termasuk almarhum ayahanda tercinta yang menjadi motivasi utama dalam peningkatan pendidikan yang diharapkan semasa hidupnya kepada penulis, juga kepada Ibunda Hj. Maryam Noekman, Ibu Mertua Hj. Susie Suzana, Istri tercinta Fifi Triana Sari, ketiga anak-anakku (Nida Thahirah Sari, Ihsan Ramadhan, Najwa Khairunnisa Sari) atas dukungan dan do'a yang diberikan.

Kepada seluruh manajemen dan seluruh pekerja dan mitra kerja yang telah bersedia membantu baik moril maupun materil

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan waktu dan penyajian serta kelemahan penulis, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan

Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak pihak yang membutuhkan demi penelitian yang lebih sempurna



Jakarta, 11 Agustus 2011

Ahaddin Noekman

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT.....	i
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	4
Identifikasi Masalah.....	5
Maksud dan Tujuan.....	5
Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir	5
Manfaat Karya Akhir	5
Kegunaan Karya Akhir	6

II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

Sejarah Perusahaan.....	7
Lingkup Bidang Usaha.....	10
Sumber Daya.....	14
Sumber Daya Manusia	14
Teknologi	20
Bangunan dan Sarana Pendukung.....	22

Tantangan Bisnis	22
Proses Bisnis	23

III. KONSEP STRATEGI

Tinjauan Konsep Strategi	29
Konsep Strategic Marketing Plan.....	32
Konsep Penjualan.....	36
Konsep Pelayanan	40
Konsep Web Access.....	41

IV. PENDEKATAN PERENCANAAN/EVALUASI STRATEGI

Pengumpulan Informasi	43
Pendekatan Perencanaan Strategis	44
Analisis Industri dan Perusahaan	44
Analisis Lingkungan Eksternal (Analisis Peluang dan Ancaman)	45
Analisis Lingkungan Internal (Analisis Kekuatan dan Kelemahan)..	46
Analisis Pasar	47
Analisis Persaingan dan Strategi Perusahaan.....	48

V. ANALISA DATA

Proses Identifikasi dan Analisis Stakeholder	51
Analisa Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	57
Analisa Persaingan	61
Ancaman Pendetang Baru	61

Kekuatan Tawar Menawar Supplier.....	65
Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	65
Ancaman dari Produk Pengganti.....	66
Persaingan antar Perusahaan dalam Lingkup Usaha yang sejenis	66
Analisa Lingkungan Internal Perusahaan.....	67
Resources	68
Capability	72
Core Competency.....	74
VI. RENCANA STRATEGI	
Rancangan Strategi Fungsional.....	77
Program Fungsional	81
Perencanaan dan Pengendalian Strategi Fungsional	84
Rencana Bisnis.....	93
VII. REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN	
Kesimpulan Hasil Penelitian	100
Rekomendasi Bagi Manajemen.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Struktur Organisasi	19
Work of flow pada fungsi marketing	24
Work of flow pada fungsi underwriting	25
Work of flow pada fungsi klaim	26
Work of flow pada fungsi Reinsurance.....	27
Work of flow pada fungsi keuangan dan akuntansi	28



DAFTAR TABEL

	Halaman
Struktur Organisasi	19
Statistik Perolehan Premi 2000-2011	52
Pendapatan Premi	53
Daftar Perusahaan Terbaik di Indonesia	61
Kapabilitas PT. Tugu Pratama Indonesia	72
Analisa SWOT	85
Kuesioner	91
Busines Plan	96
Pengaruh Aplikasi Web Pada PT. Tugu Pratama Indonesia	97



UNIVERSITAS
MERCU BUANA