



**Analisa Pengaruh Mobile Advertising pada Industri
Telekomunikasi (Studi kasus pada PT.Telkomsel)**



DIDIK ISKANDAR
NIM: 5540912009

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ELEKTRO
MANAJEMEN TELEKOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2014



**Analisa Pengaruh Mobile Advertising pada Industri
Telekomunikasi (Studi kasus pada PT.Telkomsel)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Teknik Elektro**

DIDIK ISKANDAR

NIM: 5540912009

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ELEKTRO

MANAJEMEN TELEKOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2014

PENGESAHAN TESIS

Judul : **Analisa Pengaruh Mobile Advertising pada Industri Telekomunikasi (Studi kasus pada PT.Telkomsel)**

Nama : Didik Iskandar


NIM : 5540912009

Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro

Konsentrasi : Manajemen Telekomunikasi

Tanggal : 27 Juni 2014

Mengesahkan :
Pembimbing

UNIVERSITAS

MERCU BUANA
Dr. Denny Setiawan

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Teknik Elektro



Dr. Ing. Mudrik Alaydrus

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : **Analisa Pengaruh Mobile Advertising pada Industri Telekomunikasi (Studi kasus pada PT.Telkomsel)**

Nama : Didik Iskandar

NIM : 5540912009

Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro

Konsentrasi : Manajemen Telekomunikasi

Tanggal : 27 Juni 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 27 Juni 2014

METERAI
TEMPEL
PAJAK PENGHASILAN BANGSA
TEL

50C00ACF235547273

ENAM RIBU RUPIAH

6000 DJP

Didik Iskandar

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur hanya milik Allah SWT atas segala curahan nikmat-Nya yang tiada pernah terhenti. Shalawat serta salam senantiasa terlimpah kepada uswah Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya yang istiqomah hingga akhir jaman. Tidak akan menetes setitik embun tanpa kepatuhan kepada kehendak-Nya. Adalah juga atas izin-Nya sehingga pembuatan Tesis yang berjudul: “ANALISA PENGARUH MOBILE ADVERTISING PADA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI (Studi Kasus Pada PT. Telkomsel)”.

Penghargaan dan terima kasih setinggi-tingginya kami haturkan kepada kedua Ibunda dan Bapak tercinta, atas segala doa restunya selama ini sehingga kami dapat melalui setiap rintangan dengan selamat dan penuh kesabaran. Semoga Allah SWT juga memberikan keselamatan dunia dan akhirat kepada keduanya, Amin.

Dalam menyelesaikan laporan ini, penulis tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan moril maupun spiritual dan juga bimbingan ilmu pengetahuan, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr.Ing. Mudrik Alaydrus selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Elektro Universitas MercuBuana.
2. Dr. Denny Setiawan sebagai Pembimbing dalam penyusunan tugas akhir ini, yang telah banyak mengarahkan kami selama penyelesaian tugas akhir ini.
3. Segenap dosen dan staf Program Studi Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana.
4. ”My Wife” yang telah menghabiskan sisa waktumu untuk hidup bersamaku, atas pemberian cinta dan kasih yang sesungguhnya.. serta wahai bidadari kecilku yang menjadi kebanggaan keluarga.
5. Keluarga besar penulis, kakak dan adik-adiku tercinta, salam sukses buat kita semua

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan, itu semua karena keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan. Kritik dan saran yang bersifat membangun guna mencapai kesempurnaan akan selalu penulis harapkan sehingga dapat lebih bermanfaat bagi penulis serta pihak-pihak yang membutuhkan atau mengembangkan penelitian ini.

Akhirnya dengan doa kepada Allah SWT, semoga laporan tesis ini bermanfaat bagi semua pihak. Amien !

Jakarta, Juni 2014

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

MOTTO

".....Sesungguhnya hanyalah kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku, dan aku mengetahui dari Allah apa yang kamu tiada mengetahuinya" **(Q.S Yusuf : 86)**

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri" **(Q.S ArRa'd :11)**

Man jadda wa jada (Barangsiapa yang bersungguh-sungguh pasti ia akan berhasil melewati rintangan itu)

"Sukses, adalah tetap menghadapi kekalahan demi kekalahan tanpa kehilangan semangat." **(Winston Churchill)**

"Success consists of going from failure to failure without loss of enthusiasm." **(Winston Churchill)**

"Anda tidak harus menjadi besar untuk memulai, tetapi Anda harus mulai untuk menjadi besar." **(Zig Ziglar)**

"You don't have to be great to start, but you have to start to be great." **(Zig Ziglar)**

MERCU BUANA

Adikku yang baik hatinya,
Tidak ada cara yang mudah untuk mencapai keberhasilan,
karena kesulitan pertama dan utamanya
adalah mengalahkan kecenderunganmu untuk

malas, menunda yang baik, menyenangkan yang tidak penting,
menikmati kesedihan, mencurigai nasehat baik,
dan berprasangka buruk terhadap Tuhan.

Sekarang, beritahulah aku;
Siapakah yang mempersulit kehidupanmu?
(Mario Teguh)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Pembatasan Penelitian.....	8
BAB II Landasan Teori	9
2.1. Mobile Advertising	9
2.2. Manajemen Strategi	12
2.3. Analisis Industri Telekomunikasi	17
2.4. Analisis Lingkungan Internasl	28
2.5. Analisis SWOT	39
2.6. Kerangka Berpikir	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1. Metode Penelitian	48
3.2. Metode Pengumpulan Data	49

3.3. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.2. Gambaran <i>Mobile advertising</i> di Indonesia Saat Ini	61
4.3. Bisnis Mobile Advertising Yang Dijalankan Operator Telekomunikasi dan Pengaruhnya Pada Industri Telekomunikasi	65
4.4. Lingkungan Eksternal Bisnis <i>Mobile advertising</i>	79
4.5. Analisis Lingkungan Internal	88
4.6. Penentuan Strategi Mobile Advertising Telkomsel.....	100
4.7. Penjabaran Strategi Mobile Advertising Telkomsel	115
4.8. Pengaruh Bisnis <i>Mobile advertising</i> Terhadap Bisnis Telkomsel	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN	136
5.1. Kesimpulan	136
5.2. Saran-saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	143



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tiga pemain Utama Dalam Bisnis Layanan Jasa Telekomunikasi	3
Tabel 2.1. Matriks SWOT	41
Tabel 4.1. Rangkaing Negara dengan Mobil Advertising	63
Tabel 4. 2. Pengaruh Mobile Advertising Terhadap Industri Telekomunikasi	80
Tabel 4.3. Tiga Operator Telekomunikasi Terbesar di Indonesia	81
Tabel 4.4. Matrik SWOT pada Telkomsel	105
Tabel 4.5. Data BCG	111
Tabel 4.6. Faktor Relevan dan Kondisi	114
Tabel 4.7. Matriks Skenario	114
Tabel 4.8. Tabel Matriks dan Skenario	115
Tabel 4.9. Data Pengguna Mobile di dunia Peringkat 1-10 (in millions)	126
Tabel 4.10. Proyeksi Belanja Iklan Tahun 2013 – 2014	128
Tabel 4.11. Pendapatan Telkomsel dari <i>Mobile advertising</i> (dalam Milyar)	132
Tabel 4.12. Proyeksi Pendapatan Telkomsel Tahun 2015	134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pelanggan Telepon Seluler di Indonesia	2
Gambar 2.1 Mode Komunikasi dalam Mobile Advertising.....	11
Gambar 2.2 Tahapan Manajemen Strategi Freed R. David	15
Gambar 2.3 Kerangka Kerja Analisis Perumusan Strategi Freed R. David.....	16
Gambar 2.4 Matriks <i>Grand Strategy</i>	45
Gambar 2.5 Metode Analisis.....	48
Gambar 4.1 Komposisi Konten Mobile Advertising di Indonesia.....	64
Gambar 4.2 Rating Stabilitas Kawasan di ASEAN, 2012	75
Gambar 4.3 Komposisi Pendapatan Telkomsel	95
Gambar 4.4 Pilihan strategi pada Telkomsel di Surabaya	112
Gambar 4.5 Matriks BCG mobile advertising Telkomsel	114
Gambar 4.6 Belanja Iklan pada Media Indonesia Tahun 2012.....	125
Gambar 4.7 Belanja Iklan pada Media Indonesia Tahun 2015.....	127
Gambar 4.8 Struktur Pendapatan Telkomsel Tahun 2012	130
Gambar 4.9 Struktur Pendapatan Telkomsel Tahun 2012	134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA