

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT INTELIX GLOBAL CROSSING

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:
ASEP SUHENDAR
NIM: 2411806877



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PADA PT INTELIX GLOBAL CROSSING**

Oleh:

Nama : Asep Suhendar
NIM : 2411806877
Jurusan : Manajemen Bisnis

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 28 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PADA PT INTELIX GLOBAL CROSSING**

Oleh:

Nama : Asep Suhendar
NIM : 2411806877
Jurusan : Manajemen Bisnis

Telah Dipertahankan Di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Nama : Asep Suhendar
NIM : 2411806877
Jurusan : Manajemen Bisnis

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr(Cand) Eko Yuliawan, SE, M.Si

(.....)

Anggota : Judianto Tjahjo Nugroho, ST, MM

(.....)

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Asep Suhendar
NIM	: 2411806877
Program Studi	: Manajemen Bisnis
No KTP	: 3205.2602.0396.0003
Alamat	: Jl. Duren Tiga No.17 – Jakarta Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada PT Intelix Global Crossing** ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Jakarta, 15 Agustus 2023

ASEP SUHENDAR

ABSTRAK

Perkembangan suatu bisnis dapat dilihat dari kondisi pemasarannya. Kesuksesan atau kegagalan pemasaran dapat menjadi kunci dari keberhasilan usaha. Tujuan kegiatan perusahaan adalah untuk memproduksi barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Walaupun inisiatif untuk memproduksi barang dan jasa berasal dari produsen, kesuksesan dari usaha mereka sangat bergantung kepada tanggapan para konsumen. Apabila barang dan jasa yang diproduksi tidak disukai konsumen, produksi penjualan barang dan jasa tersebut akan merugikan perusahaan. Sebaliknya, barang dan jasa yang disukai konsumen akan mengalami peningkatan dalam produksi dan penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan Perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh PT Intelix Global Crossing. 2) Merumuskan alternatif strategi PT Intelix Global Crossing yang diperoleh berdasarkan hasil analisis. 3) Menentukan prioritas strategi yang tepat dalam pengembangan usaha. Pengumpulan data dimulai pada bulan Juni sampai Agustus 2023 pada PT Intelix Global Crossing yang terletak di Jakarta Selatan.

Analisis Internal (IFE) menghasilkan skor 2,65 pada komponen kekuatan dan skor 0,61 pada komponen kelemahan. Analisis eksternal (EFE) menghasilkan skor 2,22 pada komponen peluang dan skor 1,17 pada komponen ancaman. Untuk keseluruhan faktor IFE menghasilkan skor selisih sebesar 2,04(positif) dan skor EFE sebesar 1,05(positif). Analisis matriks IE menetapkan PT Intelix Global Crossing pada posisi kuadran I atau mendukung strategi agresif.

Analisis SWOT menghasilkan beberapa strategi yang dapat diterapkan, adalah : 1) meningkatkan kualitas mutu dan produk, 2) memanfaatkan dan mempertahankan pengolahan sistem asli, memperluas jangkauan monitoring aplikasi, harga kompetitif yang sangat terjangkau dan bisa disesuaikan dengan kondisi budget klien dan maintenance gratis berkala, 3) memperluas image di Masyarakat luas baik dalam negeri maupun luar negeri..

ABSTRACT

The development of a business can be seen from its marketing conditions. Marketing success or failure can be the key to business success. The purpose of the company's activities is to produce goods and services that can meet consumer needs. Although the initiative to produce goods and services comes from producers, the success of their efforts is very dependent on the response of consumers. If the goods and services produced are not liked by consumers, the production of sales of these goods and services will be detrimental to the company. Conversely, goods and services that consumers like will experience an increase in production and sales, which will ultimately increase company profits.

The aims of this research are: 1) To identify the internal and external factors faced by PT Intelix Global Crossing. 2) Formulate alternative PT Intelix Global Crossing strategies obtained based on the results of the analysis. 3) Determine the right strategic priorities in business development. Data collection starts from June to August 2023 at PT Intelix Global Crossing which is located in South Jakarta.

Internal Analysis (IFE) produces a score of 2.65 on the strengths component and a score of 0.61 on the weaknesses component. External analysis (EFE) resulted in a score of 2.22 on the opportunity component and a score of 1.17 on the threat component. For all IFE factors, the difference score is 2.04 (positive) and the EFE score is 1.05 (positive). IE matrix analysis determines PT Intelix Global Crossing in the first quadrant position or supports an aggressive strategy.

SWOT analysis produces several strategies that can be implemented, namely: 1) improve quality and product quality, 2) utilize and maintain original system processing, expand the range of application monitoring, competitive prices that are very affordable and can be adjusted to the client's budget conditions and periodic free maintenance, 3) expanding the image in the wider community both domestically and abroad

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah alladzii bini'matihi tatimmusshalihat, Puji syukur kehadiran Allah SWT hidayah, Tuhan Yang Maha Esa; peneliti panjatkan karena berkat rahmat, taufik, serta inayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Shalawat serta salam juga peneliti haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Keberhasilan peneliti di dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT Di PT INTELIX GLOBAL CROSSING" ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, S.E., M.Sc., M.AP, Dr (C) selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi in.
4. Bapak Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar peneliti hingga peneliti bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani peneliti dengan sepenuh hati.

7. Ayahanda Dayat, serta Ibunda Empat tercinta, serta keluarga saya yang telah memberikan doa dan dukungan terbaik kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
8. Rekan-rekan mahasiswa kelas khusus angkatan 2018 & 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Rekan-rekan mahasiswa dalam kelompok penelitian Analisis Strategi Pemasaran yang telah begitu solid dan penuh perjuangan selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
10. PT Intelix Global Crossing yang telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari peneliti hingga diperkenankan menjadi objek penelitian skripsi ini.
11. Seluruh tim dari PT Intelix Global Crossing yang telah memberikan kerjasama terbaik sehingga proses penelitian berjalan dengan baik.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu peneliti selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti peneliti mampu meneliti lebih baik lagi. Akhir kata, sekali lagi peneliti mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin allahumma aamiin.

Jakarta, 15 September 2023

ASEP SUHENDAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Strategi	8
2.1.2 Pemasaran	9
2.1.3 Strategi Pemasaran	9
2.1.4 Faktor-Faktor Strategi Pemasaran.....	10
2.1.5 Penetapan Strategi Pemasaran.....	11
2.1.6 Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	12
2.1.7 Bauran Pemasaran Produk	13

2.1.8	Matriks External Factor Evaluation (EFE) dan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	14
2.1.9	Matriks IE.....	17
2.1.10	Matriks SWOT	18
2.1.11	Matriks QSPM	20
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Konseptual	22
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2	Jenis Penelitian	23
3.3	Jenis dan Sumber Data	24
3.3.1	Jenis Data	24
3.3.2	Sumber Data.....	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5	Teknik Analisa Data.....	26
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1	Visi dan Misi Perusahaan	28
4.1.1	Visi Perusahaan	28
4.1.2	Misi Perusahaan	29
4.2	Strategi Perusahaan	29
4.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	30
4.4	Job Description	31
4.5	Analisis Deskriptif	33
4.6	Analisis Strategi SWOT	40
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1	Kesimpulan.....	50

5.2	Saran -Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA		52
DAFTAR LAMPIRAN.....		54

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Penjualan Project 5 Tahun Terakhir.....	3
Tabel I.2 Laporan Penjualan Project 2018-2022	3
Tabel II.1 Bentuk matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	15
Tabel II.2 Bentuk matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	17
Tabel II.3 Matriks IE	18
Tabel II.4 Tabel Matriks SWOT.....	19
Tabel II.5 Tabel Penelitian	20
Tabel III.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	23
Tabel IV.1 Daftar Harga Produk PT Intelix Global Crossing 2023.....	38
Tabel IV.2 Daftar Tingkat Pendidikan Karyawan PT Intelix Global Crossing 2023	38
Tabel IV.3 Analisis Swot.....	41
Tabel IV.4 Hasil IFE	42
Tabel IV.5 Hasil EFE	44
Tabel IV.6 Matriks SWOT PT Intelix Global Crossing	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Proses Alur Penelitian	27
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT Intelix Global Crossing 2023	31
Gambar IV.2 Diagram SWOT	45

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner:	54
Lampiran 2 Hasil Skor Jawaban Kuesioner	55
Lampiran 3 Hasil Skor Jawaban Kuesioner	56
Lampiran 4 Lembar Asistensi	57