























4. Pada tesis yang berjudul “Analisis Strateg Bersaing Telkom dalam Industri Internet” yang diselesaikan oleh Endi Fitri Herlianto menjelaskan tentang bagaimana Perkembangan masyarakat Indonesia dimasa depan akan menuju masyarakat informasi yaitu masyarakat yang menempatkan telekomunikasi sebagai sumber daya strategis dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Internet sebagai salah satu media telekomunikasi yang dapat menyediakan layanan *tripleplay* (suara, gambar dan data) akan mengalami peningkatan permintaan yang tinggi karena mendukung dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat sekarang dan masa depan. Perkembangan pengguna internet yang sangat meningkat dibuktikan dalam 10 tahun terakhir ini meningkat sebesar 1400% yaitu 2 juta pengguna pada tahun 2000 dan pada tahun 2010 jumlah pengguna internet sudah mencapai 30 juta pengguna. Telkom sebagai salah satu penyedia layanan internet yang mempunyai produk Telkom Speedy yang berbasis *wireline* dan produk inipun harus bersaing dengan 11 operator lainnya yang juga menyediakan produk yang sama. Oleh karena itu penyusunan strategi bersaing yang tepat bagi Telkom untuk menghadapi persaingan industri internet adalah tujuan penelitian ini. Proses penyusunan strategi bersaing ini dimulai dengan analisis lingkungan eksternal dengan menggunakan model PETS dan 5 Forces Porter dan lingkungan internal menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah :

- a. Peluang industri internet di Indonesia sangat menjanjikan sejalan dengan makin banyaknya masyarakat yang menggunakan internet





















masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operational, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisikan tentang kerangka teoritis atau kerangka konseptual, tentang teori-teori yang berkaitan dengan obyek penelitian dan yang ada kaitannya dengan judul skripsi yang mengambil tema tentang persaingan usaha.

Bab ketiga, menjelaskan tentang hasil dari lapangan yakni sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, misi dan visi perusahaan, data kekuatan dan kelemahan perusahaan, data peluang dan ancaman perusahaan, strategi bersaing yang telah dilakukan oleh perusahaan, jumlah jamaah dan omset perusahaan dan struktur perusahaan.

Bab keempat, merupakan analisis yang berisikan tentang analisis SWOT yang digunakan sebagai alat analisis persaingan usaha pada *Shafira Tour and Travel* dan *Menara Suci Tour and Travel* dan dampak jumlah nasabah persaingan usaha baru terhadap usaha yang telah lama berdiri pada *Menara Suci Tour and Travel*.

Pada bab kelima yang merupakan pembahasan terakhir yang berupa kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, beserta saran yang hendak disampaikan oleh penulis.