

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Lembar Persembahan	x
Intisari	xi

Bab I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	5
1.6. Metodologi Penelitian	5
1.6.1. Metode Penarikan Sampel	6
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data	7
1.6.3. Pengolahan Data	8
1.6.4. Prosedur Analitikal	9
1.7. Sistematika Penulisan	12

Bab II LANDASAN TEORI

2.1. Strategi Pemasaran	14
2.2. Strategi bauran Pemasaran	20
2.3. Strategi Pemasaran untuk Berbagai daur Hidup Produk	22
2.4. Proses Perumusan Strategi Pemasaran	23
2.5. Analisis SWOT	25
2.6. Tahapan Analisis Strategi Pemasaran	33
2.6.1. Tahap Pengumpulan Data	34
2.6.2. Tahap Analisis	38

Bab III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	43
3.2. Tentang Telkom	49
3.3. Profil Telkom Divre V Jawa Timur	56
3.3.1. Profil Singkat	56
3.3.2. Visi Misi dan Kebijakan Kualitas	59
3.3.3. Produk dan Service	59
3.3.4. Teknologi	62
3.3.5. SDM dalam Pengembangan Kompetensi dan Struktur Manajemen	64

Bab IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Struktur Industri	66
4.2. Analisis SWOT	70
4.3. Matriks Diagram SWOT	98
4.4. Hasil Analisis Konsumen	100
4.5. Perencanaan Program Pemasaran	102
4.6. Bauran Pemasaran	107
4.7. Strategi Yang Berorientasi Pertumbuhan	109

Bab V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	112
5.2. Saran	112

Daftar Pustaka
Lampiran

DAFTAR TABEL

2.1	Strategi Pemasaran Untuk Berbagai tahap daur Hidup Produk	23
2.2	Faktor Sukses Kekuatan dan Kelemahan	27
2.3	Ancaman Terhadap Bisnis	29
2.4	Peluang Terhadap Bisnis	30
3.1	Distribusi Pembangunan 2 Juta SST di 5 Divisi KSO	47
3.2	Posisi Saham PT. Telkom 30 Juni 2003 dan 31 Mei 2003	55
4.1	Kondisi Persaingan Bisnis Telekomunikasi	72
4.2	Tabel Kunci Faktor Sukses Kekuatan Perusahaan	74
4.3	Tarif Panggilan Seluler	84
4.4	Tarif Panggilan Flexi dan Esia	86
4.5	Peluang Bisnis	91
4.6	Action Program Telkom Pada Tahun 2003	94
4.7	Ancaman Bisnis	96
4.8	Daftar Pernyataan konsumen	100

DAFTAR GAMBAR

1.1	Analisis SWOT	10
2.1	Analisis dan Diagnosis Strategi	24
2.2	Elemen Struktur Industri	31
2.3	Matrik SWOT	40
2.4	Matrik Internal Eksternal	41
3.1	Kredo Telkom	50
3.2	Maskot Telkom	51
4.1	Analisis SWOT Telkom Flexi	99
4.2	Life Cycle Product Flexi	103