



**ANALISA STRATEGI MARKETING PT.ZTE
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PERUSAHAAN**
**Studi Kasus : Proyek Pembangunan Infrastruktur
Speedy PT.Telkom Indonesia**

KARYA AKHIR

**Oleh
S U P A R T I
5510611-0038**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**



**ANALISA STRATEGI MARKETING PT.ZTE
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PERUSAHAAN**
**Studi Kasus : Proyek Pembangunan Infrastruktur
Speedy PT.Telkom Indonesia**

KARYA AKHIR
Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Oleh
S U P A R T I
5510611-0038

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**

ABSTRACT

The growth of telecommunication is very fast and follow by increasing telecommunication needs and also government's support to wise of free market make so many operator are build. This condition need so many telecommunication investment..

PT. ZTE Indonesia as one of China government that provide infrastructure and terminal in telecommunication take a good important role in this development. As an new comer in Indonesia , start from 2000 so many things should learn. Until now marketing take the important role in PT.ZTE Indonesia existention

This is way the writer take the tittle “ Analize Marketing Strategy PT. ZTE Indonesia in order to increase company’s income Case Study : Infrastructur Speedy Project PT. Telkom Indonesia ”. With this analyze hope can help markting team PT.ZTE Indonesia to learn internal condition and decide what is the marketing strategic which effective and keep company eksistent also increase company income.

ABSTRAK

Perkembangan dunia telekomunikasi yang semakin pesat dan disertai dengan peningkatan kebutuhan telekomunikasi serta dukungan pemerintah terhadap kebijakan pasar bebas membuat semakin banyaknya operator yang bermunculan di Indonesia. Kondisi ini menuntut banyaknya pembangunan infrastruktur telekomunikasi.

PT.ZTE Indonesia sebagai salah satu BUMN pemerintah China yang menyediakan infrastruktur dan terminal di bidang telekomunikasi mengambil peranan penting dalam pembangunan tersebut. Sebagai perusahaan PMA yang baru memasuki pasaran di Indonesia pada tahun 2000 tentunya banyak hal yang bisa dipelajari dari setiap perkembangan yang terjadi. Sampai saat ini pemasaran memegang peranan penting dalam mempertahankan eksistensi PT.ZTE Indonesia.

Oleh karena itu penulis mengambil judul “ Analisa Strategi Marketing PT.ZTE Indonesia Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Studi Kasus : Proyek Pembangunan Infrastruktur Speedy PT.Telkom Indonesia”. Dengan analisis ini diharapkan akan dapat membantu tim marketing PT.ZTE Indonesia untuk dapat mempelajari kondisi internal lebih dalam serta menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien untuk mempertahankan eksistensi perusahaan serta mampu meningkatkan pendapatan bagi perusahaan.

PENGESAHAN

Judul : **Analisa Strategi Marketing PT.ZTE Indonesia Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan
*Studi Kasus : Proyek Pembangunan Infrastruktur Speedy PT.Telkom Indonesia***

Bentuk Karya Akhir : Strategi

Nama : Suparti

N I M : 5510611-0038

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 18 Oktober 2008

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc

Dra. Krisnati Desiana Lic. Comm

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisa Strategi Marketing PT.ZTE Indonesia Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan
Studi Kasus : Proyek Pembangunan Infrastruktur Speedy PT.Telkom Indonesia**

Bentuk Karya Akhir : Strategi

Nama : Suparti

N I M : 5510611-0038

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 18 Oktober 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolaannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Oktober 2008

S u p a r t i

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis telah dapat menyelesaikan kuliah di Program Pascasarjana Magister Manajemen ini. Banyak suka dan perjuangan yang penulis alami dalam menyelesaikan Karya Akhir ini dikarenakan faktor kesibukan pekerjaan sehingga mungkin ada kekurangan dalam penyelesaiannya. Namun berkat dorongan Bapak (Rebo Dartowiyono), Ibu (Warsini),adik-adik tersayang (Kristin, Ari, Brian, Auliya), Pak Wicak dan Bu Nurul, serta Mas Danny yang selalu setia membantu untuk mencapai tujuan penulis, rekan-rekan mahasiswa angkatan ke-8 MM-UMB Menteng dan yang mulia para dosen, terutama dosen pembimbing akhirnya penulis dapat menyelesaikan sesuai dengan target waktu yang direncanakan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada keluarga besar direksi PT.ZTE Indonesia yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada:

- 1) Ibu Mustika Purwanegara dan Ibu Krisnati Desiana selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan pengarahan dan semangat untuk menyelesaikan Karya Akhir penulis.
- 2) Rekan-rekan sesama Angkatan ke-8 MM-UMB kampus Menteng seluruhnya.
- 3) Semua pihak yang membantu penulis dalam kuliah dan penyusunan Karya Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap Karya Akhir ini bermanfaat bagi penulis, perusahaan dan para pembaca. Selanjutnya, dalam rangka perbaikan dan

penyempurnaan kemampuan penulis di masa yang akan datang, kritik dan saran para pembaca yang budiman sangat diharapkan.

Jakarta, 24 Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

| | Hal |
|--|------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR SINGKATAN | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi & Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Pembatasan Masalah | 4 |
| 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian | 5 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN | |
| 2.1. Profil PT. ZTE Indonesia | 9 |
| 2.2. Sejarah Perusahaan | 9 |
| 2.3. Visi dan Misi | 10 |
| 2.4. Produk..... | 12 |
| 2.5. Sasaran | 13 |
| 2.6. Pendapatan | 13 |
| 2.7. Jumlah Pegawai | 14 |

| | Hal |
|---|-----|
| 2.8. Strategi Marketing Yang Diterapkan PT.ZTE Indonesia Untuk Kondisi Saat ini..... | 15 |
| 2.8.1. STP | 15 |
| 2.8.2. 4P | 15 |
| BAB III KONSEP STRATEGI | |
| 3.1. Definisi Pemasaran | 17 |
| 3.2. Konsep Pemasaran | 18 |
| 3.3. Konsep Strategi | 19 |
| 3.4. Strategi Pemasaran..... | 20 |
| 3.5. Pasar Sasaran | 23 |
| 3.6. Strategi Marketing Mix..... | 24 |
| 3.7. Analisa SWOT | 25 |
| 3.8. Pelaksanaan Pemasaran..... | 27 |
| BAB IV PENDEKATAN ANALISIS STRATEGI | |
| 4.1. Kerangka Analisis Strategi..... | 28 |
| 4.2. Penentuan Variabel Penelitian..... | 30 |
| 4.3. Metode Penelitian..... | 31 |
| 4.4. Sumber Data | 31 |
| 4.5. Pengolahan Data | 32 |
| BAB V ANALISA DATA | |
| 5.1. Analisis Data dan Lingkungan Perusahaan..... | 40 |
| 5.1.1. Analisis Industri Telekomunikasi | 40 |
| 5.1.2. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan | 42 |
| 5.1.3. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan | 45 |
| 5.2. Analisa Pasar | 48 |
| 5.3. Analisa Persaingan dan Strategi Perusahaan..... | 50 |
| 5.3.1. Analisis Persaingan | 50 |
| 5.3.2. Analisis Strategi Perusahaan | 53 |
| 5.4. Analisa Keunggulan Bisnis yang Ditawarkan.... | 66 |

| | |
|---|----|
| 5.5. Analisa Alur Produksi | 69 |
| BAB VI EVALUASI STRATEGI | |
| 6.1. Analisa Internal dan Eksternal Perusahaan..... | 70 |
| 6.1.1. Faktor-Faktor Internal Perusahaan | 70 |
| 6.1.2. Faktor-Faktor Eksternal Perusahaan | 72 |
| 6.1.3. IFAS, EFAS dan SWOT | 72 |
| 6.2. Keunikan Produk..... | 78 |
| 6.3. Mengelola Pelanggan | 78 |
| 6.4. Rancangan Strategi Pemasaran | 79 |
| 6.5. Rancangan Strategi Kekuatan Bersaing..... | 82 |
| 6.6. Program Pemasaran | 83 |
| 6.7. Rencana Tindakan Strategis | 83 |
| BAB VII REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN | |
| 7.1. Kesimpulan | 85 |
| 7.2. Saran..... | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | 87 |
| LAMPIRAN | 88 |
| RIWAYAT PENULIS..... | 93 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Hal |
|---|------------|
| 4.1. Strategi Bisnis di Tingkat Korporat | 37 |
| 5.1. Kapabilitas PT.ZTE Indonesia | 43 |
| 5.2. Urutan peringkat vendor berdasarkan market share | 51 |
| 5.3. Daftar operator telkomunikasi di Indonesia | 54 |
| 5.4. Project Speedy Tahun 2005 | 58 |
| 5.5. Project Speedy Tahun 2006 | 58 |
| 5.6. Project Speedy Tahun 2007 | 59 |
| 5.7. Project Speedy Tahun 2008 | 59 |
| 5.8. Produk yang digunakan pada Proyek Speedy | 62 |
| 5.9. Project G.SHDSL Multimedia tahun 2006 dan 2007..... | 64 |
| 5.10. Potensi Keunggulan Bersaing PT.ZTE Indonesia..... | 68 |
| 5.11. Posisi Keunggulan Bersaing ZTE Secara Global..... | 68 |
| 6.1. Sintesa Faktor-Faktor Internal PT.ZTE Indonesia..... | 71 |
| 6.2. Sintesa Faktor-Faktor Eksternal PT.ZTE Indonesia..... | 72 |
| 6.3. Faktor-Faktor Strategik Internal (IFAS)..... | 73 |
| 6.4. Faktor-Faktor Strategik Eksternal (EFAS)..... | 74 |
| 6.5. Analisis SWOT | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Hal |
|---|------------|
| 2.1. Klasifikasi Produk ZTE | 12 |
| 2.2. Contoh Produk yang Dihasilkan ZTE..... | 13 |
| 2.3. Prosentase Pendapatan Produk ZTE | 14 |
| 2.4. Jumlah Pegawai PT.ZTE Indonesia Tahun 2008 | 14 |
| 3.1. Matrix SWOT | 14 |
| 4.1. Kerangka Analisis Strategi | 30 |

DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

| Istilah | | Hal |
|----------------|--|------------|
| ZTE | : Zhong Xing Telecommunication Equipment..... | 1 |
| BSC | : Base Station Controller | 9 |
| BTS | : Base Transciever System | 9 |
| EFAS | : External Factor Analysis Summary | 33 |
| IFAS | : Internal Factor Analysis Summary | 34 |
| SWOT / TOWS | : Strenght, Weaknes, Opportunity and Threat | 25 |
| WWW | : World Wide Web | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Hal |
|----------------------------|------------|
| 1. Daftar Produk ZTE | 88 |

LAMPIRAN
DAFTAR PRODUK ZTE

1. NGN

- a) Multi-Service Gateway ZXMSG 9000
- b) ZXMSG 9000 MT256
- c) ZXMSG 9000 MT64
- d) Session Border Controller ZXSS10 B200
- e) Session Border Controller ZXSS10 B100
- f) Integrated Network Management System NetNumen N31

2. IMS

3. Access Network

4. MSAN

- a) Multi Service Media Gateway ZXMSG 5600
- b) Multi-Service Media Gateway ZXMSG 5200
- c) Multiple Service Access Network ZXA10 IN1500
- d) Multiple Service Access Network ZXA10 ONU100
- e) Multiple Service Access Network ZXA10-OUT60

5. XPON

- a) Multi Service Media Gateway ZXMSG 5600
- b) Multi-Service Media Gateway ZXMSG 5200
- c) Multiple Service Access Network ZXA10 IN1500
- d) Multiple Service Access Network ZXA10 ONU100
- e) Multiple Service Access Network ZXA10-OUT60
- f) ZXA10 C220
- g) ZXA10 C200
- h) GPON ONT

6. XDSL

- a) ZXDSL 9806H
- b) ZXDSL FSAP 9800
- c) ZXDSL 8220

- d) ZXDSL 9210
- e) ZXDSL 8203
- f) ZXDSL 9203
- g) ZXDSL 8426
- h) ZXDSL 9426

7. XDSL MODEM

- a) ZXDSL 831/831II
- b) ZXDSL 831C/831CII
- c) ZXDSL 831A/831AII
- d) ZXDSL 732
- e) ZXDSL 852
- f) ZXDSL 531B

8. OPTICAL TRANSPORT

- a) ZXMP S390 SDH-Based Multi-service Node Equipment
- b) ZXMP S385 SDH-Based Multi-Service Node equipment
- c) ZXMP S380 SDH-Based Multi-service Node Equipment
- d) ZXMP S330 SDH-Based Multi-Service Node Equipment
- e) ZXMP S325 Compact Multi-Service Node Equipment
- f) ZXMP S320 Compact digital synchronous optical
- g) ZXMP S200 Compact Integrated Service Access Platform
- h) ZXMP M600 Metro CWDM Equipment
- i) ZXMP M800 Metro DWDM Multiplexer Equipment
- j) ZXWM M900 DWDM Equipment
- k) ZXMP C660/C640 Intelligent multi-service optical

9. ZXR10 ROUTER SERIES

- a) ZXR10 T1200 Carrier-class Core Router
- b) ZXR10 T600 Carrier-class Core Router
- c) ZXR10 T1216 Carrier-class High-end Router
- d) ZXR10 T1212 Carrier-class High-end Router
- e) ZXR10 T128 Carrier-class High-end Router
- f) ZXR10 T64E Carrier-class High-end Router

- g) ZXR10 GER General Excellent Router
- h) ZXR10 ZSR Intelligent Integrated Multi-service Router 3800
- i) ZXR10 ZSR Intelligent Integrated Multi-service Router 2800
- j) ZXR10 ZSR Intelligent Integrated Multi-service Router 1800
- k) ZXR10 8900 Series 10G MPLS Routing Switch
- l) ZXR10 G Series Terabit MPLS Routing Switch
- m) ZXR10 6900 Series TeraBit Routing Switch
- n) ZXR10 5900 All Gigabit Intelligent Routing Switch
- o) ZXR10 5200 All Gigabit Intelligent Ethernet Switch
- p) ZXR10 5100 Series L2 All Gigabit Intelligent Switch
- q) ZXR10 5009 L2 All Gigabit Ethernet Switch
- r) ZXR10 3900 Series L3 Intelligent Routing Switch
- s) ZXR10 3200 Series L3 Intelligent Ethernet Switch
- t) ZXR10 2900 series L2 Gigabit Intelligent Ethernet Switch
- u) ZXR10 2800S series L2 Gigabit Ethernet Switch
- v) ZXR10 2800S-LE series L2 Gigabit Ethernet Switch
- w) ZXR10 2800A/2600A L2 Access Ethernet Switch
- x) ZXR10 2600 series L2 Access Ethernet switch

10. NETWORK MANAGEMENT

- a) ZXONM E300 NE-/Subnet-level Management System
- b) ZXONM N100 Network Management-layer NMS

11. POWER SYSTEM

- a) DC power supply system
- b) ZXDU28 W500 DC Power System (Outdoor Type)
- c) ZXDU3000 & ZXDU58 S301/T301 & ZXDU64 S601/T601 DC
- d) ZXDU150 & 75 & 45 DC Power Systems
- e) ZXDU58 W121 DC Power System
- f) ZXUPS L Series
- g) ZXUPS M6 series
- h) ZXUPS S Series

12. PSTN

- a) Switching System
- b) ZXJ10 Large-Scale SPC Switching System
- c) Remote subscriber Line Module(RLM)
- d) Central Module(CM)
- e) Switching Module (SM)

13. FIXED NETWORK TERMINAL

- a) ZXV10 H260 HSUPA Wireless Broadband Gateway
- b) ZXV10 W300 Residential Gateway
- c) ZXDSL 531B ADSL Router
- d) ZXV10 I20X Series Residential Gateway
- e) ZXV10 I21X Series Residential Gateway
- f) ZXV10 I508C Analogue Terminal Adapter

14. CDMA 2000

- a) IP Base Station Controller(ZXC10-BSCB)
- b) Indoor Macro BTS(ZXC10-BTSB)
- c) Indoor Compact BTS(ZXC10-CBTS I2)
- d) Outdoor Compact BTS(ZXC10-CBTS O1)
- e) Micro BTS(ZXCBTS M Series)
- f) Remote RF Station(ZXCBTS R Series)
- g) Distributed BTS (BBU+RRU)

15. WCDMA

- a) ZXWR RNC
- b) ZXWR BBUB
- c) ZXWR R8840
- d) ZXWR R8905
- e) ZXWR P892
- f) ZXWR H8901

16. GSM

- a) Hight integrated 18 TRX Indoor BTS - ZXG10 B
- b) All-in-one 12 TRX Outdoor Macro BTS - ZXG10 B8112

- c) Modular 6 TRX Outdoor micro BTS - ZXG10 M8206
- d) Compact 2 TRX Outdoor micro BTS - ZXG10 M8202
- e) 48 TRX Distributed BTS - Base band unit ZXG10 B804
- f) 48 TRX Distributed BTS - Radio Unit ZXG10 R8106
- g) 1 TRX indoor pico BTS - ZXG10 S8001
- h) Unified network management platform – NetNumen
- i) Network planning and optimization - ZXPOS series
- j) Base Station Controller ZXG10 iBSC based on native

17. MULTIMEDIA

- a) ZSmart Interconnect Settlement
- b) ZSmart Mediation
- c) ZSmart Rating & Billing
- d) ZSmart Customer Management
- e) ZSmart Account Receivable & Collection
- f) ZSmart Resource Management
- g) ZSmart Order Management
- h) ZSmart Provisioning
- i) ZSmart Partner Relationship Management
- j) ZSmart Marketing & Sales Management
- k) ZSmart Voucher Management
- l) ZSmart Customer Care
- m) ZSmart Business Intelligence
- n) Integrated Order Management System
- o) Integrated Resource Management System
- p) Fraud Management System