

Abstrak

Mempertajam fokus pemasaran perusahaan merupakan langkah awal untuk dapat tetap bertahan ditengah-tengah kompetisi persaingan perusahaan. Salah satu langkah yang penting untuk mempertajam fokus pemasaran yaitu dengan melakukan pemilihan lokasi pasar yang potensial bagi sebuah perusahaan.

Saat ini, dalam melakukan pemasaran speedy, PT. Telkom melakukan pemilihan lokasi pasar hanya dengan menggunakan pengolahan terhadap data pemasaran yang dimiliki, tetapi proses ini masih memerlukan analisa yang lebih lanjut sampai sebuah informasi dihasilkan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu cara yang dapat membantu PT. Telkom didalam menentukan lokasi pemasaran yang potensial, sehingga PT. Telkom dapat lebih fokus dalam menangani pemasaran produk speedy.

Untuk menangani masalah di atas, dalam Tugas Akhir ini diterapkan metoda *Analytic Network Process*(ANP) berbasis Sistem Informasi Geografis yang diimplementasikan dalam perangkat lunak, dengan demikian pengambil keputusan pemasaran dapat melakukan pemilihan lokasi pemasaran yang potensial serta secara interaktif dapat melakukan analisis terhadap karakteristik setiap lokasi pemasaran melalui peta digital.

Kata kunci: *Analytic Network Process*(ANP), Sistem Informasi Geografis.