

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME

PADA PT TELKOM ENDE

SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH

**MUHAMAD SANUSI RATU
2014411271**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : MUHAMAD SANUSI RATU

Nim : 2014411271

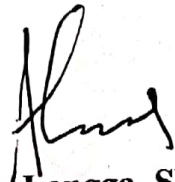
**Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME
PADA PT TELKOM ENDE**

Ende, 19 Februari 2022

**Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Flores**

Pembimbing I

Pembimbing II



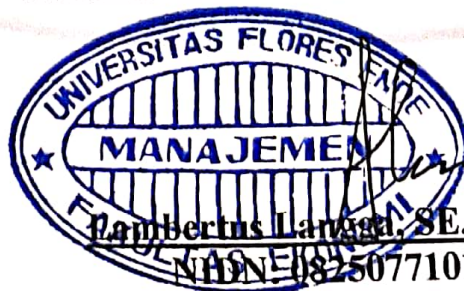
**Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN:0825077101**



**Maria Helena C. Dua Mea, S.S.,MM
NIDN:0831108301**

Mengetahui

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



**Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN:0825077101**

LEMBAR PENGESAHAN


Telah diterima dan disahkan oleh dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk dipertahankan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 19 Februari 2022


Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi


Iriany Dewi Seferman, SE., M.Sc
NIDN: 0826037001


Mengesahkan
Keta Program Studi Manajemen

Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN: 0825077101


Dewan Penguji:


1. Dr. Hironomus Se, SE., MM
NIDN : 0829097501
2. Maria Endang Jmu, SE., MM
NIDN: 0814109101
3. Gabriel Tanusi, SE., M.Si
NIDN : 0827067101
4. Maria Helena C. Dua Mea, S.S., MM
NIDN : 0831108301
5. Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN: 0825077101

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.” – HR Tirmidzi

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlal seolah kamu akan hidup selamanya.” – Mahatma Gandhi

PERSEMBAHAN

Karya Tulis sederhana ini ku persembahkan kepada:

1. bapa dan mama tercinta (alm. Achmad Pada dan Mahrnun salma), terima kasih untuk semua kasih sayang dan doa serta rasa cinta yang selalu mengharapkan keberhasilan dan kesuksesanku. Doamu dan usahamu yang menjadi motivasi untuk menyelesaikan setiap tanggung jawabku selama masa studi di perguruan tinggi ini.
2. Isriku Anita Fauziah , terima kasih atas kasih sayang, perhatian dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam melewati hari-hari kita..
3. Kakakku (Diana, Dewi, Tetty, Metty, Fitry beserta keluarganya) tetaplah kita berusaha menjadi anak yang berbakti dan mengangkat derajat kedua orang tua kita, karena kita bagaikan bintang-gemintang yang terangkai bersama dan selalu menyenandungkan doa untuk kebahagiaan istana keluarga kita.
4. Dan kepada rekan” kerja PT. Telkom cab Ende dan sahabat saya lainnya yang tidak dapat disebut satu persatu terima kasih untuk jalinan persahabatan selama ini telah berbagi untuk canda tawa susah senang.
5. Universitas Flores tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karenan atas berkat, rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat melaksanakan kegiatan penelitian sampai penulisan skripsi ini dengan judul ” Analisis Strategi Pemasaran Produk IndiHome Pada PT Telkom Ende”” yaitu sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini adalah juga berkat bantuan dukungan dan doa secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Universitas Flores Dr. Simon Sira Padji, MA dan Jajarannya yang telah memberikan ruang dan waktu kepada saya untuk mengenyam pendidikan di lembaga ini.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
3. Ketua Program Studi, Sekertaris Program Studi, bapak/ibu Dosen dan para pegawai di program studi Manajemen yang telah membantu dan membimbing saya selama mengenyam masa pendidikan.
4. Bapak Lambertus Langga, SE,.M.Sc,selaku pembimbing1dan Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S,.M.M selaku pembimbing 2 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memotivasi saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. PT. Telkom Ende yang telah menerima dan melayani peneliti selama melakukan penelitian.

6. Keluarga, Sahabat saya yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan saya semangat.
7. Serta semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi yang saya tulis ini dapat bermanfaat. Dengan penuh rendah hati saya menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Saran dan kritikan yang membangun sangat diperlukan untuk penyempurnaan skripsi ini.

Ende, Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Muhaamad Sanusi Ratu , Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen.” Analisis Strategi Pemasaran Produk IndiHome Pada PT Telkom Ende” pembimbing I Lambertus Langga,SE.,M.Sc pembimbing II Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Pemasaran Produk IndiHome yang dilakukan pada PT Telkom Ende, ditinjau dari kekuatan dan kelemahan perusahaan dari strategi pemasaran produk indihome yang dilakukan pada PT Telkom Ende.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pengembangan melalui analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. populasi adalah seluruh karyawan yang bekerja pada perusahaan PT Telkom Ende. sampel penelitian sebanyak 21 orang karyawan, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis WSOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk IndiHome pada PT Telkom Ende ditinjau dari kekuatan diperoleh rata-rata skor sebesar 3,90. hal ini sudah dapat dikatakan tinggi karena persepsi responden telah memberikan persepsi tinggi yang didukung dengan kekuatan finansial, memiliki

saluran pengan yang cukup lengkap serta memiliki deretan produk utama (*triple play*). Dari segi kelemahan cukup rendah, hal ini dapat dilihat hasil skor dan persepsi responden sebesar 2,73, hal ini menunjukkan bahwa kelemahan dihadapi saat ini suda dapat diatasi oleh perusahaan PT.Telkom Ende. Hasil penelitian strategi pemasaran produk IndiHome PT.Telkom Ende, ditinjau dari peluang diperoleh skor sebesar 3,67. Hal ini berada dalam kategori tinggi, alasannya permintaan masyarakat tinggi terhadap akses internet. ditinjau dari ancaman diperoleh scor jawaban responden sebanyak 3,31 hal ini berada posisi tinggi, karena jaringan akses kabel dalam menghadapi potensi ancaman keamanan belum dapat diatasi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, kekuatan dan kelemahan perusahaan, peluang dan ancaman perusahaan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.1.1 Konsep pemasara	5
2.1.2. Pengertian Pemasaran	6
2.1.3 Pengertian Strategi	7
2.1.4. Pengertian Strategi Pemasaran.....	9
2.1.5. Pengembangan Produk	12
2.2. Pengertian Analisis SWOT	15
2.2.1. Aspek- Asspek Analisis SWOT.....	18
2.2.2. Fungsi Analisis SWOT	19
2.2.3.Manfaat Analisis SWOT	20
2.2.4.Tujuan Analisis SWOT	21
2.2.5. Unsur – Unsur SWOT.....	21
2.2.6. Rancangan Analisis SWOT.....	18
2.2.7. Matriks SWOT	19
2.3 Penelitian Terdahulu	32
2.4 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 PendekatanPenelitian	35
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.3. Definisi Operasional Fariabel	35
3.4. Populasi dan Sampel	36
3.5. Lokasi Penelitihan	36
3.6.Jenis Data	36
3. 7. Sumber Data.....	37
3.8. Teknik Pengumpulan Data	37

3.9 Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya PT.Telkom Ende	44
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.3. Stuktur Organisasi	45
4.2. Hasil Penelitian	48
4.2.1. Karakteristik Identitas Responden	48
4.2.2. Analisis Persepsi Responden.....	52
4.2.3 Analisis Matriks SWOT	61
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.	72
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Keuangan Tahun 2017 - 2020	3
Tabel 2.1 Pembobotan IFAS	22
Tabel 2.2 Pembobotan EFAS	24
Tabel 2.3 Tabel Matriks SWOT	29
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Tabel Matriks SWOT	42
Tabel 4.1 Perincian Pengembalian dan Penggunaan Kuesioner	44

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.4 Matriks IFAS	48
Tabel 4.5 Matriks EFAS	50
Tabel 4.6 Matriks SWOT	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram Kuadran SWOT	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Diagram Kuadran SWOT	41
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.3 Diagram Koordinat SWOT	51

