



ABSTRAK TESIS

Nomor Mahasiswa : 2007011707

Nama Mahasiswa : Sidik Hartawan

Program/Angkatan : MME / 42

Judul Tesis : Strategi Pemasaran Jasa Pembiayaan Kendaraan Bermotor Roda Dua PT. Parafinance di Wilayah DKI Jakarta tahun 2012 – 2014

Tahun Kelulusan : 2013

Abstrak :

Tujuan penulisan tesis ini adalah untuk memperbaiki strategi pemasaran jasa pembiayaan kendaraan bermotor roda dua PT. Parafinance Wilayah DKI Jakarta tahun 2012 – 2014 guna meningkatkan pangsa pasar serta meminimalisasi Non Performance Loan (NPL) perusahaan pada industri jasa pembiayaan. Dimulai tahap analisa lingkungan eksternal dan internal sebagai masukan guna melakukan formulasi strategi untuk selanjutnya melakukan pemilihan strategi hingga ke tahap implementasi.

Lingkungan eksternal perusahaan melahirkan berbagai peluang dan ancaman, konsekuensi tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan. TOWS Matrik mengkaitkan faktor-faktor internal perusahaan pendukung Key Success Factors pemasaran terhadap lingkungan eksternal. 4 (empat) alternatif strategi yang dihasilkan yaitu SO, ST, WO dan WT strategi. Key Success Factors pemasaran di Industri pembiayaan yaitu : Kehati-hatian, Kecepatan, Kemudahan, Kepuasan dan Network. Melalui “Analisa Keputusan” terpilih kebijakan marketing jangka pendek yaitu mereduksi kerugian (WO), sedangkan jangka menengah hingga panjang adalah menggarap dan memilah target pelanggan di pasar yang sudah ada serta memasuki pasar baru yang lebih aman dan memiliki potensi laba (SO).