

# Universitas Bina Nusantara

---

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Skripsi Strata 1 - Semester Ganjil tahun 2006/2007

## **ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI M-COMMERCE PADA PT. SENTRA MEDIA KOMUNIKA**

Rudi Febriadi-0800762666  
Handra Siswoyo-0800779566

### **Abstrak**

Perkembangan Internet yang diikuti oleh perkembangan teknologi komunikasi seluler telah mendorong munculnya berbagai layanan m-commerce (*mobile commerce*) ke tengah masyarakat. Dengan teknologi m-commerce (WAP) ini sendiri diharapkan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif PT Sentra Media Komunika dengan melihat semakin meningkatnya mobilitas masyarakat. Dengan penelitian ini yakni menganalisis, merancang dan menghasilkan suatu strategi yang efektif bagi PT Sentra Media Komunika untuk mendukung proses pemasaran perusahaan yang telah berjalan. Hasil dari penelitian ini adalah perusahaan telah siap untuk menerapkan teknologi m-commerce ini (WAP) yang ditunjukkan dengan analisis kebutuhan yang kesemua indikatornya menunjukkan faktor positif ataupun netral. Dengan menerapkan aplikasi m-commerce (WAP) akan meningkatkan daya saing perusahaan mengingat sampai saat ini belum ada perusahaan sejenis di Indonesia yang menerapkan strategi m-commerce (WAP) ini, karena dengan aplikasi M-Commerce (WAP) ini mampu memperkuat relasi dengan agen dan menarik lebih banyak konsumen.

Kata Kunci : M-Commerce

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Jenjang Pendidikan Strata 1.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis memulainya dari pengajuan proposal ke perusahaan, pengamatan dan survei ke perusahaan, melakukan analisa data yang telah dikumpulkan, penyusunan skripsi dari bab pertama hingga bab kelima, hingga menghasilkan suatu kesimpulan atas penelitian yang dilakukan.

Dalam proses tersebut, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- Prof. Dr. Gerardus Polla, Mapp. Sc., Rektor Universitas Bina Nusantara
- Engkos Achmad Kuncoro, SE, MM., Dekan Fakultas Ekonomi
- Bapak Idris Gautama So., SE., S.Kom., MM., Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara
- Bapak Siswono, S.Kom., MM Dosen Pembimbing yang selama ini telah memberikan banyak bimbingan dan pengarahan kepada penulis
- Bapak Hely dari PT Sentra Media Komunika yang telah banyak membantu penulis ketika survei ke perusahaan
- Kedua orang tua dan kakak kandung penulis atas dukungan selama masa penulisan skripsi ini
- Serta nama-nama lain yang tentunya tidak akan cukup tempat untuk disebutkan satu per satu di sini

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan pada skripsi ini, sehingga sangat mengharapkan saran dan masukan yang sekiranya dapat membantu perbaikan skripsi ini ke depan. Pada akhirnya, saya berharap karya tulis ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 20 Desember 2007

Penyusun,

Rudi Febriadi-Handra Siswoyo

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Luar	i
Halaman judul Dalam	ii
Halaman Pengesahan	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
Bab 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
1.6 Ruang Lingkup	7
Bab 2. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Pengertian Analisis, Perancangan, Analisis sistem, dan Perancangan system	8
2.2 Wireless Application Protocol (WAP)	8
2.2.1 Definisi WAP	8
2.2.2 Cara Kerja WAP	9
2.2.3 Ciri-Ciri Aplikasi WAP	10
2.2.4 Keamanan Pada WAP	11
2.2.5 Kelebihan dan Kekurangan WAP	11
2.3 General Packed Radio Service (GPRS)	13
2.4 Pengertian e-Business, e-Commerce ,m-Business,m- Commerce	16
2.4.1 Pengertian e-Business	16
2.4.2 Pengertian e-Commerce	17
2.4.3 Pengertian m-Business	18
2.4.4 Pengertian m-Commerce	19

2.4.4.1 Tahapan dalam m-Commerce	22
2.4.4.2 Sistem Pembayaran Dalam m-Commerce	23
2.5 Menentukan "Go" or "Not Go"	27
2.6 Konsep Segmentasi, Penentuan Pasar dan Penempatan Posisi	37
2.6.1 Segmentasi Pasar	39
2.6.2 Penentuan Pasar Sasaran	41
2.6.3 Penempatan Posisi (Positioning)	42
2.7 Analisis Persaingan Model Lima Kekuatan Porter	43
2.8 Analisis SWOT	45
2.8.1 Matrik Evaluasi Faktor Internal (IFE)	47
2.8.2 Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	48
2.8.3 Matrix Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman	50
2.8.4 Matriks Internal-Eksternal (IE)	52
2.9 Tampilan WAP	54
2.10 Kerangka Pemikiran	58
<b>Bab 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>59</b>
3.1 Deskripsi Perusahaan	59
3.2 Deskripsi Produk dan Jasa	61
3.3 Proses Transaksi	62
3.4 Struktur Organisasi	67
3.5 Tugas Anggota Organisasi Perusahaan	67
3.6 Analisis Masalah	69
3.7 Rencana Solusi Pemecahan	69
<b>Bab 4. ANALISIS DAN PERANCANGAN</b>	<b>70</b>
4.1 Analisis SWOT	70
4.1.1 Matriks IFE	72
4.1.2 Matriks EFE	81
4.1.3 Matriks Internal – Eksternal (Matriks IE)	92
4.1.4 Matriks SWOT PT Sentra Media Komunika	94

4.2 Analisis Kompetitif Porter	97
4.3 Analisis Kebutuhan ( go or not go )	101
4.4 Formulating The Marketing Strategi	118
4.4.1 Segmenting	119
4.4.2 Targeting	120
4.4.3 Positioning	122
4.5 Rancangan Aplikasi M-Commerce	123
4.5.1 Rancangan Halaman Home	123
4.5.1.1 Rancangan Halaman Informasi	124
4.5.1.1.1 Rancangan Halaman Harga	125
4.5.1.1.2 Rancangan Halaman Informasi	128
4.5.1.2 Rancangan Halaman Transaksi	128
4.5.1.3 Rancangan Halaman Tentang	136
4.6 Hasil Penelitian	137
Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Simpulan	138
5.2 Saran	139
5.3 Keterbatasan	140
Daftar Pustaka	141
Riwayat Hidup	143
Lampiran	L-1
Fotokopi Surat Survey	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Pendekatan Segmentasi	31
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Faktor Internal Perusahaan	72
Tabel 4.2 Perbandingan Berganda Faktor Internal	78
Tabel 4.3 Normalisasi Faktor Internal	79
Tabel 4.4 Matriks IFE	80
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Faktor Eksternal Perusahaan	81
Tabel 4.6 Perbandingan Berganda Faktor Eksternal	89
Tabel 4.7 Normalisasi Faktor Eksternal	90
Tabel 4.8 Matriks EFE	91
Tabel 4.9 Matriks SWOT	94
Tabel 4.10 Internet VS GPRS (WAP)	103
Tabel 4.11 Data Keuangan Perusahaan	114
Tabel 4.12 Segmenting, Targeting and Positioning	118

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Cara Kerja WAP	12
Gambar 2.2	Peta Kompetitor	34
Gambar 2.3	Penilaian Peluang	37
Gambar 2.4	Model Lima Kekuatan Kompetitif Porter	45
Gambar 2.5	Matrix SWOT	52
Gambar 2.6	Matriks Internal - Eksternal	53
Gambar 3.1	Jalur Distribusi PT. Sentra Media Komunika	64
Gambar 3.2	Media Akses Transaksi PT. Sentra Media Komunika	65
Gambar 3.3	Proses Pembayaran Deposito ( agen ) PT. Sentra Media Komunika	66
Gambar 3.4	Struktur Organisasi PT. Sentra Media Komunika	67
Gambar 4.1	Matriks IE PT. Sentra Media Komunika	93
Gambar 4.2	"Go" or "Not Go" Assessment	117
Gambar 4.3	Rancangan Halaman Home	123
Gambar 4.4	Rancangan Halaman Informasi	125
Gambar 4.5	Rancangan Halaman GSM dan CDMA	126
Gambar 4.6	Rancangan Halaman Harga Voucher GSM	126
Gambar 4.7	Rancangan Halaman Harga Voucher CDMA	127
Gambar 4.8	Rancangan Halaman Informasi	128
Gambar 4.9	Rancangan Halaman Transaksi Agen 1	129
Gambar 4.10	Rancangan Halaman Transaksi Agen 2	130
Gambar 4.11	Rancangan Halaman Transaksi Pemakai GSM 1	131
Gambar 4.12	Rancangan Halaman Transaksi Pemakai GSM 2	132
Gambar 4.13	Rancangan Halaman Transaksi Pemakai GSM 3	133
Gambar 4.14	Rancangan Halaman Transaksi Pemakai CDMA 1	134
Gambar 4.15	Rancangan Halaman Transaksi Pemakai CDMA 2	134
Gambar 4.16	Rancangan Halaman Transaksi Pemakai CDMA 3	135
Gambar 4.17	Rancangan Halaman Tentang	136

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Wawancara	L1
Tabel Perbandingan Berpasangan Internal	L4
Tabel Perbandingan Berpasangan Eksternal	L9
Penentuan Peringkat Faktor Interna Dan Eksternal	L16
Kuesioner Analisis Kebutuhan	L18