

ABSTRAK

Pengembangan terbaru dari PBX (*Private Branch Exchange*) adalah VoIP PBX (*Voice Over IP*) PBX atau lebih dikenal dengan IP PBX yaitu menggunakan Internet Protocol dimana sistem suara, video, dan data disampaikan melalui jaringan internet. Pengertian dari PBX sendiri adalah sistem *switching* telepon otomatis yang digunakan oleh suatu perusahaan. PT. INTI sendiri merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang telekomunikasi yang juga memproduksi IP PBX dengan nama INTI IP PBX. Pada dasarnya sistem INTI IP PBX sama dengan produk-produk yang lain tetapi INTI IP PBX yang ditawarkan oleh PT. INTI memiliki beberapa manfaat yang berbeda dengan produk lain dan juga menawarkan harga yang terjangkau. Perusahaan lain yang juga bergerak di bidang IP PBX adalah D-Link, MidwestCommunication, dan Clarisense.

PT. INTI mengharapkan produk INTI IP PBX ini dapat diterima dengan baik oleh pasar. Untuk itu dilakukan pengujian kehandalan produk INTI IP PBX yang masih dalam tahapan *prototype* ini yaitu dengan cara menganalisis produk berdasarkan prinsip keempat dari strategi samudera biru. Pada dasarnya terdapat enam prinsip di dalam strategi samudera biru. Untuk prinsip pertama sampai dengan prinsip ketiga dilakukan pada saat tahapan ide. Sedangkan prinsip kelima dan keenam merupakan tahapan pelaksanaan. Untuk mengetahui apakah produk INTI IP PBX berdasarkan prinsip keempat strategi samudera biru maka terdapat empat aspek yang akan diteliti yaitu aspek manfaat, aspek harga, aspek biaya, dan juga aspek hambatan.

Penelitian pertama-tama dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di PT. INTI terhadap beberapa orang responden yang telah menggunakan dan mengetahui produk INTI IP PBX ini. Kuesioner disebarkan kepada lima orang responden yang telah dianggap ahli oleh perusahaan PT. INTI. Selain pengambilan data dengan menggunakan kuesioner, penulis juga melakukan wawancara kepada pihak PT. INTI khususnya di bidang pengembangan produk dan bisnis. Dari hasil pengolahan kuesioner untuk aspek manfaat didapatkan hasil bahwa produk INTI IP PBX ini memiliki manfaat yang istimewa. Setelah meneliti aspek manfaat, maka penelitian diteruskan ke aspek harga. Harga yang ditawarkan untuk produk INTI IP PBX ukuran kecil adalah sebesar Rp. 10.752.363, ukuran sedang adalah sebesar Rp. 27.288.103, dan ukuran besar adalah sebesar Rp. 59.698.533. Harga yang ditetapkan ini lebih murah dibandingkan dengan produk pesaing. Dengan harga yang telah ditentukan, PT. INTI mengambil keuntungan sebesar 10%. Dan aspek terakhir dari segi hambatan maka tidak terdapat banyak hambatan dalam melakukan pembelian, pemasangan, perawatan sampai dengan produk tidak dapat digunakan.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa produk INTI IP PBX ini dapat dikatakan berdasarkan prinsip keempat Strategi Samudera Biru. Dengan manfaat yang tinggi dan harga rendah diharapkan produk INTI IP PBX ini nantinya dapat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1 - 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 - 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1 - 3
1.3.1 Pembatasan masalah.....	1 - 3
1.3.2 Asumsi.....	1 - 4
1.4 Perumusan Masalah.....	1 - 4
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	1 - 4
1.6 Sistematika Pembahasan.....	1 - 5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teknik Penggumpulan Data.....	2 - 1
2.2 Macam-Macam Skala Pengukuran.....	2 - 1
2.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 - 5
2.3.1 Pengujian validitas instrumen.....	2 - 5
2.3.2 Pengujian reliabilitas instrumen.....	2 - 6
2.4 Teknik Perhitungan Rata-Rata.....	2 - 7
2.5 Penyusunan Laporan Harga Pokok Penjualan.....	2 - 9
2.6 Merancang Strategi Bersaing.....	2 - 10
2.7 Menciptakan Samudera Biru.....	2 - 12
2.7.1 Ruang pasar baru.....	2 - 12

2.7.2 Penciptaan tiada henti samudera biru.....	2 - 12
2.7.3 Alasan untuk menciptakan samudera biru.....	2 - 13
2.7.4 Pendekatan sistematis dalam menciptakan.....	2 - 13
samudera biru	
2.7.5 Inovasi nilai sebagai dasar strategi samudera biru...	2 - 13
2.7.6 Prinsip-prinsip strategi samudera biru.....	2 - 16
2.8 Garis Besar Mengenai Strategi Samudera Biru.....	2 - 30
2.8 Mengelola Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	2 - 31
2.8.1 Bauran komunikasi pemasaran.....	2 - 31
2.8.2 Mengembangkan komunikasi yang efektif.....	2 - 32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Menentukan Tempat Penelitian.....	3 - 1
3.2 Memilih Masalah.....	3 - 1
3.3 Studi Pendahuluan.....	3 - 4
3.4 Menentukan Objek Penelitian.....	3 - 4
3.5 Merumuskan Masalah.....	3 - 4
3.6 Tujuan Penelitian.....	3 - 5
3.7 Merumuskan Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3 - 5
3.8 Melakukan Pengamatan Pendahuluan dan Mempelajari Teori...	3 - 6
3.9 Melakukan Wawancara.....	3 - 6
3.10 Menentukan Variabel dan Membuat Kuesioner.....	3 - 7
3.11 Menguji Kuesioner.....	3 - 9
3.12 Menyebarkan Kuesioner.....	3 - 9
3.13 Mengolah Data.....	3 - 10
3.14 Menganalisis Data.....	3 - 10
3.15 Membuat Kesimpulan dan Saran.....	3 - 12

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4 - 1
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	4 - 1
4.1.2 Visi, Misi, dan Strategi Perusahaan.....	4 - 4
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4 - 6

4.2.1 Struktur organisasi PT. INTI.....	4 - 6
4.2.2 Struktur organisasi bagian PUSBISPRO.....	4 - 10
4.3 Langkah-Langkah Pengumpulan Data.....	4 - 13
4.4 Penyusunan Variabel.....	4 - 15
4.5 Proses Pembuatan <i>Software</i> INTI IP PBX.....	4 - 16
4.6 Produk, Pasar, dan Kompetensi PT. INTI.....	4 - 22
4.7 Daftar Harga Produk Pelengkap INTI IP PBX.....	4 - 25
4.8 Daftar Harga Produk Pesaing.....	4 - 26
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5 - 1
5.1.1 Pengujian validitas.....	5 - 1
5.1.2 Pengujian reliabilitas.....	5 - 1
5.2 Aspek Manfaat Untuk Produk INTI IP PBX.....	5 - 2
5.2.1 Perhitungan kuesioner menggunakan metode.....	5 - 2
rata-rata	
5.2.2 Berdasarkan spesifikasi produk INTI IP PBX.....	5 - 5
5.2.3 Berdasarkan tingkat kepuasan performansi.....	5 - 23
produk INTI IP PBX	
5.3 Aspek Harga Untuk Produk INTI IP PBX.....	5 - 31
5.4 Aspek Biaya Untuk Produk INTI IP PBX.....	5 - 35
5.5 Aspek Hambatan Untuk Produk INTI IP PBX.....	5 - 43
5.6 Produk INTI IP PBX Dilihat Dari Prinsip Strategi Samudera... Biru	5 - 47
5.7 Usulan Mengenai Pemasaran Produk INTI IP PBX (Strategi AIDA)	5 - 49

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan..... 6 - 1

6.2 Saran..... 6 - 3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Contoh bentuk <i>checklist</i>	2 - 3
2.2	Penyusunan laporan harga pokok penjualan	2 - 9
2.3	Perbedaan strategi samudera merah dengan Samudera biru	2 - 15
2.4	Prinsip-prinsip dalam startegi samudera biru	2 - 16
2.5	Ringkasan kerangka kerja enam jalan	2 - 19
2.6	Empat langkah dalam memvisualkan strategi	2 - 21
3.1	Kuesioner spesifikasi produk	3 - 8
3.2	Kuesioner kepuasan performansi produk	3 - 8
4.1	Produk, pasar, dan kompetensi PT. INTI	4 - 23
4.2	Ikhtisar keuangan PT. INTI tahun 2004 & 2005	4 - 24
4.3	Harga server produk MidwestCommunication	4 - 27
4.4	Daftar harga lain-lain untuk produk Midwest Communication	4 - 28
5.1	Hasil kuesioner bagian I	5 - 3
5.2	Hasil kuesioner bagian II	5 - 3
5.3	Perbandingan harga server INTI IP PBX, Midwest Communication, D-Link, PT. Clarisense	5 - 32
5.4	Harga untuk jenis <i>card</i> TDM2413B, TE250P, & Solo FXO	5 - 35
5.5	Rincian biaya INTI IP PBX untuk ukuran 250 konfigurasi	5 - 37
5.6	Rincian biaya INTI IP PBX untuk ukuran 100 konfigurasi	5 - 38
5.7	Rincian biaya INTI IP PBX untuk ukuran 20 konfigurasi	5 - 39
5.8	Perbandingan target harga dengan target penjualan	5 - 40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Upaya bersamaan dalam mengejar diferensiasi dan biaya rendah	2 - 14
2.2	Tiga tingkatan nonkonsumen	2 - 23
2.3	Rangkaian strategi samudera biru	2 - 24
2.4	Empat rintangan organisasi bagi eksekusi strategi	2 - 26
2.5	Pengetahuan konvensional	2 - 27
2.6	Kepimpinan <i>tipping point</i>	2 - 27
2.7	Proses yang adil mempengaruhi sikap dan perilaku Orang	2 - 28
2.8	Tahap-tahap dalam mengembangkan komunikasi yang efektif	2 - 32
3.1	Metodologi penelitian	3 - 2
3.2	Rangkaian strategi samudera biru	3 - 12
4.1	Struktur organisasi PT. INTI	4 - 6
4.2	Struktur organisasi pusat pengembangan bisnis dan produk	4 - 10
4.3	Proses pembuatan INTI IP PBX	4 - 17
4.4	Tahapan Merancang Produk INTI IP PBX	4 - 22
5.1	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penggunaan teknologi VoIP	5 - 5
5.2	Diagram <i>pie</i> untuk variabel menggunakan Teknologi NGN	5 - 6
5.3	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penggunaan <i>software</i> Berbasis PC atau server dan <i>gateway</i>	5 - 7
5.4	Diagram <i>pie</i> untuk variabel pelayanan <i>gateway</i> Hingga 24 <i>port analog</i>	5 - 8
5.5	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX dapat dihubungkan dengan FXO dan FXS	5 - 9

5.6	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penggunaan port ethernet	5 - 10
5.7	Diagram <i>pie</i> untuk variabel perpaduan layanan <i>circuit Switch</i> dan <i>packet switch</i>	5 - 11
5.8	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan fitur-fitur untuk Pelanggan residential maupun jaringan korporat	5 - 12
5.9	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan POTS, <i>voice mail</i> Dan <i>conferencing</i>	5 - 13
5.10	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan berbagai macam <i>protocol</i>	5 - 14
5.11	Diagram <i>pie</i> untuk variabel IP <i>gateway</i> dalam bentuk <i>interface</i>	5 - 15
5.12	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan HUB atau <i>switch</i>	5 - 16
5.13	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan <i>access point</i>	5 - 17
5.14	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penggunaan <i>console</i>	5 - 18
5.15	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan <i>loop start signalling</i>	5 - 19
5.16	Diagram <i>pie</i> untuk variabel <i>address signalling</i> dalam Bentuk DTMF	5 - 20
5.17	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penyediaan <i>call progress signalling</i> dalam bentuk <i>dial tone</i> , <i>busy tone</i> , dan <i>ring tone back</i>	5 - 21
5.18	Diagram <i>pie</i> untuk variabel penggunaan pada SIP <i>phone Grandstream</i> , <i>analog phone</i> , dan <i>wi-fi phone</i>	5 - 22
5.19	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX memiliki Suara yang jernih	5 - 23
5.20	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX memiliki konfigurasi alat yang sederhana	5 - 24
5.21	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX memiliki Kecepatan dalam <i>respon time</i>	5 - 25
5.22	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX Menyediakan <i>line</i> yang lebih banyak	5 - 26
5.23	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX memiliki	5 - 27

	Kemudahan dalam pemakaian	
5.24	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX memiliki Kemudahan dalam pemasangan	5 - 28
5.25	Diagram <i>pie</i> untuk variabel produk INTI IP PBX memiliki Kemudahan dalam perawatan	5 - 29
5.26	Keterangan penerimaan aspek manfaat	5 - 31
5.27	Diagram perbandingan harga IP PBX ukuran sedang	5 - 32
5.28	Diagram perbandingan harga IP PBX ukuran kecil / SOHO	5 - 33
5.29	Keterangan penerimaan aspek harga	5 - 34
5.30	Grafik perbandingan harga jual INTI IP PBX ukuran kecil dengan target penjualan	5 - 41
5.31	Grafik perbandingan harga jual INTI IP PBX ukuran sedang dengan target penjualan	5 - 41
5.32	Grafik perbandingan harga jual INTI IP PBX ukuran besar dengan target penjualan	5 - 42
5.33	Keterangan penerimaan aspek biaya	5 - 43
5.34	Keterangan rangkaian strategi samudera biru untuk produk INTI IP PBX	5 - 47
5.35	Empat hal divergensi untuk produk INTI IP PBX	5 - 48

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Judul</u>	<u>Halaman</u>
1	Konfigurasi IP PBX (ICA)	L1 - 1
2	Gambar produk	L2 - 1
3	Penyusunan kuesioner	L3 - 1
4	Validitas Konstruksi	L4 - 1
5	Pertanyaan untuk aspek biaya, harga dan hambatan	L5 - 1
6	Kurs mata uang asing	L6 - 1