

BAB II

BIOGRAFI HERMAWAN KARTAJAYA

A. Profil Hermawan Kartajaya

Nama Lengkap	: Hermawan Kartajaya ¹
Alias	: Hermawan / Kertajaya
Agama	: Katolik
Tempat Tanggal Lahir	: Surabaya, 18 November 1947
Kewarganegaraan	: Indonesia
Anak	: Michael dan Stephany
Sosial Media	: <i>hermawankertajaya.com, markplusinc.com, facebook.com/pages/Hermawan, Kartajaya/204683660312, twitter.com/hermawank².</i>

B. Riwayat Pendidikan Hermawan Kartajaya

1. Institut Teknologi Surabaya (ITS), Jurusan Teknik Elektro (*drop out*).
2. Universitas UBAYA (Sarjana dari Fakultas Ekonomi Universitas UBAYA).
3. University of Strahclyde, Glasgow, Inggris (*Magister of Science, International Marketing, 1995*).³

¹ Hermawan Kartajaya adalah pakar pemasaran dari Indonesia yang lahir di Surabaya, 18 November 1947 dari keluarga Tionghoa miskin. Keluarga Hermawan tinggal di Kapasan Gang IV di Ibu Kota Provinsi Jawa Timur. Ayahnya bekerja sebagai kasir salah satu BUMN. (Artikel diakses pada 21 Januari 2014 dari <http://profil.merdeka.com/indonesia/h/hermawan-kartajaya/>).

² *Ibid.*

³ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Brand-seri 9 elemen marketing*, (Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2004), ebk, h. 10.

4. Harvard Business School (*Program on Case Method and Participant-Centered Learning (PCMPCL)*).
5. Institut Teknologi Sepuluh November (*Honorary Doctorate Degree*).⁴

C. Perjalanan Karir dan Prestasi Hermawan Kartajaya

1. Guru SMAK St. Louis I Surabaya, setelah di *drop out* dari ITS.
2. Direktur distribusi HM Sampoerna⁵.
3. Pada 1989, Hermawan Kartajaya mendirikan Markplus&Co, perusahaan konsultasi strategi bisnis dan pemasaran terkemuka di Asia Tenggara⁶.
4. Hermawan Kartajaya menjabat sebagai Presiden World Marketing Association (WMA) pada tahun 2002⁷.
5. Salah satu dari 50 (lima puluh) orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran versi Chartered Institute of Marketing – United Kingdom (CIM-UK) pada Desember 2003⁸.
6. *Co-founder and Patron Asia Marketing Federation* (Asisten pendiri dan Pelindung AMF).
7. *Board of Trustee University of Indonesia* (Majelis Wali Amanat Universitas Indonesia).

⁴ Artikel diakses pada tanggal 21 Januari 2014 dari http://www.linkedin.comn/profilen/view?id=279694356&authType=NAME_SEARCH&authToken=SiPC&goback=.pdf_279694356_*1_en*4US_NAME*4SEARCH_SiPC_HermawanKartajaya_true_*1.

⁵ Hermawan Kartajaya, *loc.cit.*

⁶ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Targeting-seri 9 elemen marketing*, (Bandung : PT Mizan Pustaka, 2006), ebk, h. 6.

⁷ Hermawan Kartajaya, *op.cit.*, h. 9.

⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op.cit.*, h. 8.

8. *Chairman of the Founding Committee School of Business and Management Institut Teknologi Sepuluh Nopember (Ketua Komite Pendiri Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Sepuluh November).*
9. *Board 2006 to 2010 School of Business and Management Institut Teknologi Bandung (Dewan Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung).*
10. *Co-founder Philip Kotler Center for ASEAN Marketing (Asisten pendiri Philip Kotler Center untuk Pemasaran ASEAN).*
11. *Advisor ASEAN Foundation (penasehat ASEAN Foundation).*
12. *Advisory Board Member Conservation International - Indonesia Chapter (Anggota Dewan Penasehat Konservasi Internasional-bagian Indonesia).*
13. *Honorary Member Rotary Club Kebayoran (Anggota Kehormatan Rotary Club Kebayoran).*
14. *Special Ambassador of Indonesia Tourism and Advisory Board of Chief of Police (Duta Besar Khusus Wisata Indonesia dan Penasehat Dewan Kepala Kepolisian).*
15. *Special Islamic Banking Committee Central Bank of Indonesia (Komite khusus perbankan Islam, Bank Sentral Indonesia / Komite Perbankan Syari'ah Bank Indonesia).⁹*
16. Dan lain-lain.

⁹ Artikel *linked in, op.cit.*

D. Karya-karya Hermawan Kartajaya

a. Buku Internasional

1. *Attracting Investors: A Marketing Approach to Finding Funds For Your Business*¹⁰.
2. *Marketing 3.0 : From Mind to Heart to the Human Spirit*¹¹.
3. *Think ASEAN! Rethinking Marketing toward ASEAN Community 2015.*¹²
4. *Rethinking Marketing: Sustainable Marketing Enterprise in Asia*¹³.
5. *Repositioning Asia : From Bubble to Sustainable Economy*¹⁴.
6. *The 18 Guiding Principles of Marketing Company*¹⁵.
7. *The Strategic Marketing Plus 2000 Conceptual framework for Competitive Audit, Strategy Formulation and Capability Enhancement.*

¹⁰ Buku ini ditulis bersama Philip Kotler (Kellogg School of Management) dan S. David Young (INSEAD) dengan penerbit John Wiley&Sons, New Jersey, 2004. (Artikel diakses pada tanggal 21 Januari 2014, dari [http://www.linkedin.com/profile/view?id= 279694356&authType=NAME_SEARCH&authToken=SiPC&goback=.pdf_279694356_*1_en*4US_NAME*4SEARCH_SiPC_HermawanKartajaya_true_*1](http://www.linkedin.com/profile/view?id=279694356&authType=NAME_SEARCH&authToken=SiPC&goback=.pdf_279694356_*1_en*4US_NAME*4SEARCH_SiPC_HermawanKartajaya_true_*1)).

¹¹ Buku ini ditulis bersama Philip Kotler, Iwan Setiawan dengan penerbit John Wiley & Sons, 2010. *Ibid.*

¹² Buku ini ditulis bersama Philip Kotler dan Hooi Den Huan dengan penerbit McGraw Hill, 2006. *Ibid.*

¹³ Buku ini ditulis bersama Philip Kotler (Kellogg School of Management), Hooi Den Huan (Nanyang Business School) dan Sandra Liu (Purdue University), dengan penerbit Prentice Hall Asia, 2002. Lihat Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Brand-seri 9 Elemen Marketing*, ebk, *loc.cit.*

¹⁴ Buku ini ditulis bersama Philip Kotler (Kellogg School of Management) dan wholly dengan penerbit John Wiley & Sons, Singapore, 2000. *Ibid.*

¹⁵ Buku ini ditulis bersama Warren J. Keegan (Pace University), Global Marketing Management, Prentice Hall, New Jersey, 1999. (Artikel diakses pada tanggal 1 Januari 2014, dari http://paperdanjournal.wordpress.com/2011/11/26/hermawan-kartajaya-tokom-marketing_indonesia/).

b. Buku Nasional

1. *4G Marketing : A 90-Year Journey in Creating Everlasting Brands*, diterbitkan oleh MarkPlus&Co, Jakarta, 2005¹⁶.
2. *Berbisnis dengan Hati (compassionate marketing)*, dengan K.H. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym), diterbitkan oleh MarkPlus&Co, Jakarta, 2004.
3. *Bridging the Network Company*, diterbitkan oleh PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999¹⁷.
4. *Creating and Managing A Breakthrough Product : perjalanan 15 tahun tahapan BCA (Markplus&co 2005)*.
5. *Hermawan Kartajaya on Brand*, diterbitkan oleh Mizan Media Utama, Bandung, 2004.
6. *Hermawan Kartajaya on Differentiation*, diterbitkan oleh Mizan Media Utama, Bandung, 2004.
7. *Hermawan Kartajaya on Marketing*, diterbitkan oleh PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
8. *Hermawan Kartajaya on Positioning*, diterbitkan oleh Mizan Media Utama, Bandung, 2004.
9. *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix-seri 9 elemen marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka 2006.
10. *Hermawan Kartajaya on Process-seri 9 elemen marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka 2006.

¹⁶ Buku ini adalah tentang perjalanan HM Sampoerna dalam menciptakan merek rokok kekal di Indonesia. *Ibid*.

¹⁷ Buku ini tentang perubahan bentuk PT Pos Indonesia menjadi perusahaan jaringan. *Ibid*.

11. Hermawan Kartajaya *on Segmentation*-seri 9 elemen *marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka 2006.
12. Hermawan Kartajaya *on Selling*-seri 9 elemen *marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka 2006.
13. Hermawan Kartajaya *on Service*-seri 9 elemen *marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka 2006.
14. Hermawan Kartajaya *on Targeting*-seri 9 elemen *marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka 2006.
15. *Marketing in Venus Playbook Volume I, II, III*, diterbitkan oleh MarkPlus&Co, Jakarta, 2005.
16. Dan lain-lain.¹⁸

c. Jurnal

1. *Only the Sustainable Succeed : Lessons from Asian Survivors*, Nanyang Business Review, Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2002, bersama Philip Kotler (Kellogg School of Management).
2. *Consumer Behavior in the Economic Crisis and Its Implication for Marketing Strategy*, Kelola Gajah Mada University Business Review, No.18/VII/1998.
3. *Marketing Audit : Based on Strategic Marketing Plus 2000*, Kelola Gajah Mada University Business Review, No.9/IV/1995.¹⁹
4. Dan lain-lain

¹⁸ Hermawan Kartajaya, *Edisi Sembilan (9) Elemen Marketing.*, Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op.cit.*, <http://www.linkedin.com/profile/view?id.>, [http://paperdanjournal.wordpress.com/2011/11/26/hermawan-kartajaya-tokom-marketingindonesia/.](http://paperdanjournal.wordpress.com/2011/11/26/hermawan-kartajaya-tokom-marketingindonesia/), <http://www.tokohindonesia.com/biografi/article/285-ensiklopedi/3751-guru-pemasaran-kelas-dunia>.

¹⁹ Artikel diakses pada tanggal 1 Januari 2014 dari [http://paperdanjournal.wordpress.com/2011/11/26/hermawan-kartajaya-tokom-marketing-indonesia/.](http://paperdanjournal.wordpress.com/2011/11/26/hermawan-kartajaya-tokom-marketing-indonesia/)

d. Sekilas Buku “Syariah Marketing”

1. Buku ini dikarang oleh Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula dan dicetak pertama kali tahun 2006 oleh penerbit PT Mizan Pustaka. Buku yang terdiri dari 228 lembar dengan ISBN 979-433-426-X diberi pengantar oleh Dr. Muhammad Syafi’i Antonio, M.Ec.
2. Latar belakang hadirnya buku ini tidak terlepas dari perkembangan Lembaga Keuangan Islam di Indonesia, dengan tujuan utama agar perusahaan bisa sukses di pasar ini²⁰. Kemudian, salah satu latar belakang Hermawan Kartajaya tertarik membahas pemasaran syari’ah ini adalah karena perubahan lanskap perekonomian dunia yang selama puluhan tahun hanya mengenal sistem Ekonomi Kapitalisme dan tiba-tiba muncul sistem Ekonomi Islam pada akhir tahun 1970-an dan awal tahun 1980-an di negara-negara Timur Tengah, dan terus berkembang sampai ke Indonesia²¹.
3. Sudut pandang yang digunakan Hermawan Kartajaya dalam porsi pembahasannya (pemasaran dalam perspektif syari’ah) adalah sudut pandang “perusahaan” atau “*company*”.
4. Gambaran umum isi buku “*syariah marketing*”
 - a. Dasar-dasar syari’ah *marketing*, yang terdiri dari : (dari era rasional ke emosional ke spiritual, spiritual *marketing* sebagai jiwa bisnis dan karakteristik syariah *marketing*).

²⁰ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op.cit.*, h. xxvi.

²¹ *Ibid*, h. 136.

- b. Implementasi syariah *marketing*, yang terdiri dari : (berbisnis cara nabi Muhammad SAW, berbisnis dengan *qalbu* dan sembilan etika pemasar).
- c. Membangun bisnis dengan nilai syari'ah, yang terdiri dari : (jujur adalah sifat para nabi, membangun nilai-nilai kejujuran dalam bisnis, keadilan *versus* keserakahan dan empat sifat nabi dalam mengelola bisnis).
- d. Pemasaran dalam perspektif syari'ah, yang terdiri dari : (sekilas tentang *Sustainable Marketing Enterprise* (SME), lanskap bisnis syari'ah *marketing*, syari'ah *marketing strategy*, syari'ah *marketing tactic*, syari'ah *marketing value*, syari'ah *marketing scorecard* dan syari'ah *marketing enterprise*).
- e. Studi kasus yang terdiri dari : (Bank Mu'amalat Indonesia, Asuransi Takaful, Perum Pegadaian Syariah dan Batasa Capital).