



**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN
RESELLER TRIPLE PLAY**
(STUDI KASUS: PT. CIPTAKOM MEDIA NUSA)



PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2016



**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN
*RESELLER TRIPLE PLAY***
(STUDI KASUS: PT. CIPTAKOM MEDIA NUSA)

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana pada Program Magister Teknik Industri**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
ARRIE WICAKSONO
55314110021
a world class university

PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2016

PENGESAHAN TESIS

Judul : Perancangan Strategi Bisnis Perusahaan *Reseller Triple Play* (Studi Kasus: PT. Ciptakom Media Nusa)

Nama : Arrie Wicaksono

NIM : 55314110021

Program : Pascasarjana - Magister Teknik Industri

Tanggal : 24 Desember 2016

Mengesahkan

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Prof. Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., PhD)

a world class university

Direktur

Ketua Program Studi

Program Pasca Sarjana

Magister Teknik Industri

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

(Dr. Lien Herliani Kusumah, MT)

PERNYATAAN KEASLIAN

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

Judul : Perancangan Strategi Bisnis Perusahaan *Reseller Triple Play* (Studi Kasus: PT. Ciptakom Media Nusa)

Nama : Arrie Wicaksono

NIM : 55314110021

Program : Pascasarjana - Magister Teknik Industri

Tanggal : 24 Desember 2016

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian, dan karya saya sendiri dengan arahan pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Teknik Industri, Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister (S2) pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, serta hasil pengolahannya yang dituliskan pada tesis ini, telah dinyatakan secara jelas sumberrnya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 24 Desember 2016



Arrie Wicaksono

PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS

Tesis S2 yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di perpustakaan Universitas Mercu Buana, Kampus Menteng, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh tesis haruslah seizin Direktur Program Pascasarjana UMB.



KATA PENGANTAR

Puji syukur sebesar-besarnya penulis haturkan kepada Allah SWT, sebab melalui karunianya, penulis dapat menyelesaikan Tesis mengenai “Perancangan Strategi Bisnis Perusahaan *Reseller Triple Play* (Studi Kasus: PT. Ciptakom Media Nusa).” Tesis ini disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan Program Pasca Sarjana Magister Teknik Industri.

Dalam kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Yth:

1. Prof. Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., PhD selaku pembimbing dalam penyusunan tesis ini. Ilmu dan bimbingan beliau juga membantu penulis dalam mengeksplorasi tesis ini dengan lebih dalam.
2. Dr. Lien Herliani Kusumah, MT selaku ketua program studi Magister Teknik Industri.
3. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku direktur program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
4. Euis Nina Saparina Y., ST, MT selaku dosen seminar tesis yang selalu membantu penulis jika ada kesulitan dalam penulisan tesis ini.
5. Agus Suratmoko Handoyo Bayu, SE dan Evalawati, ayah dan ibu penulis yang mendorong dan mendoakan penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
6. Lulu Anjariah Adi, S.Ikom istri penulis yang kerap menyemangati penulis dalam penulisan tesis ini.
7. Seluruh rekan Magister Teknik Industri Universitas Mercu Buana angkatan 15.
8. Seluruh rekan kerja terutama untuk departemen *Information Technology*.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari sempurna, baik dari segi penyusunan, pemilihan bahasa, bahasan ataupun penulisan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangatlah penulis harapkan demi perbaikan tulisan ini dan juga untuk penulis. Akhir kata, kembali penulis ucapan terima kasih.

Jakarta,

Arrie Wicaksono

DAFTAR ISI

COVER.....	
PENGESAHAN TESIS.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Asumsi dan Batasan Masalah.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Definisi Strategi Bisnis.....	8
2.1.2 Definisi Manajemen Strategi.....	10
2.1.3 Definisi Perencanaan Strategi.....	14
2.1.4 Definisi Daya Saing.....	15
2.1.5 Definisi Fiber-To-The-Home (FTTH).....	18
2.1.6 Definisi Triple Play.....	19
2.1.7 Layanan Komunikasi.....	21
2.1.8 Layanan akses internet cepat.....	21
2.1.9 Layanan Penyiaran TV berbasis IP.....	22
2.1.10 Topology Jaringan <i>Triple Play</i>	22
2.1.11 Alat Bantu Analisis.....	24

2.1.12 <i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	24
2.1.13 <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	24
2.1.14 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	24
2.1.15 <i>Strengths Weakness Opportunities Threats (SWOT) Matrix</i>	25
2.1.16 <i>Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix</i>	25
2.1.17 <i>Boston Consulting Group (BCG) Matrix</i>	26
2.1.18 <i>Internal External (IE) Matrix</i>	28
2.1.19 <i>Grand Strategy Matrix</i>	31
2.1.20 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	33
2.1.21 <i>Porter 5 Forces Model</i>	35
2.1.22 Pengkategorian Tools.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODOLOGI.....	42
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	42
3.2 Data dan Informasi.....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Uji Validitas Data.....	45
3.7 Tahapan Analisis.....	45
3.8 Alat Analisis.....	47
3.9 Langkah Penelitian (<i>Flowchart</i>).....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	54
4.1 Profil Singkat PT. Ciptakom Media Nusa.....	55
4.1.1 Visi dan Misi.....	56
4.2 Analisa Lingkungan Bisnis.....	56
4.2.1 Lingkungan Internal Perusahaan.....	57
4.2.2 Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	59
4.2.3 Analisa Porter 5 Forces.....	62
4.3 Tahap Input.....	63
4.3.1 Analisis <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	63

4.3.2 Analisis <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	65
4.4 Tahap Pencocokan.....	66
4.4.1 Analisa <i>Internal External Matrix</i>	66
4.4.2 Analisa <i>SWOT Matrix</i>	67
4.4.3 Analisa <i>BCG Matrix</i>	69
4.4 Tahap Keputusan.....	72
BAB V PEMBAHASAN.....	75
5.1 Temuan Utama.....	75
5.1.1 Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan.....	75
5.1.2 Daya Saing Perusahaan.....	76
5.1.3 Usulan Strategi Bisnis.....	77
5.3 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya.....	79
5.4 Implikasi Industri.....	79
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
6.1 Kesimpulan.....	82
6.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Asia Tertinggi.....	2
Gambar 1.2 Data pengguna internet Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Langkah-langkah untuk mencapai model bisnis yang berkelanjutan	9
Gambar 2.2 Manfaat untuk perusahaan dari perencanaan strategis.....	11
Gambar 2.3 Pilihan Strategi Kompetitif pada Perusahaan	18
Gambar 2.4 Arsitektur Triple Play.....	21
Gambar 2.5 Sebuah gambaran tingkat tinggi dari server, firewall, IP edge, dan inti dalam jaringan multiplay.....	23
Gambar 2.6 Pandangan dari jaringan dari inti menuju pelanggan	23
Gambar 2.7 SPACE Matrix	26
Gambar 2.8 BCG Model.....	27
Gambar 2.9 Internal External Matrix.....	30
Gambar 2.10 Grand Strategy Matrix.....	30
Gambar 2.11 Porter 5 Forces Model	33
Gambar 2.12 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 BCG Model.....	53
Gambar 3.2 Tahapan Penelitian (Flowchart).....	55
Gambar 4.1 Analisa 5 Forces.....	64
Gambar 4.2 Posisi Perusahaan dalam Matrix BCG.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Pelanggan berdasarkan jenis Teknologi Distribusi.....	4
Tabel 2.1 Kerangka Tahapan Pengambilan Keputusan.....	12
Tabel 2.2 TOWS matriks.....	25
Tabel 2.3 Quantitative Strategic Planning Matrix	34
Tabel 2.4 Kategori Tools.....	36
Tabel 2.4 Kategori Tools (Lanjutan).....	37
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	38
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Pertanyaan Faktor Internal.....	47
Tabel 3.3 Pertanyaan Faktor Eksternal.....	47
Tabel 3.4 Pembobotan Matriks IFE.....	49
Tabel 3.5 Matriks IFE.....	49
Tabel 3.6 Pembobotan Matriks EFE.....	49
Tabel 3.7 Matriks EFE.....	49
Tabel 3.8 Matrik SWOT.....	50
Tabel 3.9 Matriks IE.....	52
Tabel 3.10 Matriks QSPM.....	54
Tabel 4.1 Triangulasi Data Internal.....	58
Tabel 4.1 Triangulasi Data Internal (Lanjutan).....	59
Tabel 4.1 Triangulasi Data Internal (Lanjutan).....	60
Tabel 4.2 Perusahaan Penyedia Layanan <i>Triple Play</i>	60
Tabel 4.2 Perusahaan Penyedia Layanan <i>Triple Play</i> (Lanjutan).....	61
Tabel 4.3 Triangulasi Data Eksternal.....	61
Tabel 4.3 Triangulasi Data Eksternal (Lanjutan).....	62
Tabel 4.3 Triangulasi Data Eksternal (Lanjutan).....	63
Tabel 4.4 Pembobotan Matriks IFE.....	65
Tabel 4.4 Pembobotan Matriks IFE (Lanjutan).....	66

Tabel 4.5 Matriks IFE.....	66
Tabel 4.6 Pembobotan Matriks EFE.....	67
Tabel 4.7 Matriks EFE.....	68
Tabel 4.8 Matriks IE.....	69
Tabel 4.9 Matrik SWOT.....	70
Tabel 4.9 Matrik SWOT (Lanjutan).....	70
Tabel 4.10 Data Penjualan.....	72
Tabel 4.11 Data Penjualan perusahaan pesaing.....	70
Tabel 4.12 Matriks QSPM.....	75
Tabel 4.12 Matriks QSPM (Lanjutan).....	76

