

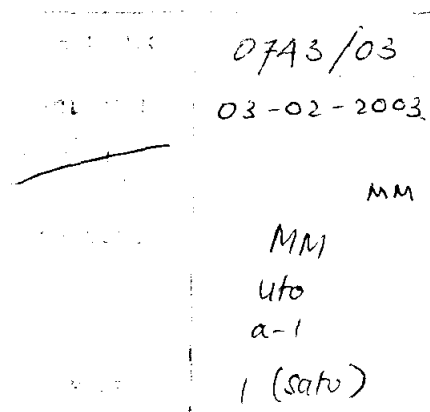
ANALISA STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN
PANGSA PASAR KARTU PRA BAYAR "MENTARI" BAGI
PT. SATELIT PALAPA INDONESIA CABANG JAWA TIMUR

TESIS

OLEH :

MAJA ELISABETH UTOMO, SE.

NIM : 8112400009



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
SEPTEMBER 2002

**ANALISA STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN
PANGSA PASAR KARTU PRA BAYAR “MENTARI” BAGI
PT SATELIT PALAPA INDONESIA CABANG JAWA TIMUR**

TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen

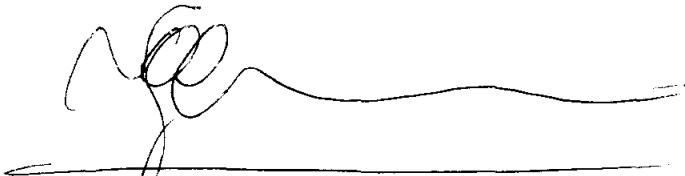
OLEH:
MAJA ELISABETH UTOMO, S.E.
8112400009

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
SEPTEMBER 2002

Tesis oleh Maja Elisabeth Utomo ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Jakarta, 2 September 2002

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

(Hadi Satyagraha, Ph.D.)

Tesis oleh Maja Elisabeth Utomo ini telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 1 Oktober 2002

Dewan Penguji

Y.B. Budi Iswanto, Ph.D., Ketua

Hadi Satyagraha, Ph.D., Anggota

Y. Lilik Rudianto, M.B.A., Anggota

Mengetahui,

Direktur Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya



Eugenius Sadtono, Ph.D.)

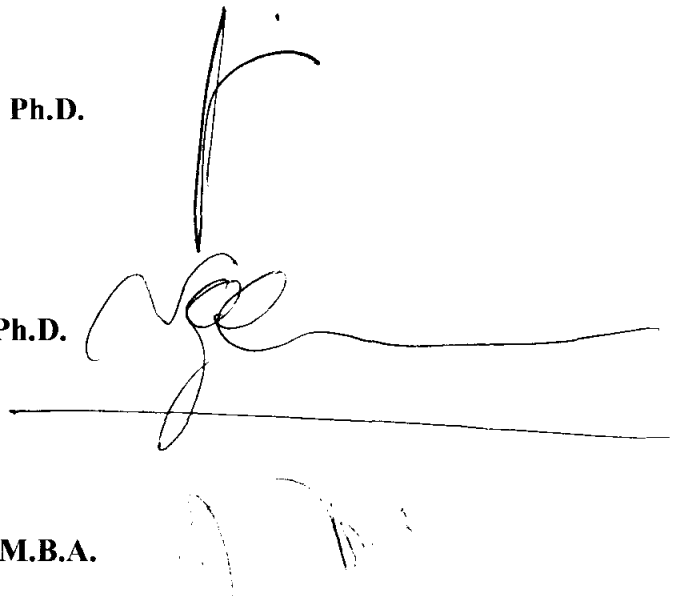
**Tesis ini telah diuji dan dinilai
oleh Panitia Penguji pada
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 1 bulan Oktober th 2002**

Panitia Penguji

1. Ketua : Y.B. Budi Iswanto, Ph.D.

2. Sekretaris : Hadi Satyagraha, Ph.D.

3. Anggota : Y. Lilik Rudianto, M.B.A.



UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis ini dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dan untuk mengembangkan apa yang telah dipelajari selama masa perkuliahan di Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak akan berhasil dengan baik dan lancar tanpa adanya kerjasama dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Eugenius Sadtono, Ph.D. selaku Direktur Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya atas kesempatan yang telah diberikan kepada Penulis untuk menyusun tesis ini.
2. Bapak Hadi Satyagraha, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan tesis ini hingga selesai.
3. Bapak Y.B. Budi Iswanto, Ph.D., Bapak Dr. Soedjono Abipraja, dan Bapak Drs. Ec. Ferry Pawitra, Ak. yang selalu mendorong agar tetap bersemangat dan memotivasi hingga terselesaikannya tesis ini.
4. Bapak Edi Riyanto selaku Kepala Cabang PT Satelit Palapa Indonesia Jawa Timur, Pihak Manajemen dan Karyawan PT Satelit Palapa Indonesia yang telah mengizinkan Penulis untuk melakukan penelitian dan telah membantu

dalam memberikan informasi dan data yang sangat diperlukan dalam penyusunan tesis ini.

5. Bapak Vincentius Sariyo, S.S. yang telah banyak membantu selama perkuliahan juga Ibu Finolita, Ibu Novi dan Bapak Hari serta seluruh karyawan universitas dan perpustakaan di Universitas Widya Mandala Surabaya.
6. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dorongan semangat baik moril maupun materiil yang tak ternilai.
7. Bapak Drs. Joni Widanto yang telah banyak membantu dan memotivasi Penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Para Dosen, Teman-Teman, Rekan-Rekan Mahasiswa Pascasarjana serta semua pihak yang terlibat baik yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Pemurah membalas semua kebaikan Bapak dan Ibu serta Saudara-Saudara sekalian.

Walaupun Penulis telah berusaha menyelesaikan tesis ini sebaik-baiknya namun Penulis tetap menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan yang ada, tetapi dengan segala kekurangan yang ada tersebut Penulis tetap berharap agar tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembacanya.

Penulis

Maja Elisabeth

RINGKASAN

Perusahaan yang diteliti yaitu PT Satelit Palapa Indonesia (PT SPI atau yang lebih dikenal dengan nama Satelindo) Cabang Jawa Timur. PT SPI yang bepusat di Jakarta ini adalah suatu perusahaan telekomunikasi operator seluler yang mengeluarkan produk berupa kartu yang digunakan oleh para pengguna telepon seluler agar dapat saling berkomunikasi.

Sejak didirikan hingga sekarang PT SPI terus melakukan pengembangan baik terhadap produk, teknologi maupun fasilitas agar dapat memuaskan para pelanggan dan terutama untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Adanya pengembangan jumlah pengguna telepon seluler yang kian meningkat dari tahun ke tahun, bermunculannya para pemain baru dalam industri ini dan juga pemain-pemain asing jika nantinya Indonesia membuka pasar bebas. Hal ini yang menyebabkan PT SPI merasa perlu untuk meningkatkan pangsa pasarnya khususnya untuk kartu pra bayar "Mentari".

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui keunggulan bersaing yang dimiliki sehingga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam membantu memberikan masukan guna mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Teori yang digunakan adalah yang berhubungan dengan strategi, analisis strategi, pemasaran dan pangsa pasar.

Beberapa analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah Analisis Rantai Nilai, Analisis Lingkungan Makro, Analisis Industri dan Analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan Analisis Deskriptif yaitu berusaha untuk memperoleh gambaran mengenai hal-hal yang berkaitan dengan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan.

Metode pengumpulan dan pengolahan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak manajemen perusahaan, pengamatan langsung dan dari dokumen perusahaan serta melakukan studi kepustakaan untuk mengumpulkan data teoritis dan bahan lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan karena mempunyai kekuatan dan sejumlah peluang dengan lingkungan internal dan eksternal yang cukup mendukung.

Oleh karena itu strategi yang disarankan adalah strategi pertumbuhan yang meliputi pengembangan pasar, inovasi produk, dan peningkatan kualitas produk.

ABSTRACT

This research is meant to identify the competitive advantage that can be used to take necessary actions to expand the market share of PT Satelit Palapa Indonesia (which is known as Satelindo) of East Java branch. This company operates in the field of the telecommunication producing cards that can be used by cellular phone users to communicate with each other.

Due to increasing number of cellular phone users annually, new players in the same industry have come to exist and it is expected that foreign players will also come to compete when Indonesia opens free market. This makes Satelindo think of expanding its market share especially for prepaid phone cards.

This research used descriptive method by analyzing internal and external environment.

The result of this research indicates that the firm has a favorable situation with many strengths and opportunities that are supported by internal and external environment. The strategy suggested is growth strategy using market development, product innovation, product quality and quality service improvement to the subscribers.

Keywords: Strategy, Marketing, and Market Share

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PRASYARAT GELAR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS	iii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
HALAMAN RINGKASAN	viii
HALAMAN ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Pengertian Strategi	9

2.2. Analisis Industri	10
2.3. Analisis SWOT	14
2.4. Rantai Nilai	18
2.5. Strategi Pertumbuhan Intensif	21
2.6. Strategi Bersaing Generik	22
2.7. Strategi Pemasaran	24
2.8. Bauran Pemasaran	26
2.9. Penelitian Terdahulu	38
BAB 3. DESAIN PENELITIAN DAN KERANGKA KONSEPTUAL	39
BAB 4. METODE PENELITIAN	43
4.1. Ruang Lingkup Pembahasan	43
4.2. Rancangan Penelitian	43
4.2. Sumber Data dan Prosedur Pengumpulan Data	44
4.3. Cara Analisis Data	45
BAB 5. ANALISIS HASIL PENELITIAN	48
5.1. Sejarah Singkat Perusahaan	48
5.2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	48
5.3. Strategi yang Digunakan Oleh Perusahaan	50
5.4. Analisis Strategi Perusahaan	53
BAB 6. PEMBAHASAN	64
6.1. Analisis Lingkungan Makro.....	64
6.2. Analisis Industri.....	69

6.3. Analisis SWOT..	82
6.4. Analisis Rantai Nilai	98
BAB 7. SIMPULAN DAN SARAN	105
7.1. Simpulan	105
7.2. Saran	107
DAFTAR KEPUSTAKAAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Berbagai Kemungkinan Tujuan Periklanan	32
5.1. Produk PT SPI dan Pesaingnya	54
5.2. Tingkat Pertumbuhan Pelanggan PT SPI Cabang Jawa Timur	55
5.3. Pangsa Pasar Perusahaan Jasa Operator Selular Awal Tahun 2001	56
5.4. Harga PT SPI dan Pesaingnya	57
5.5. Perhitungan Harga Panggilan Lokal “Mentari” dan Pesaingnya	58
5.6. Perhitungan Harga Panggilan Non Lokal “Mentari” dan Pesaing	59
5.7. Tempat Penjualan Produk PT SPI	61
6.1. Jenis-Jenis BTS	70
6.2. BTS Operator Seluler	70
6.3. Jumlah Investasi Beberapa Operator Seluler Tahun 2002	72
6.4. Lima Perusahaan Operator Seluler di Asia	75
6.5. Faktor Kekuatan dan Kelemahan PT SPI	82
6.6. Faktor Peluang dan Ancaman PT SPI	83
6.7. Daftar Pelanggan Operator Selular	85
6.8. Pangsa Pasar Perusahaan Operator Selular	86
6.9. Periklanan Perusahaan Operator Seluler	88
6.10. Pelanggan Telepon Seluler seAsean	93
6.11. Persentase Perkembangan Pelanggan Telepon Seluler seAsean	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kekuatan-Kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri	11
2.2. Diagram Analisis SWOT	17
2.3. Rantai Nilai Generik	19
2.4. Bagan Ekspansi Produk/Pasar dari Ansoff	22
2.5. Struktur Pasar Hipotesis	26
2.6. Komponen 4P dalam Bauran Pemasaran	27
3.1. Kerangka Konseptual dari PT SPI	39
6.1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Seluler	91
6.2. Hasil Analisis SWOT	97
6.3. Matriks Strategis PT SPI	97
6.4. Saluran Distribusi PT SPI	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Bobot dari PT SPI	115
Rating dari PT SPI	116
Kuesioner	117
Istilah yang Biasa Digunakan Operator Seluler	119