

Analisis Strategi Pemasaran Web Hosting pada PT. Singcat Network

Andy Margono – 0600616573

Yati – 0600611383

Abstrak

Perkembangan bisnis *hosting* di Indonesia semakin pesat dan menjanjikan, seiring dengan berkembangnya teknologi dan penggunaan internet. Perkembangan ini tentunya diikuti dengan semakin banyaknya perusahaan yang bersaing dalam industri *hosting*. Maka dari itu penulis melakukan analisis pada salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *hosting*, yaitu PT. Singcat Network. Analisis dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran perusahaan yang telah diterapkan, untuk mengukur kinerja perusahaan dan membantu perusahaan menghadapi persaingan dengan merumuskan strategi pemasaran *web hosting* yang sesuai dengan keadaan lingkungan internal dan eksternal PT. Singcat Network. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus yang menganalisis bagaimana kekuatan persaingan mempengaruhi strategi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi pustaka dan riset lapangan melalui survey, wawancara dan kuesioner yang disebar pada para pelanggan Singcat. Analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang baik untuk memanfaatkan peluang yang ada. Tetapi selama ini perusahaan kurang agresif dalam melakukan pendekatan pasar. Perumusan strategi yang tepat dibutuhkan untuk memperluas pasar dan agar mampu untuk bersaing dan menjadi *leader* dibidang *hosting*.

Kata Kunci

Strategi pemasaran, *web hosting*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya dan segala hal yang Ia berikan sehingga memungkinkan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Web Hosting pada PT. Singcat Network" diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak akan tersusun dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan semua pihak dalam menyelesaikannya, antara lain:

- Orang tua dan keluarga atas doa dan segala dukungan yang diberikan.
- Bapak Prof. Dr. Geraldus Polla, M.App.Sc. selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.
- Bapak Parulian Sihotang, Ak. M.Acc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara.
- Bapak Antonius Herusetya SE., MM., Ak., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
- Ibu Tjia Fie Tjoe, S.Kom., MM., selaku sekretaris jurusan
- Bapak Suryadiputra Liawatimena, Pgdip.App.Sci., selaku Dosen pembimbing.
- Bapak Mike Purnama, selaku Presiden Direktur PT. Singcat Network.
- PT. Singcat Network, pihak perusahaan tempat penelitian berlangsung.
- Seluruh staf dan karyawan PT. Singcat Network yang telah membantu dalam diskusi dan konsultasi dalam penyusunan Skripsi.
- Bapak Brata Wibawa Djojo, SE, MM, M.Com, atas bantuan dan masukan yang diberikan
- Ibu Retno Dewanti, atas saran dan bantuannya
- Yonscun Lie, Erik Kurniawan, serta teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas budi baik tersebut, dan skripsi ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 5 Januari 2006

Penyusun,

Andy Margono

0600616573

Yati

0600611383

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
Bab 1 . PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.4 Sistematika Penulisan	3
Bab 2. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Strategi	4
2.1.1 Tipe-Tipe Strategi	7
2.2 Pengertian Pemasaran	8
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.3.1 Prinsip dalam Strategi Pemasaran	10
2.4 Pengertian Internet	18
2.4.1 Istilah-Istilah dalam Internet	19
2.5 Pengertian Pemasaran dengan Internet	25
2.5.1 Manfaat Pemasaran Online	27
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.7 Metodologi Penelitian	29
2.7.1 Jenis dan Metode Penelitian	29
2.7.2 Teknik Pengumpulan Data	30
2.7.3 Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	30
2.7.4 Teknik Analisis Data	32
2.7.5 kelemahan Teknik Analisis Data	35
Bab 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Perkembangan Perusahaan	36
3.1.1 Produk dan Layanan yang Disediakan	37

oleh Singcat	
3.1.2 Biaya Hosting pada PT. Singcat Network	37
3.2 Kondisi Bisnis Perusahaan	39
3.2.1 Rencana Marketing yang akan Datang	40
3.3 Analisa Porter	40
3.4 Susunan Struktur Organisasi Perusahaan	43
Bab 4. ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Strategi Pemasaran yang Telah Diterapkan	46
4.1.1 Analisis Hasil Kuesioner	46
4.2 Analisis SWOT	51
4.2.1 Pengumpulan Data Faktor Internal dan Eksternal Singcat	52
4.2.2 Hasil Wawancara Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal PT. Singcat Network	57
4.2.3 Hasil Wawancara Penilaian Faktor Internal dan Eksternal PT. Singcat Network	63
4.2.4 Tahap Input Data Faktor Internal dan Eksternal PT. Singcat Network	64
4.2.5 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	66
4.2.6 Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	67
4.2.7 Matriks Internal Eksternal (IE)	68
4.2.8 Matriks SWOT	69
4.2.9 Hasil Penelitian	70
Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	73
5.3 Keterbatasan Skripsi	74
Daftar Pustaka	
Riwayat Hidup	
Lampiran	
Kuesioner	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Nama Domain beserta kegunaannya	22
Tabel 2.2	Operasional Variabel	31
Tabel 2.3	Matriks SWOT	34
Tabel 3.1	Biaya Hosting Server Standard Lokal (IIX)	37
Tabel 3.2	Biaya Hosting Server Premium (USA)	38
Tabel 3.3	Biaya Hosting Server Standard (USA)	38
Tabel 3.4	Jasa Tambahan	38
Tabel 3.5	Biaya <i>Dedicated Server</i>	38
Tabel 4.1	Faktor Kekuatan Singcat	52
Tabel 4.2	Faktor Kelemahan Singcat	53
Tabel 4.3	Faktor Kesempatan Singcat	54
Tabel 4.4	Faktor Ancaman Singcat	56
Tabel 4.5	Hasil Wawancara Pembobotan Faktor Internal PT. Singcat Network	57
Tabel 4.6	Hasil Wawancara Pembobotan Faktor Eksternal PT. Singcat Network	60
Tabel 4.7	Hasil Wawancara Penilaian Faktor Internal PT. Singcat Network	64
Tabel 4.8	Hasil Wawancara Penilaian Faktor Eksternal PT. Singcat Network	64
Tabel 4.9	Pembobotan dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Internal PT. Singcat Network	65
Tabel 4.10	Normalisasi Bobot Faktor Internal PT. Singcat Network	65
Tabel 4.11	Pembobotan dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal PT. Singcat Network	66
Tabel 4.12	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal PT. Singcat Network	66
Tabel 4.13	Matriks IFAS PT. Singcat Network	67
Tabel 4.14	Matriks EFAS PT. Singcat Network	68
Tabel 4.15	Matriks IE Hasil Penelitian	69
Tabel 4.16	Matriks SWOT hasil penelitian	71
Tabel 4.17	Strategi SO	72

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 3.1	Lima kekuatan persaingan dalam bidang <i>hosting</i>	41
Gambar 3.2	Struktur Organisasi PT. Singcat Network	43
Gambar 4.1	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 1	47
Gambar 4.2	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 2	47
Gambar 4.3	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 3	48
Gambar 4.4	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 4	48
Gambar 4.5	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 5	49
Gambar 4.6	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 6	50
Gambar 4.7	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 7	50
Gambar 4.8	Hasil Kuesioner Pertanyaan nomor 8	51
Gambar 4.9	Posisi Relatif PT. Singcat Network	67