



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK VSAT KUBAND
PADA LAYANAN INTERNET DENGAN PENDEKATAN
ANALISA FIVE PORTERS DAN FUZZY SWOT
(STUDI KASUS PT.X DI INDONESIA)**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

NURCAHYONO

55408110008

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK ELEKTRO
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2012**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK VSAT KUBAND
PADA LAYANAN INTERNET DENGAN PENDEKATAN
ANALISA FIVE PORTERS DAN FUZZY SWOT
(STUDI KASUS PT.X DI INDONESIA)**

TESIS

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

Oleh

NURCAHYONO

55408110008

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA**

PERNYATAAN

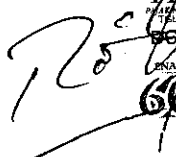
Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Strategi Pemasaran Produk VSAT Kuband Pada Layanan Internet Dengan Pendekatan Analisa Five Porters dan Fuzzy SWOT (Studi Kasus PT.X Di Indonesia)
Nama : Nurcahyono
NIM : 55408110008
Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro
Konsentrasi : Manajemen Telekomunikasi
Tanggal : 22 Februari 2012

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, 22/02/2012


METERAI
TEMPEL
REPUBLIK INDONESIA
6000
DJP
AAAF156160785

Nurcahyono

PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi Pemasaran Produk VSAT Kuband Pada Layanan Internet Dengan Pendekatan Analisa Five Porters dan Fuzzy SWOT (Studi Kasus PT.X Di Indonesia)

Nama : Nurcahyono

NIM : 55408110008

Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro

Konsentrasi : Manajemen Telekomunikasi

Tanggal : Februari 2012



Direktur Pascasarjana

**Ketua Program Studi
Magister Teknik Elektro**

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ir. Waseso Segoro, MM.

Minarnita Y. Verawati Bakara, SE., MSi.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN (ORIGINALITY)	ii
ABSTRAKSI	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.1 Definisi Pemasaran	9
2.1.2 Perencanaan Pemasaran	9
2.1.3 Perencanaan Strategis	10
2.1.4 Tahapan Perencanaan Strategis	10
2.2 Produk VSAT Kuband PT.X	11
2.2.1 Profil Perusahaan PT.X	11

2.2.2 Konfigurasi VSAT	12
2.2.3 Teknologi VSAT Kuband	13
2.2.4 Produk VSAT PT.X	14
2.2.5 Harga Produk	15
2.2.6 Area Cakupan Produk VSAT Kuband	16
2.3 Metode Analisa	16
2.3.1 Analisa Five Porters	16
2.3.2 Analisa Fuzzy SWOT	18
2.3.2.1 Teori Fuzzy	18
2.3.2.2 Matrik SWOT	18
2.3.2.3 Matrik Fuzzy SWOT	20
2.4 Studi Literatur	22
BAB III.METODE PENELITIAN	
3.1 Subyek dan Obyek Penelitian	24
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Porter 5 Forces	26
3.6 Teknik Analisis Fuzzy SWOT	27
3.7 Teknik Analisis Fuzzy Matrik SWOT	29
BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Analisa Porter 5 Forces	31
4.2 Hasil Analisa Fuzzy SWOT	34
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal (FIF) dan Eksternal (FEF)	34
4.2.2 Hasil kuisisioner responden	35
4.2.2.1 Hasil perhitungan bobot responden	35
4.2.2.2 Jarak antar faktor internal dan eksternal.	38
4. 3 Hasil Analisa Matrik Fuzzy SWOT	39

4.4 Implikasi Hasil Penelitian	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
RIWAYAT HIDUP	46
LAMPIRAN	xii



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data pengguna internet APJII	1
Tabel 1.2. Penggunaan dan Populasi Internet Asia	2
Tabel 1.3 Pertumbuhan Pelanggan Produk VSAT Ku-Band PT.X	5
Tabel 2.1. Hasil Pengukuran Sample Intensitas Hujan R0.01 di Indonesia	22
Tabel 3.1. Indikator Ancaman Pemain Baru	26
Tabel 3.2. Indikator Ancaman Produk Pengganti	26
Tabel 3.3. Indikator Daya Tawar Pembeli	26
Tabel 3.4. Indikator Daya Tawar Pemasok	27
Tabel 3.5. Indikator Ancaman Competitor	27
Tabel 4.1. Nilai Indikator Ancaman Pemain Baru	31
Tabel 4.2. Nilai Indikator Ancaman Produk Pengganti	31
Tabel 4.3. Nilai Indikator Daya Tawar Pembeli	32
Tabel 4.4. Nilai Indikator Daya Tawar Pemasok	32
Tabel 4.5. Nilai Indikator Ancaman Competitor	33
Tabel 4.6 Hasil analisis Five Porters	33
Tabel 4.7. Tabel Identifikasi Faktor Internal	34
Tabel 4.8. Tabel Identifikasi Faktor Eksternal	34
Tabel 4.9. Tabel Bobot Responden	35
Tabel 4.10. Hasil Perhitungan Analisis Fuzzy SWOT	36
Tabel 4.11. Hasil Pemetaan Pada Matrik Fuzzy SWOT	36
Tabel 4.12. Hasil Penyebaran Pada Matrik Fuzzy SWOT	36
Tabel 4.13. Tabel Indikator FIF	38
Tabel 4.14. Tabel Indikator FEF	38
Tabel 4.15. Matrik Fuzzy SWOT	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Wilayah cakupan Ku-Band satelit Palapa C	4
Gambar 1.2. Wilayah cakupan Ku-Band satelit Palapa D	4
Gambar 2.1. Konfigurasi VSAT	13
Gambar 2.2. Peta wilayah Indonesia	16
Gambar 2.3. Kekuatan Porter Five Forces	17
Gambar 2.4. Logika Teori Fuzzy	19
Gambar 2.5. Matrik Fuzzy SWOT	21
Gambar 4.1. Hasil Matrik Fuzzy SWOT	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian Tesis	xiii
Lampiran 2 : Hasil Kuisisioner Penelitian Tesis	

