

ABSTRAK

Ketidak pastian dan dinamika dalam organisasi khususnya terkait dengan perubahan lingkungan bisnis dan tingkat persaingan, menuntut adanya pembaharuan strategi sehingga organisasi itu mampu memiliki daya saing atau keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sejalan dengan itu, maka keberadaan strategi pemasaran yang berbasis pada pendekatan kapabilitas menjadi salah satu upaya dalam menghadapi kondisi tersebut. Kapabilitas pemasaran dinamis merupakan konsep penting dalam manajemen pemasaran yang mampu menghasilkan keberlanjutan keunggulan bersaing yang pada akhirnya akan tercapai kinerja perusahaan yang unggul dan menjadi organisasi yang superior di kelasnya. Meskipun sebagaikonsep penting dalam ilmu manajemen pemasaran, sampai dengan saat ini penelitian terkait dengan kapabilitas pemasaran dinamis masih sebatas membahas kerangka konsep dan pengaruhnya terhadap pengembangan produk namun masih sedikit penelitian yang membahas mengenai implikasinya terhadap indikator strategis perusahaan.

Menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan studi kasus pada PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) sebagai *single case study* melalui tinjauan literatur dan pembuktian empiris untuk membuktikan, memperdalam dan memperluas hasil penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi, mensintesa, dan menguraikan, keterkaitan antara konsep kapabilitas pemasaran dinamis dan keberlanjutan keunggulan bersaing dengan berfokus pada pendekatan sumber daya, kapabilitas dan proses yang dimiliki organisasi. Kedua penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan proses pengembangan dan implikasi serta peranan kapabilitas pemasaran dinamis terhadap keberlanjutan keunggulan bersaing. Diharapkan proposisi-proposisi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya, bermanfaat bagi pelaku manajemen dalam mengambil keputusan strategik, dan bagi akademis dalam pengembangan keilmuan.

Kata kunci: Resource-Based View, kapabilitas dinamis, kapabilitas pemasaran dinamis, keberlanjutan keunggulan bersaing, PT.Pelindo III (Persero).

Mengetahui,
Promotor

Dr. Indrianawati Usman, SE, M.Sc.
NIP. 19610819 198701200

ABSTRACT

Uncertainty and dynamics in organizations, especially related to changes in the business environment and the level of competition, require a renewal of strategy so that the organization is able to have a competitive edge or sustainable competitive advantage. In line with that, the existence of a marketing strategy based on the capability approach is one of the efforts in dealing with these conditions. Dynamic marketing capability is an important concept in marketing management that is able to produce sustainable competitive advantage that will ultimately achieve superior company performance and become a superior organization in its class. Although as an important concept in the science of marketing management, to date research related to dynamic marketing capabilities is still limited to discussing the conceptual framework and its effects on product development, but there is still a view research that addresses the implications of the company's strategic indicators.

Using at PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) as a single case study, this qualitative methods through literature review and empirical evidence to prove, deepen and expand research results. The purpose of this research is to explore, synthesize, and describe the relationship between the concept of dynamic marketing capabilities and the sustainability of competitive advantage by focusing on the organization's resources, capabilities and processes approach. Both of these studies aim to show the process of development and the implications and role of dynamic marketing capabilities on the sustainability of competitive advantage. It is hoped that the propositions produced can be used as a reference for further research, useful for management in making strategic decisions, and for academics in scientific development.

Keywords: Resource-Based View, dynamic capabilities, dynamic marketing capabilities, sustainability of competitive advantage, PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero).

Acknowledge,
Promotor

Dr. Indrianawati Usman, SE, M.Sc.
NIP. 19610819 198701200