

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN SWOT PADA PRODUK INDIHOME DI PT.TELKOM INDONESIA KABUPATEN BONDOWOSO

Nurullita Vika Dila¹, Budi Santoso², Yohanes Gunawan Wibowo³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Jember

Jln. Karimata No.63Jember 67121

Email : nurullitavika13@gmail.com¹, budisantoso@unmuhjember.ac.id²,
gunawanwiboro@unmuhjember.ac.id³

ABSTRAK

PT. Telkom Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi dengan IndiHome produk yang merupakan kombinasi dari jenis produk dan jasa telekomunikasi, informasi, media dan edutainment menjadi salah satu yang terdiri dari layanan internet kecepatan tinggi, telepon rumah, dan interaktif (UseeTV kabel) atau Triple Play. pengguna Indihome tercatat tumbuh pesat selama pandemik. SVP Corporate Communication & Investor Relation Telkom Ahmad Reza mengatakan sepanjang pandemik ini Indihome mengalami peningkatan permintaan hingga 50% dibandingkan sebelum adanya pandemik. Menurutnya, pandemik Covid 19 di Indonesia melatarbelakangi adanya kebijakan aktivitas belajar dan bekerja dari rumah sehingga kebutuhan masyarakat akan akses internet pun mengalami peningkatan, sehingga PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, berupaya memaksimalkan mungkin meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan Indihome. Saat ini Indihome tengah menjadi salah satu mesin pertumbuhan baru perseroan. Tercatat per Juni 2020 kontribusi bisnis Internet broadband tersebut mencapai sekitar 15% terhadap pendapatan konsolidasi Telkom. Namun dikarenakan hal tersebut pelanggan indihome saat ini mengeluhkan jaringan indihome yang bermasalah kala work home atau WFH ditengah pandemi virus covid-19 sehingga menerapkan segala aktivitasnya memanfaatkan jaringan internet khususnya WiFi. Adapun permasalahan dalam penelitian ini pada PT. telekomunikasi tbk Bondowoso yaitu perusahaan kurang dalam melakukan promosi produk indihome, kualitas produk indihome yang masih kurang optimal. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif pendekatan mix riset kombinasi kuan dan kual. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dari kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Teknik analisis dalam penelitian menggunakan metode stratgi analisis SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan dan memberikan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil Penelitian ini adalah diketahui posisi PT. Telkom Bondowoso, terletak pada kuadran I yaitu strategi agresif. Pada sisi horizontal matriks EFE yaitu eksternal dengan nilai 1,7 dan 1,48 yang berarti positif. Dan matriks IFE yaitu internal dengan nilai 2,4 dan 1,08 yang berarti positif. Hal tersebut berdasarkan

Matriks IFE dan EFE menunjukkan dalam kuadran I ini berarti PT. Telkom Bondowoso yaitu Ekspansi, Promosi, iklan dan sosialisasi, Pelatihan karyawan, Subsidi gratis internet dan *Upgrade* layanan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran, dan Manajemen.

ABSTRACT

PT. Telkom Indonesia is a company engaged in telecommunications with IndiHome products which are a combination of types of telecommunication, information, media and edutainment products and services into one consisting of high speed internet services, landlines, and interactive (UseTV cable) or Triple Play. . Indihome users are recorded to grow rapidly during the pandemic. Telkom SVP Corporate Communication & Investor Relations Ahmad Reza said that during this pandemic Indihome experienced an increase in demand of up to 50% compared to before the pandemic. According to him, the Covid 19 pandemic in Indonesia is behind the policy of studying and working from home so that the public's need for internet access has also increased, so PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, seeks to maximize its services to Indihome customers. Currently, Indihome is becoming one of the company's new growth engines. As of June 2020, the broadband Internet business contribution reached around 15 percent of Telkom's consolidated revenue. However, due to this, indihome customers are currently complaining about the problematic indihome network when working at home or WFH in the midst of the covid-19 virus pandemic, so they apply all their activities using the internet network, especially WiFi. The problems in this research at PT. Bondowoso tbk telecommunications, namely the company is lacking in promoting indihome products, the quality of indihome products is still less than optimal. This research method uses a descriptive mix research approach to the combination of quantity and quality. Data collection techniques in this study were from questionnaires, interviews, and literature study. The analysis technique in this research uses the SWOT analysis strategy method. The purpose of this research is to develop and provide a marketing strategy using SWOT analysis. Based on the results of this study, it is known the position of PT. Telkom Bondowoso, is located in quadrant I, namely aggressive strategy. On the horizontal side of the EFE matrix, namely external with values of 1.7 and 1.48 which means positive. And the IFE matrix is internal with a value of 2.4 and 1.08 which means positive. This is based on the IFE and EFE Matrix which shows that in quadrant I, it means that PT. Telkom Bondowoso namely Expansion, Promotion, advertisement and socialization, Employee training, Subsidiy for free internet and Service upgrade.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Mix, Marketing Strategy, and Management.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, telekomunikasi memegang peranan penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Teknologi komunikasi memungkinkan orang untuk bertukar informasi dari jarak jauh dengan cepat dan efisien. Perkembangan teknologi akses jaringan memungkinkan operator layanan menyediakan berbagai layanan seperti layanan suara (telepon), data (Internet), dan gambar (TV) dengan satu akses jaringan. Dalam persaingan bisnis yang ketat saat ini, perusahaan mencari strategi yang lebih baik setiap tahun. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengantisipasi persaingan dan meningkatkan penjualan adalah penggunaan strategi produk dengan SWOT.

Analisis SWOT menurut Rangkuti (2015:19) adalah mengidentifikasi berbagai faktor yang menyusun strategi perusahaan secara sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Indihome menggunakan kabel serat optik sehingga memiliki kecepatan hingga 100 Mbps dan terhindar dari gangguan cuaca serta memiliki keunggulan. Strategi yang dipersiapkan secara matang membuat Indihome yakin dapat bersaing dan akan menjadi pilihan masyarakat sebagai layanan broadband. Adapun program pemasaran eksiting yang sudah dilakukan PT.Telkom, seperti: membuat spanduk, mobil branding, sun screen, flyer, brosur, flyer FTTH, dan rompi sales force. IndiHome, salah satu produk PT Telekomunikasi Indonesia, saat ini menerima keluhan pengguna di media sosial Twitter. Banyak pengguna yang mengeluhkan jaringan IndiHome. Jaringan ini sering mengalami masalah bekerja di rumah atau di WFH selama pandemi virus corona. Selain itu, pemerintah telah memperkenalkan sistem belajar dan bekerja dari rumah, yang mengharuskan pengguna untuk menggunakan jaringan Internet, terutama Wifi, lebih sering dari biasanya. Wawancara yang telah dilakukan pada pelanggan indihome, peneliti mendapati beberapa hal yang dapat membuat persepsi pelanggan terhadap indihome ini bermasalah atau menjadi kurang baik.

Strategi pemasaran bertujuan untuk menentukan sasaran pangsa pasar yang tersegmentasi dalam pemasaran produk yang kita tawarkan. Hal ini dilakukan untuk lebih mengatur pemasaran produk kami sehingga hasil kami dapat memenuhi harapan yang diprediksi sebelumnya. Terlalu banyak faktor internal dan eksternal yang nantinya mengganggu proses aplikasi. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bondowoso, dari kegiatannya sebagai Principal untuk menganalisis, merencanakan dan mengawasi kegiatan strategi atau kegiatan produk, harga, tempat, promosi dan program yang direncanakan dalam bentuk orang dalam pemasaran produk dan layanan. Itu tidak bisa dipisahkan. Bukti fisik, dan proses. Dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan pasar dan konsumen yang ada, perusahaan perlu melakukan dan mengembangkan berbagai evaluasi terhadap unsur-unsur kegiatan promosi. Peningkatan jumlah pengguna indihome yang menggabungkan semua media komunikasi dengan dukungan bersama.

RUMUSAN MASALAH

Strategi pemasaran sangat penting untuk mempromosikan produk agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Menurut penelitian Genenova dan Siam (2016), strategi dirumuskan dengan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keunggulan bersaing ECI adalah dengan mengintegrasikan QSPM dan matriks strategi SWOT. Sedangkan pada penelitian Nuary (2016) menyatakan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi agresif merupakan strategi yang cocok untuk PT. Super Sukses Motor Banjarmasin menjelaskan dalam penelitian ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Motor Super Sukses Banjarmasin selama ini belum maksimal. Maka dengan merujuk dari penelitian terdahulu tersebut, pertanyaan dari peneliti adalah apa saja langkah- langkah strategi pemasaran yang diterapkan pada PT Telkom Bondowoso dengan menggunakan analisis SWOT ?

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka Konseptual



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif dengan pendekatan mix riset, kombinasi antara kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi beberapa variabel yang menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun variabel IFAS dan EFAS diantaranya adalah kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*). Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data mentah adalah jenis data penelitian yang berupa pendapat, sikap, pengalaman atau karakteristik individu atau kelompok yang menjadi subyek penelitian. sedangkan Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dengan adanya perantara, berupa bukti, atau catatan. Baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah ini dengan menyebarkan kuesioner

kepada responden, melakukan wawancara dan studi kepustakaan.

Analisis Data

Metode analisis data penelitian ini cocok digunakan oleh PT dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu menganalisis kekuatan dan kelemahan dari indie home service PT. Telekomunikasi Indonesia Bondwoso dan memadukan antara peluang dan ancaman yang dihadapi. Dapatkan strategi yang bagus. bondowoso telekomunikasi indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berikut Beberapa faktor internal dan eksternal PT Telkom Bondowoso dari produk produk IndiHome yang penting dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Faktor Internal PT Telkom Bondowoso

a. Kekuatan (*Strenght*)

- 1) Indihome merupakan perusahaan besar dan terkenal dengan jaringan indihome yang meluas.
- 2) Indihome memiliki reputasi produk yang bagus. Segmen pasar produk Indihome sangat luas
- 3) *Service* untuk setiap produk Indihome memiliki kepuasan tersendiri bagi *costumer*.
- 4) PT Telkom Bondowoso memiliki tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau *costumer*.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Indihome memiliki harga yang relatif tinggi.
- 2) PT Telkom Bondowoso memiliki kurang dalam hal kelengkapan produk pelayanannya.
- 3) Produk Indihome minim promo dan diskon.

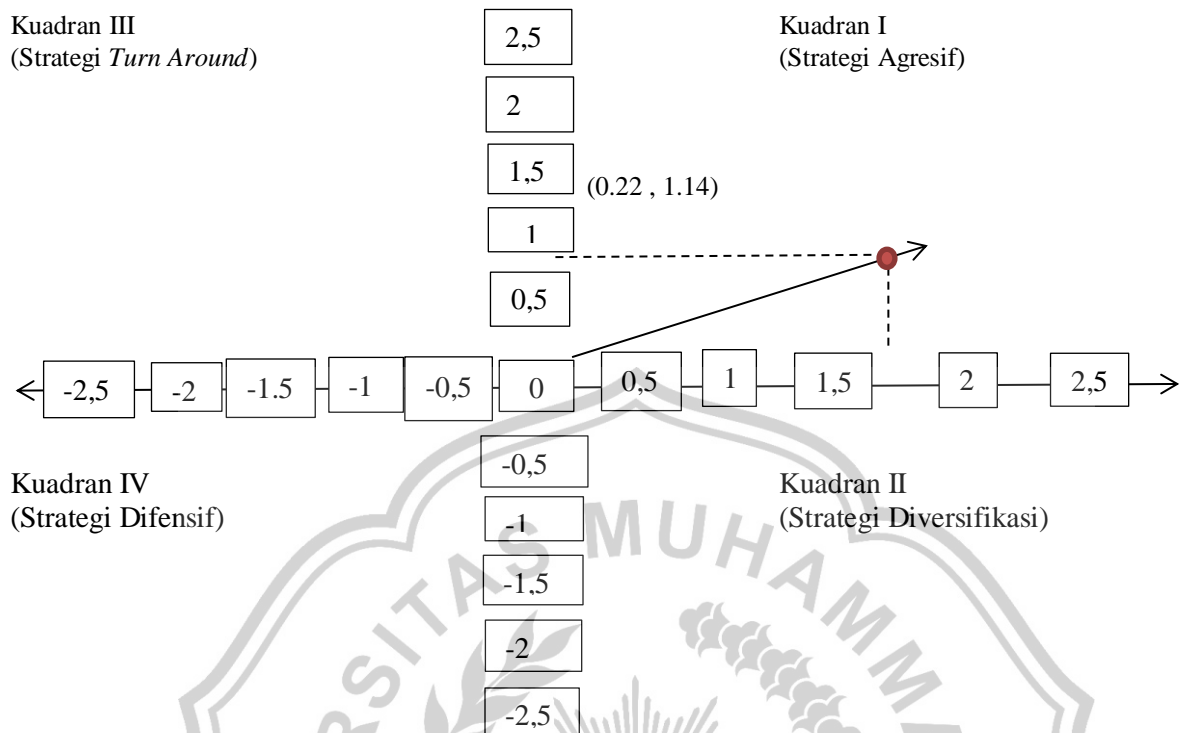
2. Faktor External PT Telkom Bondowoso.

a. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Permintaan pasar sangat tinggi sehingga daya beli masyarakatpun ikut tinggi.
- 2) Pangsa pasar yang cukup besar dari perumahan hingga pertokoan
- 3) Perkembangan dan kemajuan teknologi.
- 4) Perubahan sikap dan gaya hidup masyarakat

b. Ancaman (*Threats*)

- 1) Banyaknya pesaing-pesaing baru yang menawarkan produk internet yang sama.
- 2) Harga produk yang dapat berubah sewaktu-waktu
- 3) Banyak pesaing baru yang menawarkan harga paket lebih rendah
- 4) Masyarakat kedepan akan semakin menuntut mobilitas dan fleksibilitas dari apa yang mereka dapatkan sekarang
- 5) Jaringan Telkom, khususnya akses jaringan kabel menghadapi potensi ancaman keamanan.



Sumber : swot analysis diagram

Berdasarkan gambar 4.13 Matriks diatas dapat diketahui posisi PT. Telkom Bondowoso, terletak pada kuadran I yaitu strategi agresif. Pada sisi horizontal matriks EFE yaitu eksternal dengan nilai 1,7 dan 1,48 yang berarti positif. Dan matriks IFE yaitu internal dengan nilai 2,4 dan 1,08 yang berarti positif. Pertemuan matrik IFAS dan EFAS berada di kwadran I : formulasi stratgy AGRESIF adalah situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan keunggulan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam hal ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang aktif (growth oriented strategy). Menurut hasil analisis dari Matriks IFE dan EFE menunjukkan dalam kuadran I ini berarti PT. Telkom Bondowoso :

- a. Ekspansi
- b. Upgrade layanan
- c. Subsidi gratis internet
- d. Promosi, Iklan dan Sosialisasi
- e. Pelatihan Karyawan

PEMBAHASAN

Strategi yang tepat diterapkan oleh PT. Telkom Bondowoso berada pada lintasan pertumbuhan yang agresif. Alternatif pilihan atau strategi yang harus diterapkan oleh PT. Telkom Bondowoso dapat memberikan keunggulan kompetitif atas produk Indihome yang dapat dijual sebagai berikut:

1. Ekspansi

Perusahaan melakukan ekspansi ke wilayah-wilayah dengan permintaan layanan Internet yang tinggi, terutama di wilayah Bondowoso. Sumber daya keuangan yang stabil dapat digunakan

sebagai modal untuk memasang Internet broadband tetap di daerah baru. Analisis kebutuhan dilakukan untuk mengetahui permintaan online di daerah baru.

2. *Upgrade Layanan*

Telkom membuat layanan aplikasi untuk layanan Internet. Aplikasi ini berfungsi sebagai fitur yang menyediakan fitur yang berguna bagi konsumen untuk menjadwalkan pengaduan, meningkatkan layanan internet, dan menginstal Indihome. Dengan mengatur jadwal, Anda dapat mencegah keterlambatan dalam mengelola janji temu oleh karyawan Indihome.

3. Subsidi

Subsidi dilaksanakan bekerjasama dengan pemerintah. Dana bantuan masyarakat khususnya untuk rumah dengan siswa yang melakukan pembelajaran online di masa pandemi saat ini.

4. Promosi, iklan dan sosialisasi

Promosi dan iklan dilaksanakan untuk meningkatkan jumlah pengguna jasa Internet menjadi lebih banyak. Iklan yang ditampilkan dengan memberikan informasi tentang keunggulan layanan yang ditawarkan, salah satunya adalah Fixed Boardband. Promosi dilakukan dengan memberikan diskon atau potongan harga kepada pelanggan yang baru saja mendaftar sebagai pengguna produk Indihome. Pelanggan juga dapat disosialisasikan untuk memberikan informasi tentang harga yang berubah dari waktu ke waktu atau dari orang lain

5. Pelatihan Staf

Melatih staf baru dan lama. Pelatihan manajemen waktu dapat menguntungkan baik pelayanan yang diberikan kepada konsumen maupun perusahaan, tanpa adanya penundaan dalam pemasangan produk yang dibeli konsumen dan menguntungkan bagi perusahaan. Melalui pelatihan ini, citra perusahaan yang baik akan terbentuk di masyarakat. Melalui pelatihan ini, karyawan dapat memberikan segala fasilitas pelayanan untuk produk indihome, sehingga dapat terwujud dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa PT Telkom Bondowoso, terletak pada Kuadran I yaitu strategi agresif yang dapat menerapkan strategi pemasaran dengan melalui staretgi sebagai berikut :

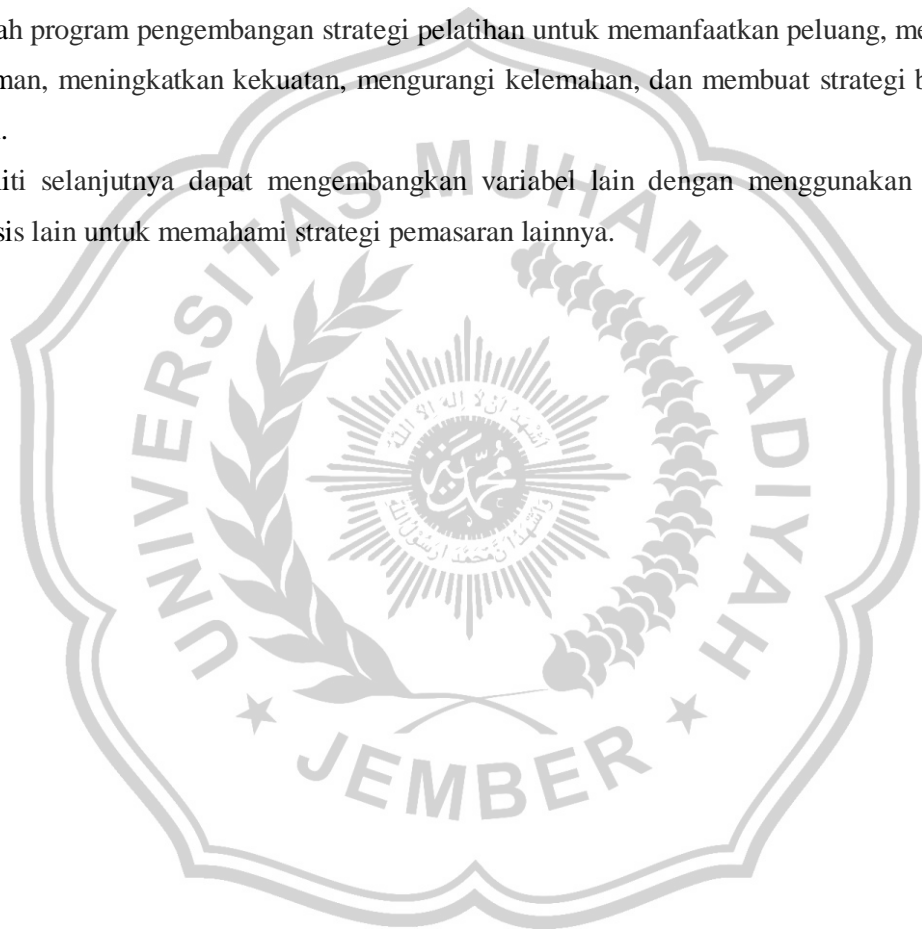
1. Perusahaan sedang melakukan ekspansi ke daerah-daerah di mana permintaan akan layanan Internet tinggi, terutama di Bondowoso
2. PT Telkom Bondowoso membuat layanan aplikasi (*service upgrade*) untuk layanan Internet. Aplikasi ini bertindak sebagai alat untuk memfasilitasi penjadwalan keluhan konsumen
3. Bekerjasama dengan pemerintah untuk melaksanakan subsidi internet gratis. Bantuan dana dari masyarakat, khususnya bagi keluarga mahasiswa yang belajar online di masa pandemi saat ini.
4. Promosi dan iklan dilakukan dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna jasa Internet. Iklan yang ditampilkan dengan menginformasikan tentang manfaat dari layanan yang diberikan. Sosialisasi pelanggan juga dapat dilakukan untuk memberikan informasi tentang harga yang

berubah dari waktu ke waktu atau sebaliknya.

5. Kami memberikan pelatihan bagi karyawan lama dan baru. Pelatihan manajemen waktu dapat membantu layanan yang ditawarkan kepada konsumen dan bisnis.

Saran

1. Selalu berinovasi untuk pengembangan dan selalu memperluas pasar untuk mencapai tujuan perusahaan. Kemungkinan inovasi termasuk pembuatan produk berkualitas tinggi dengan harga rendah, pembuatan produk baru melalui penggunaan mesin dan pabrik yang lengkap. Perusahaan perlu memperluas pasar dengan menggunakan cakupan di seluruh Indonesia untuk memperluas pasar dengan menggunakan citra merek yang baik di kalangan konsumen
2. Sebuah program pengembangan strategi pelatihan untuk memanfaatkan peluang, meminimalkan ancaman, meningkatkan kekuatan, mengurangi kelemahan, dan membuat strategi berharga dan layak.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain dengan menggunakan metode alat analisis lain untuk memahami strategi pemasaran lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Andries, Frederick Reginald. 2007. Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada PT Waringin Puspanusa Lestari Jakarta) Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Arifin, (2014), Metode Analisis SWOT dan MDT, PT Aseli Dagadu Djogja Jakarta.
- Assauri, Sofyan. 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Bungi, M. Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif. Jakarta : Kencana.
- Creswell, 2010. Teknik Pengumpulan Data.
- David (Fred R. David, 2008, 8), Kekuatan Dan Kelemahan Dalam Area Fungsional Bisnis.
- David, Fred. R. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- David, Freddy. R. 2015. Personal SWOT Analysis. Jakarta : Gramedia Utama.
- Gunawan, Imam. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hidayat (2010) Penelitian Deskriptif.
- J. David Hunger, Thomas L. Manajemen Strategis. Yogyakarta, 200