



ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN KARTU PERDANA FLEXI CLASSY
PADA PT. TELKOM, TBK JEMBER

SKRIPSI

Oleh :
ELLA ARLIANA
NIM : 030810201066

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Pemasaran Kartu Perdana Flexi Classy pada PT. Telkom,Tbk Jember" ini akan membahas masalah pemilihan strategi pemasaran, dengan berdasarkan data yang di peroleh dari perusahaan. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mendukung kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan perusahaan, yaitu mencari laba dan memberikan kepuasan kepada konsumen, tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pemasaran pada PT. Telkom Tbk, Jember.

Untuk menentukan strategi pemasaran pada perusahaan di gunakan metode analisis SWOT yaitu dengan menentukan faktor strategis perusahaan yang kemudian diolah ke dalam tabel IFAS dan EFAS. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan kartu perdana Flexi Classy periode Tahun 2007 sedangkan tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling yaitu purposive sampling. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 100 responden yang terdiri dari pelanggan internal perusahaan dan pelanggan eksternal perusahaan. Hasil pengolahan data faktor strategis perusahaan dipakai sebagai acuan untuk menentukan strategi pemasaran secara global dengan IE Matriks dan alternatif strategi pemasaran dengan Matriks SWOT yang kemudian akan di pilih strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan.

Rancangan penelitian menggunakan metode deskriptif, data dari perusahaan yang diperoleh kemudian di analisis dengan menggunakan *Internal Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Strategy Factor Analysis Summary* (EFAS). Data yang diperoleh dari IFAS dan EFAS tersebut digunakan untuk menentukan posisi kuadran perusahaan. Setelah di tentukan posisi kuadran perusahaan, kemudian digunakan analisis SWOT sehingga dapat ditentukan kebijakan dan strategi yang harus dilakukan oleh PT. Telkom Tbk, Jember.

Berdasarkan hasil pengolahan data yaitu IE Matriks yang mengacu pada perhitungan tabel IFAS dan EFAS menunjukkan PT. Telkom Tbk, Jember berada pada kuadran I yang berarti perusahaan berada pada posisi strategi konsentrasi integrasi vertikal, hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi.

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka saran yang bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan serta masukan bagi pihak manajemen pada PT. Telkom Tbk, Jember adalah melakukan perbaikan jaringan, melakukan promosi secara kontinyu (terus-menerus) dan melakukan perluasan pasar. Selain itu kiranya perusahaan dapat mengeluarkan kebijakan yang dapat di terima oleh pelanggan sehingga pelanggan dapat loyal menggunakan produk.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Pemasaran Kartu Pedana Flexi Classy pada PT. Telkom, Tbk Jember”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

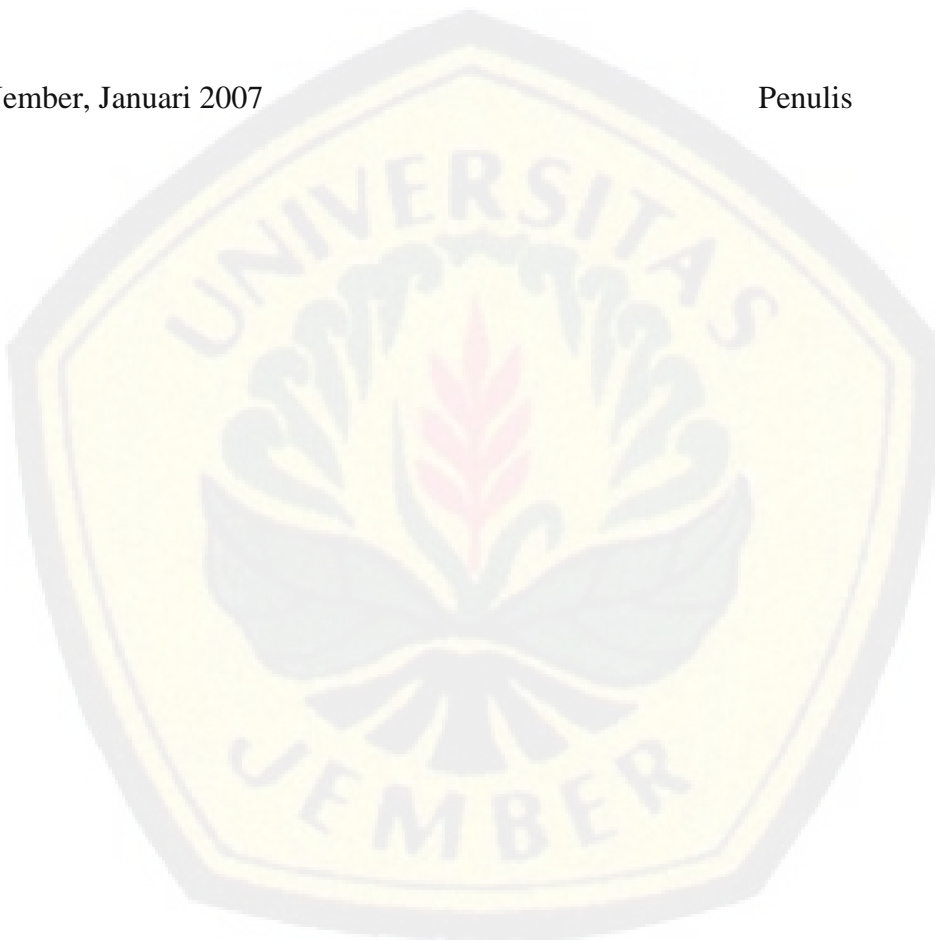
1. Prof. Dr. H Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu memberikan petunjuk, saran bimbingan, nasehat dan pengarahannya sehingga skripsi ini selesai.
3. Bapak Drs. Eka Bambang G, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan penuh perhatian dalam membimbing hingga skripsi ini selesai.
4. Bapak Drs. Budi Nurhardjo, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak dan Mama yang selalu aku sayangi dan aku banggakan Drs. Aruwan dan Dra. Juli Emilia dan ketiga kakakku, Eldayani Erlina dan Hakim Triwidjaja, Tiar Achdian dan Noviyanto Hadi, terima kasih atas segala yang telah kalian berikan.
6. Pihak PT Telkom Tbk, Jember terima kasih atas ijin dan semua bantuan yang telah diberikan selama melakukan penelitian.
7. Keluarga besar Bapak Drs H Fadholi Said terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan banyak membantu serta memperlancar proses penulisan skripsi ini baik langsung maupun tidak langsung.

Semoga bantuan, bimbingan dan semangat serta motivasi yang diberikan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi sumber ide bagi penyempurnaan tulisan dengan tema-tema serupa di masa yang akan datang.

Jember, Januari 2007

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2.2 Perencanaan Strategis	8
2.2.3 Analisis SWOT	10
2.2.4 Hubungan Analisis SWOT dengan Penetapan Strategi Pemasaran	13
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	16
3.2 Prosedur Penentuan Sampel	16
3.2.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian	16
3.2.2 Populasi	16

3.2.3 Teknik pengambilan sampel	17
3.3 Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Definisi Operasional Variabel	18
3.5 Metode Analisis Data	20
3.5.1 Mengidentifikasi Faktor Strategis Perusahaan	20
3.5.2 Menentukan Strategi Keseluruhan.....	24
3.5.3 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran.....	26
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	28

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Sejarah Singkat	30
4.1.2 Restrukturisasi Internal	31
4.1.3 Kerjasama Operasi	33
4.1.4 Visi dan Misi	34
4.1.5 Struktur Organisasi	34
4.1.6 Hari dan Jam Kerja	40
4.1.7 Kegiatan Usaha.....	40
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan	43
4.2.1 Tahap Pengumpulan Data.....	43
4.2.2 Menentukan Strategi Keseluruhan	65
4.2.3 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran Keseluruhan	66
4.2.4 Menentukan Pilihan Strategi Pemasaran	68

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

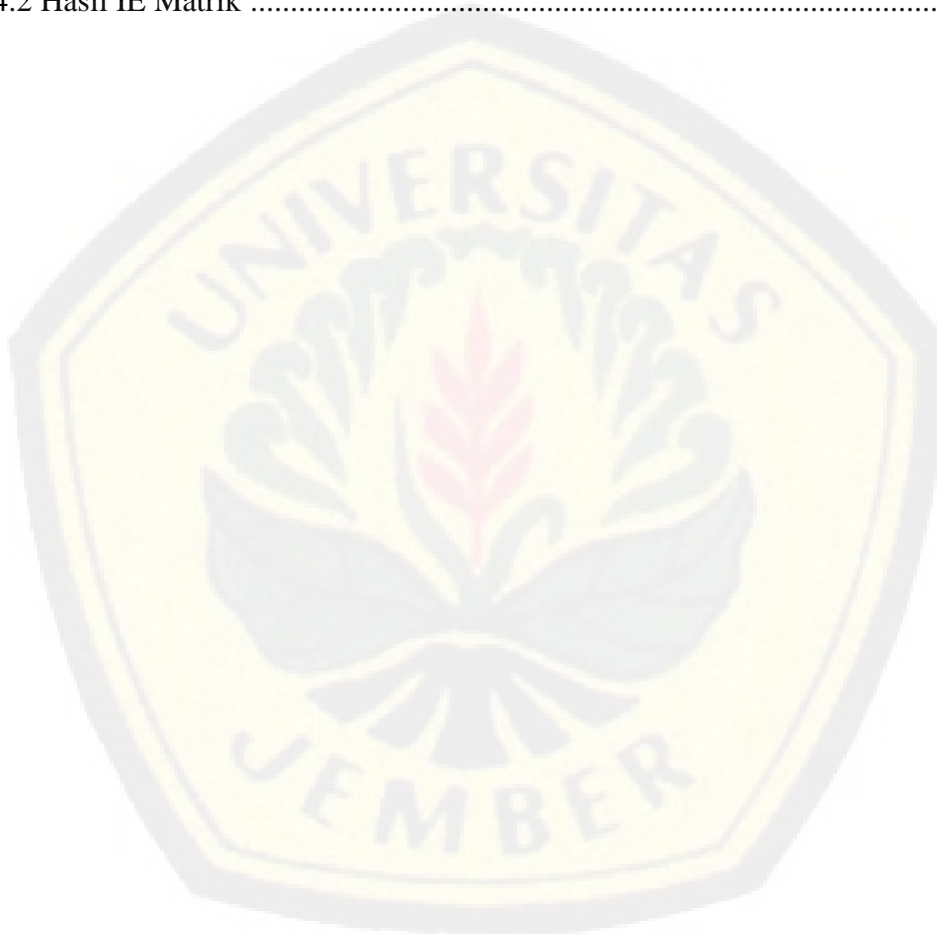
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	21
Tabel 3.2 Tabel EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>).....	22
Tabel 3.3 Gambar Matrik SWOT	27
Tabel 4.1 Penentuan Nilai Bobot untuk IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	55
Tabel 4.2 Penentuan Nilai Bobot untuk EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	56
Tabel 4.3 Hasil IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	57
Tabel 4.4 Hasil EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>).....	59
Tabel 4.5 Diagram Matrik SWOT	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Analisis SWOT	12
3.1 IE Matrik (<i>Internal-Eksternal Matrik</i>)	24
4.1 Gambar Struktur Organisasi PT. Telkom Kandatel Jember	36
4.2 Hasil IE Matrik	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulasi Data Kuisisioner Internal
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisisioner Eksternal
- Lampiran 3 : Kuisisioner untuk Internal Perusahaan
- Lampiran 4 : Kuisisioner untuk Eksternal Perusahaan

