

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Pembatasan dan Asumsi.....	3
1.4 Perumusan Masalah	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 VOIP (Voice Over Internet Protocol)	1
2.2 Analisis Kelayakan Proyek	2
2.2.1 Aspek Kelayakan Usaha	4
2.2.2 Aspek Pasar	5
2.2.2.1 Analisis Pasar	5
2.2.2.2 Analisis Konsumen	7
2.2.2.3 Analisis Pesaing	8
2.2.2.4 Bauran Pemasaran.....	8
2.2.2.5 Pengertian Jasa	10
2.2.3 Aspek Teknik	14
2.2.3.1 Sistem Antrian Multi Channel – Multi Phase	15
2.2.3.2 Simulasi.....	17

2.2.3.3	Skenario Pemodelan Sistem Simulasi Dengan ProModel.....	18
2.2.3.4	Verifikasi Program Simulasi	19
2.2.3.5	Validasi	19
2.2.3.6	Replikasi.....	20
2.2.3.7	Metode Statistik NonParametrik.....	21
2.2.3.8	Uji Kruskal Wallis	22
2.2.3.9	Metode Pengujian Data	23
2.2.4	Aspek Finansial.....	23
2.2.4.1	Produktivitas dan Motif Keuntungan.....	23
2.2.4.2	Sifat – Sifat Biaya	24
2.2.4.3	Depresiasi.....	25
2.2.4.4	Cash Flow	27
2.2.4.5	Analisis Penggantian.....	27
2.2.4.6	Kriteria Penilaian Investasi	30
2.2.4.7	Konsep Nilai Waktu Atas Uang.....	31
2.2.4.8	Bunga Majemuk.....	32
2.2.4.9	Metode – metode Penilaian Investasi.....	35
2.2.4.10	Analisis Resiko	38
2.2.4.11	Resiko Dalam Investasi.....	38
2.2.5	Analisis Sosial.....	40
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN.....	1-18
BAB 4	PENGUMPULAN DATA	
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	1
4.1.1	Struktur Organisasi	1
4.1.2	Sejarah Telkom Global 017	7
4.1.3	Sejarah Telkom Global 017 Melalui Operator 100	9
4.1.4	Data Aspek Pasar	12
4.1.4.1	Data Segmen Pasar Yang Akan Dimasuki.....	12
4.1.4.2	Data Permintaan.....	13
4.1.5	Data Aspek Teknik.....	15

4.1.5.1	Data Akses dan Pelayanan	15
4.1.6	Data Aspek Finansial	20
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data dan Analisis Aspek Pasar.....	1
5.1.1	Analisis Pasar Potensial	1
5.1.1.1	Analisis Proyeksi Pangsa Pasar Total	1
5.1.1.2	Analisis Pesaing Telkom Global 017	7
5.1.1.3	Strategi Bersaing	8
5.2	Pengolahan Data dan Analisis Teknik	14
5.2.1	Analisis Pengujian Statistik	15
5.2.1.1	Uji Kenormalan Data	15
5.2.1.2	Uji Kesamaan Waktu Antar Kedatangan	15
5.2.1.3	Analisis Distribusi Waktu Antar Kedatangan dan Waktu Antar Pelayanan.....	17
5.2.2	Analisis Model Simulasi	19
5.2.2.1	Analisis Sistem.....	19
5.2.2.2	Metode Pemecahan Masalah, Pengembangan Model dan Pengumpulan Data	21
5.2.2.3	Pelaksanaan Simulasi	22
5.2.2.4	Validasi Model Simulasi	24
5.2.3	Analisis Model Simulasi Saat Ini.....	24
5.2.3.1	Analisis Input	24
5.2.3.2	Analisis Proses	24
5.2.3.3	Analisis Output	25
5.2.4	Kondisi Mendatang	26
5.2.5	Analisis Model Simulasi Saat Mendatang	26
5.2.5.1	Analisis Input	26
5.2.5.2	Analisis Proses	26
5.2.5.3	Analisis Output	27
5.2.6	Analisis Usulan Peningkatan <i>Service Level</i>	27
5.2.6.1	Analisis Input	27

5.2.6.2	Analisis Proses	29
5.2.6.3	Analisis Output	30
5.2.6.4	Analisis <i>Rooster</i> Usulan.....	34
5.3	Analisis Pengembangan Alternatif.....	35
5.4	Pengolahan Data dan Analisis Finansial	36
5.4.1	Analisis Perhitungan Alternatif Investasi 1.....	39
5.4.2	Analisis Penggantian.....	41
5.4.3	Analisis Perhitungan Alternatif Investasi 2.....	43
5.4.4	Analisis Perhitungan Alternatif Investasi 3.....	47
5.5	Pemilihan Alternatif Terbaik.....	55
5.6	Analisis Sosial.....	56
5.7	Kelayakan Usaha.....	57
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	1
6.2	Saran.....	3
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		
DATA PENULIS		

DAFTAR ISTILAH

ACD Call	: Sistem untuk mendistribusikan <i>call</i> yang masuk sesuai status <i>agent</i> yang jaga
Agent	: Petugas yang melayani pelanggan
ASR	: <i>Average Service Level Rate</i>
Call Center	: <i>is the art of having the right number skilled people and supporting resources in place at the right times to handle an accurately forecasted workload, at service level and with quality</i>
Call Over	: Jumlah <i>Call</i> yang ditawarkan; <i>Call</i> yang datang persatuan waktu; Jumlah <i>Call</i> yang datang
Call Presented	: Jumlah <i>Call</i> yang dapat dilayani
Community Marketing	: Strategi bersaing dalam pemasaran dengan membentuk komunitas pelanggan
Differensiasi	: Tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran badan usaha dari penawaran pesaing
DOC	: <i>Direct Operational Center</i>
Interface	: Aplikasi yang mampu memberikan grafis (resolusi tinggi) sehingga memudahkan dalam proses penseleksian
International Call	: Layanan <i>Call</i> ke mancanegara
Loss Call	: Jumlah <i>Call</i> yang tidak dapat dilayani; <i>Call</i> yang tidak dapat masuk kedalam sistem pelayanan
Market Potential	: Batas yang didekati oleh permintaan pasar
Market Segmen	: Sekelompok pembeli yang mencerminkan homogenitas yang cukup untuk menjadi dasar perkembangan suatu pasar.

Market Share	: Seberapa besar pasar yang dapat diserap dari <i>market potential</i> yang ada
OLO	: <i>Other Licence Operator</i> (Indosat-IM3, Excelcomindo)
Rooster	: Penjadwalan shift para agent dalam satuan waktu tertentu
Segmentasi	: Pembagian pasar yang heterogen kedalam kelompok-kelompok yang lebih homogen
Service Level	: Rasio perbandingan jumlah panggilan masuk yang ditawarkan dengan jumlah panggilan yang ditangani.
VOIP	: <i>Voice Over Internet Protocol</i> (Komunikasi dengan merubah jaringan internet menjadi aplikasi suara)

DAFTAR PUSTAKA

1. Blank, Leland.; ***“Statistical Procedures Of Engineering, Management & Science”***, Mc Graw Hill, New York, 1999.
2. Bowden, Gosh, Harrell.; ***“Simulation Using ProModel”***, Mc Graw Hill, New York, 2004.
3. Burhan M.Umar, Nitisemito Alex S.; ***”Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek”***, Bumi Aksara, Jakarta, 2004.
4. Clifton, David.; ***“Project Feasibility Analysis”***, John Wiley & Sons Inc, Canada, 1977.
5. Kamaluddin; ***“Studi Kelayakan Bisnis”*** , DIOMA, Malang, 2004.
6. Kotler, Phillip.; ***“Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control 9th Edition, International Edition”***, Prentice Hall, USA, 1997.
7. Newman, Donal G.; ***“Engineering Economy Analysis, 1st and 2nd edition”***, Prentice Hall, USA, 1998.
8. Sofyan Assauri.; ***“Teknik dan Metoda Peramalan, Penerapannya dalam Ekonomi & Dunia Usaha”***, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta, 1984.
9. Stanton, William J.; ***“Prinsip Pemasaran, Edisi 7, Jilid 1 & 2 diterjemahkan oleh Drs. Yohane Lamarto, MBA, MSM.”***, Erlangga, Jakarta, 1992.
10. Taha. Hamdy; ***“Riset Operasi Suatu Pengantar, Jilid 2 Edisi Kelima.”***, Binarupa Aksara, Jakarta, 1997.
11. Tharom, Tabratas.; ***“Teknik dan Bisnis VOIP”***, Erlangga, Jakarta, 1999.

12. Tim Penelitian dan Pengembangan.; ***“Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS 10”***, Salemba Infotek, Jakarta, 2001.
13. Simatupang, Togar; ***“Teori Sistem Suatu Perspektif Teknik Industri”***, Andi Offset, Yogyakarta, 1995.
14. W. Kelton; ***“Simulation Modelling And Analysis Second Edition”*** McGraw Hill, Singapura, 1991.