

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. LATAR BELAKANG .....	1
1.2. RUMUSAN PERMASALAHAN .....	4
1.3. TUJUAN PENELITIAN .....	5
1.4. MANFAAT PENELITIAN .....	6
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 PERENCANAAN DAN KONSEP BISNIS .....	8
2.1.1. Perencanaan Bisnis .....	9
2.1.2. Konsep Bisnis.....	13
2.2. MANAJEMEN .....	15
2.2.1. Manajemen Startegis.....	15
2.2.2. Model Manajemen Strategis.....	18
2.2.3. Sistem Pengendalian Manajemen.....	19
2.2.3.1. Fungsi Pengendalian Manajemen.....	20
2.2.3.2. Pengendalian.....	21
2.2.3.3. Proses Pengendalian Manajemen.....	22

<b>2.3. PEMASARAN .....</b>	<b>24</b>
2.3.1. Definisi Pemasaran .....	24
2.3.2. Perencanaan Program Pemasaran Terintegrasi.....	25
2.3.3. Pemasaran Sektor Jasa .....	27
2.3.4. Segmentasi .....	29
2.3.5. Diferensiasi dan Positioning.....	30
2.3.6. Perumusan Tujuan Startegis.....	31
2.3.7. Strategi pengembangan dan Proses Produk Baru.....	34
<b>2.4. USAHA SEKTOR JASA.....</b>	<b>35</b>
2.4.1. Karakteristik Kualitas Jasa.....	36
2.4.2. Jasa sebagai proses.....	40
2.4.3 Daur Hidup dan Inovasi Jasa.....	41
<b>2.5. METODE ANALISIS DAN EVALUASI.....</b>	<b>42</b>
2.5.1. Analisa SWOT.....	44
2.5.2. Evaluasi faktor Eksternal (EFE).....	46
2.5.3. Evaluasi faktor Internal (EFI).....	47
2.5.4. Peramalan.....	47
<b>2.6. PENGUKURAN KUALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN</b>	<b>48</b>
<b>2.7.ANALISIS DENGAN MENGGUNAKAN MATRIKS TOWS.....</b>	<b>50</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	52
3.2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	54
3.3. PENGUMPULAN INFORMASI DAN DATA .....	58
3.4. PENYUSUNAN KUISONER.....	58
3.5. ANALISA DAN PENGUJIAN DATA.....	62
3.5.1. Uji Validitas .....	62
3.5.2. Peramalan ( <i>forecasting</i> ) .....	63
3.5.3. Metode <i>Importance Performance Analysis</i> .....	63
3.5.4. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction Index</i> ) .....	67

<b>BAB IV PROFIL OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
4.1. Gambaran Umum Konsep Usaha.....	69
4.2. Sejarah singkat PT.Visual System Multimedia.....	70
4.3. Profil Lembaga Pengembangan dan Konsultasi Nasional (LPKN)..	72
4.3.1. Sejarah berdirinya LPKN .....	73
4.3.2. Visi dan Misi .....	75
4.3.3. Sumber Daya Manusia dan Struktur Organisasi .....	76
4.3.4. Bidang dan produk Usaha .....	80
4.4. Potensi Pasar Usaha LPKN.....	87
4.4.1. Potensi Pasar Badan Usaha Swasta.....	88
4.4.2. Potensi Pasar Sektor Pemerintahan.....	90
4.5. Strategi Pemasaran .....	97
4.5.1. Segmentasi Pasar.....	99
4.5.2. Positioning.....	100
4.5.3. Target Pemasaran .....	101
4.5.4. Alat-alat Pemasaran (marketing tools).....	102
4.5.5. Sistem dan Prosedur Pemasaran Marketing.....	103
4.5.6. Produk Unggulan .....	106
4.6. Strategi Pelayanan Pelanggan .....	111
4.6.1. Kecepatan dan Kualitas merespon kebutuhan informasi...	111
4.6.2. Jenis-jenis Pelayanan dalam kegiatan pelatihan .....	111
4.6.3. Strategi Pelayanan Purnajual .....	112
 <b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>113</b>
5.1. Analisa Pemasaran.....	114
5.1.1 Perkembangan Usaha.....	114
5.1.2 Strategi Pemasaran .....	117
5.1.3 Peramalan Pemasaran (Forecasting) .....	126
5.2. Analisa produk .....	134
5.2.1 Pengembangan produk .....	134

5.2.2	Analisa aspek kepuasan pelanggan.....	141
5.2.3	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kesenjangan (GAP)...	144
5.3.	Analisa Lingkungan Usaha .....	150
5.3.1	Analisa Lingkungan Internal.....	150
5.3.2	Analisa lingkungan Eksternal.....	151
5.3.3	Analisis dengan menggunakan Matriks TOWS .....	151
5.4.	Penilaian Tingkat kepentingan dan Tingkat Kinerja terhadap Atribut Kualitas Jasa Pelatihan di LPKN.....	155
5.5.	Penilaian tingkat Kesesuaian Atribut Kualitas Jasa .....	157
5.5.1	Dimensi Tangible .....	159
5.5.2	Dimensi reliability.....	160
5.5.3	Dimensi responsiveness.....	161
5.5.4	Dimensi assurance .....	162
5.5.5	Dimensi empathy .....	163
5.6.	Analisis Importance Performance Analysis .....	164
5.6.1	Kuadran A (Prioritas Utama).....	165
5.6.2	Kuadran B (pertahankan prestasi) .....	166
5.6.3	Kuadran C (prioritas Rendah).....	167
5.6.4	Kuadran D (Berlebihan).....	168
5.7.	Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	169
5.8.	Pengukuran, Analisis, dan perbandingan Kualitas Jasa .....	171
5.8.1	Penilaian Terhadap Kualitas Narasumber .....	173
5.8.2	Penilaian terhadap kualitas materi dan modul.....	176
5.8.3	Penilaian kualitas pelayanan panitia .....	179
5.8.4	Kualitas Terhadap Tempat Kegiatan .....	182
5.8.5	Tingkat Kualitas Jasa Pelatihan di LPKN .....	185
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>187</b>
6.1.	Kesimpulan.....	187
6.2.	Saran .....	188

## DAFTAR TABEL

2.1. Posisi Sektor Jasa Terhadap Perekonomian Dunia .....	35
3.1. Nilai tingkat Kepentingan dan Kinerja .....	64
3.2. Kriteria Index Kepuasan .....	68
4.1. Jumlah Karyawan LPKN.....	76
4.2. Sumber Daya Pendukung LPKN.....	78
4.3. Jumlah Produk Kegiatan.....	81
4.4. Jumlah Perusahaan Konstruksi menurut Provinsi, 2005 – 2008.....	89
4.5. Perkembangan PNS, Tahun 2005 – 2009.....	92
4.6. Jumlah PNS menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....	93
4.7. Jumlah Provinsi, Kabupaten /Kota.....	94
4.8. Simulasi Pencapaian Target Marketing .....	105
4.9. Data Peserta Ujian Sertifikasi Barang/Jasa di LPKN tahun 2005.....	107
4.10. Data Peserta Ujian Sertifikasi Barang/Jasa di LPKN tahun 2006.....	107
4.11. Data Peserta Ujian Sertifikasi Barang/Jasa di LPKN tahun 2007.....	108
4.12. Data Peserta Ujian Sertifikasi Barang/Jasa di LPKN tahun 2008.....	108
4.13. Data Peserta Ujian Sertifikasi Barang/Jasa di LPKN tahun 2009.....	109
4.14. Data Peserta Ujian Sertifikasi Barang/Jasa di LPKN tahun 2010.....	109
4.15. Rekapitulasi Data Prosentase Tingkat Kelulusan 2005-2010.....	110
5.1. Target Jumlah Peserta Pertahun, 2005 – 2010.....	115
5.2. Realisasi Jumlah Peserta Kurun Waktu 2005 – 2009.....	116
5.3. Perbandingan Target dan Realisasi Peserta Tahun 2005 – 2009.....	117

5.4.	Jumlah Peserta Pelatihan Reguler, 2005 -2009.....	120
5.5.	Sumber Informasi Kegiatan di LPKN.....	125
5.6.	Data Jumlah Peserta Pelatihan, 2008 – 2009 .....	127
5.7.	Aktual Peserta Tahun 2008 dan 2 MA .....	128
5.8.	Data Tahun 2009 dengan Variabel Independen Waktu (X) .....	131
5.9.	Peramalan Jumlah Peserta Tahun 2010.....	132
5.10.	Indeks Musim, dengan Data Tahun 2009.....	133
5.11.	Indikator Penilaian Produk Jasa LPKN.....	136
5.12.	Jumlah Kegiatan Pelatihan Berdasarkan Jenis.....	140
5.13.	Sepuluh Atribut Tertinggi Berdasarkan Rata-rata Kepentingan.....	155
5.14.	Sepuluh Atribut Tertinggi Berdasarkan Rata-rata Kinerja.....	156
5.15.	Tingkat Kesesuaian Atribut (Dimensi Tangible).....	160
5.16.	Tingkat Kesesuaian Atribut (Dimensi Reliability) .....	161
5.17.	Tingkat Kesesuaian Atribut (Dimensi Responsiveness) .....	162
5.18.	Tingkat Kesesuaian Atribut (Dimensi Assurance).....	163
5.10.	Tingkat Kesesuaian Atribut (Dimensi Empathy).....	164
5.11.	Hasil Pengukuran Kualitas Jasa terhadap 4 Indikator....	179

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Tingkatan Manajemen Strategi.....	9
2.2. Model Bisnis .....	13
2.3. Keempat Elemen Dasar dari Sistem Pengendalian .....	22
2.4. Kerangka Pemikiran .....	32
2.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perumusan Tujuan.....	33
2.6. Karakteristik Jasa.....	38
2.7. Siklus Hidup Produk Jasa.....	42
2.8. Diagram Analisi SWOT.....	45
2.9. Diagram Proses Pengambilan Keputusan Strategis.....	46
2.10. Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan.....	49
3.1. Siklus Kegiatan pada Objek Penelitian.....	53
3.2. Kerangka Dasar Pemikiran .....	57
3.3. Diagram Kartesius .....	65
4.1. Struktur Kerja Perusahaan.....	71
4.2. Diagram Perencanaan Strategis LPKN.....	74
4.3. Struktur Organisasi LPKN .....	77
4.4. Perkembangan Jumlah Produk.....	82
4.5. Grafik Perkembangan PNS, Tahun 2005 – 2009.....	92
4.6. Target Pemasaran LPKN, Tahun 2005 – 2009 .....	102
4.7. Proses Pemasaran Marketing.....	105
4.8. Rekapitulasi Data Prosentase Tingkat Kelulusan 2005-2010.....	110

5.1. Grafik Perbandingan Target dan Realisasi Peserta, 2005 – 2009.....	119
5.2. Grafik Jumlah Peserta Pelatihan Regular, 2005 – 2009.....	121
5.3. Grafik Jumlah Peserta Pelatihan Regular, 2005 – 2009.....	126
5.4. Grafik Perbandingan Peramalan Jumlah Peserta Tahun 2009.....	129
5.5. Grafik Peramalan Jumlah Peserta Tahun 2010.....	130
5.6. Strategi Produksi.....	137
5.7. Faktor Eksternal yang mempengaruhi Produk LPKN.....	138
5.8. Diagram Perkembangan Jumlah Produk (Tema Kegiatan).....	139
5.9. Diagram Segitiga Pemasaran Jasa.....	141
5.10. Diagram Proses Kepuasan Pelanggan.....	142
5.11. Model Kesenjangan pada Kualitas Pelayanan.....	143
5.12. Diagram Kualitas Servis dalam Peningkatan Profit.....	149
5.13. Matrik TOWS.....	152
5.14. Diagram Kartesius.....	164

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1	: Tampilan Website LPKN .....	189
2. Lampiran 2	: Produk Pelatihan LPKN .....	193
3. Lampiran 3	: Aktivitas Kegiatan Pelatihan di LPKN .....	195
4. Lampiran 4	: Kuisisioner Tipe A .....	201
5. Lampiran 5	: Kuisisioner Tipe B .....	204
6. Lampiran 6	: Kuisisioner Tipe C .....	207
7. Lampiran 7	: Diagram SOP LPKN .....	210
8. Lampiran 8	: Contoh Brosur LPKN.....	214
9. Lampiran 9	: Nilai Korelasi Uji Validitas Kuisisioner Tipe B .....	215
10. Lampiran 10	: Skor Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja ....	217
11. Lampiran 11	: Tingkat Kesesuaian dan Peringkat Keseluruhan .....	221
12. Lampiran 12	: Nilai Hasil Tabulasi Kuisisioner Tipe C .....	223
13. Lampiran 13	: Contoh Pengumuman Hasil Ujian Ahli Pengadaan ...	223