

ABSTRAKSI

Pemasaran adalah suatu process manajerial dimana individual ataupun kelompok mendapatkan kebutuhan mereka melalui perancangan, penawaran, dan pertukaran nilai produk dengan pihak lain. Tempat (*Place*), sebagai salah satu alat dari Bauran Pemasaran, menunjukkan bahwa pemasaran sangat terkait dengan kondisi geografisnya. Oleh karena itu pelaku pasar harus dapat menganalisa informasi geografis secara efisien untuk memenangkan persaingan dan efektivitas dalam bisnis. TELKOMVISION sebagai pendatang baru dalam bisnis TV berbayar membutuhkan strategi pemasaran yang tepat yang dapat membantu pihak manajemen dalam menentukan strategi yang tepat untuk area tertentu.

Sistem Informasi Geografis memiliki kemampuan untuk memvisualisasikan data spasial dan non spasial. Dipadukan dengan prinsip-prinsip pemasaran, sistem ini dapat merepresentasikan relasi spasial antara komponen-komponen pasar. Peta tematik yang ada pada SIG dapat menunjukkan hasil dari formulasi sehingga dapat dibuat suatu analisis dari informasi tersebut sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi pasar potensial dan memprioritaskan pasar potensial tersebut. Analisis ini kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan strategi pemasaran.

Pasar potensial dianalisa dari dua tipe pelanggan, yaitu pelanggan korporasi dan pelanggan retail. Faktor-faktor penentu pasar potensial dari TELKOMVISION adalah: (1) tingkat keminatan akan TV Berbayar, (2) Tingkat keminatan akan akan Internet, (3) Rasio antara pelanggan *existing* dengan jumlah penduduk, (4) durasi dalam menonton TV, (5) durasi dalam menggunakan internet, (6) lapangan pekerjaan, (7) pendidikan, (8) umur, dan (9) PDRB (Produk Domestik Regional Bruto). Pendidikan, umur, dan PRDB, hanya digunakan untuk menentukan tingkat potensial dari pelanggan retail. Nilai potensial ditentukan dari formulasi yang telah ditentukan, kemudian tingkat potensial dan status potensial ditentukan berdasarkan nilai potensial tersebut. Hasil akhir dari perancangan ini adalah visualisasi peta tematik yang menunjukkan tingkat potensial dan status potensial untuk tiap kecamatan.

Output dari perancangan sistem ini terdiri dari: (1) data tabel dari nilai potensial, tingkat potensial, dan status potensial; (2) grafik dari nilai potensial; dan (3) visulalisasi peta tematik untuk status potensial dan tingkat potensial. Hasil tersebut dapat digunakan untuk mendukung keputusan pemasaran dari TELKOMVISION dan sebagai dasar untuk pengembangan strategi pemasaran dari TELKOMVISION.

STTTTELKOM