

ABSTRAK
ANALISIS PENERAPAN REKAYASA ULANG PROSES BISNIS DALAM
BIDANG PEMASARAN

Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia Yogyakarta

Fransiska Ika Parwanti
Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2000

Tujuan penelitian untuk mengetahui kelayakan PT. Pos Indonesia Yogyakarta dalam menerapkan Rekayasa Ulang Proses Bisnis Dalam Bidang Pemasaran. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Teknik analisis data berbentuk deskriptif analisis yaitu menguraikan data secara detail berdasarkan obyektivitas data dan menghubungkan berbagai pendapat ahli. Cara yang dilakukan adalah membandingkan kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk dapat menerapkan rekayasa Ulang Proses Bisnis Dalam Bidang Pemasaran yaitu Komitmen Manajer Pemasaran, Kemampuan memahami kebutuhan pelanggan secara detail, Potensi bidang Pemasaran dan Pelayanan, Peran Teknologi Informasi serta Pemasaran Internal dan Budaya Perusahaan dengan kriteria-kriteria hasil perolehan data dari perusahaan tentang potensi perusahaan untuk dapat menerapkan Rekayasa Ulang. Kesimpulan layak menerapkan Rekayasa Ulang Proses Bisnis Dalam Bidang Pemasaran jika semua kriteria-kriteria yang harus dipenuhi dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia Yogyakarta belum layak menerapkan Rekayasa Ulang Proses Bisnis Dalam Bidang Pemasaran karena tidak semua kriteria-kriteria dapat dipenuhi. PT. Pos Indonesia layak menerapkan Rekayasa Ulang jika semua kriteria-kriteria untuk dapat menerapkan Rekayasa Ulang dapat dipenuhi di masa yang akan datang.

ABSTRACT
ANALYSIS OF THE APPLICATION OF BUSINESS PROCESS
REENGINEERING IN MARKETING
Case Study at PT Pos Indonesia Yogyakarta

Fransiska Ika Parwanti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2000

The aim of this research is to know the appropriateness of PT Pos Indonesia Yogyakarta in applying business process reengineering in marketing. This research is a case study. Data collecting technique used were interview, questionnaire and documentary study.

Data analyzing technique used was descriptive analysis, i.e. to analyze the data in detail based on the objectivity of the data, and to relate them with the theories of some experts. The writer compared the criteria which had to be fulfilled by the company to be able to apply business process reengineering in marketing, (namely: commitment of marketing manager, ability of appreciating customer needs in detail, potential of marketing and service sectors, role of information technology, internal marketing and corporate culture), with the criteria obtained by the company from the data of its potentials to be able to apply reengineering. There will be conclusion to be appropriate to apply business process reengineering in marketing, if all criteria to be fulfilled by the company are fulfilled by the company.

The finding is : PT Pos Indonesia Yogyakarta has not been appropriate yet to apply bussiness process reengineering in marketing, because not all criteria can be fulfilled.