

DAFTAR ISI

1. Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Objek Penelitian	7
1.3. Tujuan dan Kontribusi yang diharapkan.....	7
1.4. Ruang Lingkup dan Batasan Penulisan	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
2.Tinjauan Pustaka dan Metodologi Penelitian.....	10
2.1. Strategic Marketing Planning	10
2.2. Pemasaran Jasa.....	11
2.3. Analisis Pasar	18
2.1. Portfolio Analysis	20
2.4.1. Market Attractiveness dan Competitive Position	22
2.5. Metodologi Penelitian.....	25
2.5.1. Metode Pengumpulan Data	25
2.6. Jenis Data Menurut Sumbernya.....	26
2.7. Jumlah dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
2.8. Kerangka Analisis.....	29
3. Gambaran Umum Perusahaan	31
3.1. Gambaran Umum Perusahaan	31
4. Analisis Situasi.....	36
4.1. Current Performance.....	36
4.2. Market Demand	39
4.3. Market Size dan Growth Rate	40
4.4. Market Potential.....	41
4.5. Competition and Industry.....	42

4.5.1. Teknologi CDMA	44
4.5.2. Kelebihan CDMA.....	45
4.5.3. Tren Industri.....	47
4.5.4. Competitors.....	48
4.6 Customer Analysis.....	51
4.6.1 Brand Awareness	51
4.6.2. Customer Needs.....	52
4.6.3. Competitive Position and Value	54
5. Rencana Strategi dan Implementasi	57
5.1. Sasaran Strategi Pemasaran	57
5.1.1. Market Attractiveness.....	59
5.1.2. Competitive Position.....	61
5.1.3. Portfolio Analysis	63
5.2. Rencana Implementasi	66
6.Kesimpulan dan Rekomendasi.....	71
6.1. Kesimpulan	71
6.2. Rekomendasi.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data pertumbuhan pelanggan Bakrie Telecom dari tahun 2005 - 2010	2
Tabel 2 Penjelasan Tarif antar operator CDMA (data per January 2012)	3
Tabel 3 Yearly Postpaid Revenue.....	5
Tabel 4 Yearly Prepaid Revenue	5
Tabel 5 Data pelanggan Bakrie Telecom wilayah Jabodetabek dari tahun 2009 – 2012	5
Tabel 6 Data perbandingan churn rate dan pendapatan usaha PT Bakrie Telecom wilayah Jabodetabek dari tahun 2009 – 2012	7
Tabel 7 Tabel Ukuran Sampel.....	28
Tabel 8 Pengguna CDMA aktif di Jabodetabek	29
Tabel 9 Penyebaran Kuesioner	29
Tabel 10 Tabel Rasio Keuangan tahun 2011.....	38
Tabel 11 Tabel Faktor <i>Market Demand</i>	39
Tabel 12 Tabel Market Potensial dan Share Operator di Indonesia Q3, 2011	40
Tabel 13 Tabel Risiko Asia / Reward analisis Rating sektor telekomunikasi	41
Tabel 14 Tabel Estimasi perkembangan jumlah pelanggan operator di Indonesia	41
Tabel 15 Tabel pemain dalam industry telekomunikasi berdasarkan pemilik saham dan market.....	48
Tabel 16 Tabel produk dan layanan baru Telkom Flexi selama tahun 2011.....	49
Tabel 17 Tabel produk dan layanan baru Smartfren selama tahun 2012	50
Tabel 18 Tabel faktor-faktor pertimbangan konsumen memilih provider CDMA wilayah Jabodetabek.....	53
Tabel 19 Tabel faktor-faktor pertimbangan konsumen memilih provider CDMA wilayah Jabodetabek.....	54
Tabel 20 Tabel jumlah pelanggan Esia dan Market Share wilayah Jabodetabek	57
Tabel 21 Tabel <i>forecast</i> jumlah pelanggan Esia dan <i>Market Share</i> wilayah Jabodetabek....	58
Tabel 22 Tabel Market Attractiveness Index.....	59
Tabel 23 Tabel Competitive Position Index.....	61

Tabel 24 Tabel *Timeline* Implementasi..... 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Iklan persaingan harga dan iklan tidak tidak etis antar operator	2
Gambar 2 <i>Customer Decision Process</i>	18
Gambar 3 Portfolio Strategies dan Strategic Market Plans	21
Gambar 4 Kerangka Analisa.....	30
Gambar 5 Struktur Organisasi.....	33
Gambar 6 Laporan Keuangan 2010 - 2011.....	37
Gambar 7 Pertumbuhan pelanggan <i>prepaid</i> Esia wilayah Jabodetabek Q3, 2011.....	42
Gambar 8 Market Share Operator di Indonesia untuk Q2, 2011.....	49
Gambar 9 Strategi Bisnis yang Dipilih	65

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Data Pelanggan Bakrie Telecom wilayah jabodetabek dari tahun 2009 – 2012	6
Grafik 2 Grafik brand awareness pengguna provider CDMA wilayah Jabodetabek.....	52
Grafik 3 Grafik faktor-faktor pertimbangan konsumen memilih provider CDMA wilayah Jabodetabek.....	55
Grafik 4 Faktor – faktor pertimbangan konsumen memilih provider CDMA wilayah Jabodetabek.....	56
Grafik 5 <i>Forecast</i> jumlah pelanggan Esia dan <i>Market Share</i> wilayah Jabodetabek	58
Grafik 6 Portfolio Strategies dan Strategic Market Plans	64