

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN
PENYUSUNAN *STRATEGI DIGITAL MARKETING*
PADA PT MULTI TEKNOLOGI TELEMATIKA
DENGAN METODE *SOSTAC***

TESIS



Oleh
Iwan Bianto
222120012

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU HUKUM SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTRA BATAM
TAHUN 2024**

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN
PENYUSUNAN *STRATEGI DIGITAL MARKETING*
PADA PT MULTI TEKNOLOGI TELEMATIKA
DENGAN METODE *SOSTAC***

TESIS

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**



**Oleh
Iwan Bipianto
222120012**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU HUKUM SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTRA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Iwan Bianto
NPM : 222120012
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa Tesis yang saya buat dengan judul:

ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN PENYUSUNAN *STRATEGI DIGITAL MARKETING* PADA PT MULTI TEKNOLOGI TELEMATIKA DENGAN METODE *SOSTAC*

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “Duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia naskah Tesis ini digugurkan dan hasil yang saya peroleh di batalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 17 Januari 2024


Iwan Bianto
222120012

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN
PENYUSUNAN *STRATEGI DIGITAL MARKETING*
PADA PT MULTI TEKNOLOGI TELEMATIKA
DENGAN METODE *SOSTAC***

TESIS

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

**Oleh
Iwan Bipianto
222120012**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 17 Januari 2024



**Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Business Model Canvas* (BMC) PT Multi Teknologi Telematika Perusahaan Jasa Penyedia Internet *Fixedbroadband* dan menyusun strategi *digital marketing* menggunakan metode SOSTAC. Dalam konteks BMC, fokus penelitian adalah mengidentifikasi elemen kunci dalam model bisnis perusahaan, termasuk segmentasi pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, dan sumber daya kunci, untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan mengidentifikasi potensi perbaikan. Selanjutnya, strategi *digital marketing* disusun dengan pendekatan SOSTAC, mencakup analisis situasi pasar, perumusan tujuan digital marketing, pengembangan strategi, penentuan taktik eksekusi, perencanaan tindakan konkret, dan pengendalian efektif. Penelitian ini menggunakan 3 metode pengumpulan data yang berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian hasil pengumpulan data tersebut akan di ringkas dan diambil kesimpulan. Hasil penelitian strategi pengembangan PT Multi Teknologi Telematika melibatkan prioritas pengembangan keterampilan karyawan, optimalisasi *website* dan hubungan pelanggan, perluasan layanan ke segmen ritel, optimalisasi strategi *digital marketing*, kolaborasi dengan *key partners*, manajemen *cost structure*, peningkatan kualitas *website* dan media sosial terutama pada *Facebook* dan *Instagram*, serta pemantauan kinerja kampanye *digital*, dan peningkatan keamanan siber produk *homynet*. Langkah-langkah ini diarahkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan keberhasilan pemasaran *digital* dengan memanfaatkan media sosial *Facebook* dan *Instagram*.

Kata Kunci: *Business Model Canvas* (BMC), Strategi *Digital Marketing*, SOSTAC, *Internet Fixedbroadband*, Multi Teknologi Telematika.

ABSTRACT

This research aims to analyze the Business Model Canvas (BMC) of PT Multi Teknologi Telematika, a fixed-broadband Internet service provider, and formulate a digital marketing strategy using the SOSTAC method. In the context of BMC, the research focuses on identifying key elements in the company's business model, including market segmentation, value proposition, distribution channels, and key resources, to gain a profound understanding and identify potential improvements. Subsequently, the digital marketing strategy is crafted using the SOSTAC approach, encompassing market situation analysis, formulation of digital marketing objectives, strategy development, determination of execution tactics, concrete action planning, and effective control. The research employs three different data collection methods: interviews, observations, and documentation. The collected data is then summarized, and conclusions are drawn. The results of the study reveal a development strategy for PT Multi Teknologi Telematika, prioritizing the enhancement of employee skills, optimization of the website and customer relations, expansion of services to the retail segment, digital marketing strategy optimization, collaboration with key partners, meticulous cost structure management, improvement of website and social media quality, especially on Facebook and Instagram, monitoring of digital campaign performance, and enhancement of cybersecurity for the Homynet product. These measures are directed towards improving operational efficiency, customer satisfaction, and the success of digital marketing, leveraging Facebook and Instagram as social media platforms.

Keywords: *Business Model Canvas (BMC), Digital Marketing Strategy, SOSTAC, Internet Fixed-Broadband, Multi Teknologi Telematika.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas limpahan *rahmat, taufiq, hidayah* serta *inayah-Nya*, serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah keharibaan beliau insan termulya Nabi Agung Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata dua (S2) pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Univeritas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Karen itu, kritik dan saran senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa tesis ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI Rektor Univeritas Putera Batam dan juga selaku pembimbing tesis pada program studi Manajemen (S2) Universitas Putera Batam;
2. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI Ketua program studi Manajemen (S2);
3. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berjasa memberikan berbagai informasi pengetahuan diri penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini;
4. Kepada Manajemen PT Multi Teknologi Telematika yang turut membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan dalam penyusunan tesis;
5. Kepada keluarga kakak dan kedua orang tua, Bapak dan Almarhum Mamak tercinta, yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta telah mendidik dengan penuh kasih sayang dan doa yang selalu mengiringi langkah penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini;
6. Kepada Istri saya tercinta Rini Setyowati dan ketiga anak kami Zahira, Uqasha dan Uzayr, yang terus memberikan dukungan dan doa atas setiap usaha penyelesaian tesis ini;
7. Kepada rekan mahasiswa Magister Manajemen (S2) angkatan 2022 yang terus bersama-sama memberikan dorongan dan *support* dalam penyelesaian tesis ini;
8. Serta berbagai pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam penulis haturkan dan semoga aman dan jasa yang mulia sahabat-sahabat akan dicatat sebagai amal kebajikan dan dibalas sesuai amanl perbuatannya oleh Allah SWT;

Semoga semua pihak yang telah membatu dalam penulisan tesis ini mendapatkan pahal di sisi Allah SWT dan penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat, khususnya bagi para akademisi. *Aamiin.*

Batam, 17 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Iwan Bipianto', with a long horizontal stroke extending to the right.

Iwan Bipianto

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang	1
Identifikasi Masalah	9
Batasan Masalah	10
Rumusan Masalah	10
Tujuan Penelitian	11
Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Model Bisnis	13
2.1.1 Pengertian Model Bisnis	13
2.1.2 Manfaat Model Bisnis Bagi Perusahaan	14
2.2 Model Bisnis Kanvas (BMC).....	14
2.2.1 Definisi Model Bisnis Kanvas (BMC)	14
2.2.2 Elemen Bisnis Model Kanvas (BMC)	16
2.2.3 Proses Desain Model Bisnis	24
2.3 <i>Digital Marketing</i>	25
2.3.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	25
2.3.2 Strategi <i>Digital Marketing</i>	27
2.3.3 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	31
2.4 Analisis SOSTAC	31
2.4.1 Pengertian Analisis SOSTAC	31
2.5 Penelitian Terdahulu	37
2.6 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Tahapan Penelitian	45
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.5 Teknik dan Pengumpulan Data	49
3.6 Metode Analisis Data	51
3.6.1 Metode SOSTAC	53
3.6.2 Tahapan Penyusunan Strategi Model Bisnis Kanvas (BMC)	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Multi Teknologi Telematika (MTT)	59
4.1.1 Profile Perusahaan MTT	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan MTT	56
4.1.3 Perkembangan Bisnis Perusahaan MTT	57
4.1.4 Pengumpulan Data dan Informasi	58
4.2 Hasil dan Pembahasan	60
4.2.1 Gambaran BMC PT. Multi Teknologi Telematika Saat ini	60
4.2.2 Komponen <i>Business Model Canvas</i> PT MTT Multi Teknologi Telematika memberikan nilai lebih bagi pelanggan pada produk <i>homynet MTT Networks</i>	72
4.2.3 Efektifitas penerapan strategi digital marketing melalui sosial media dalam memperkenalkan produk <i>MTT Networks homynet</i> Menggunakan Metode SOSTAC.....	74
4.2.3.1 Analisis Situasi (<i>Situational Analysis</i>)	75
4.2.3.2 Tujuan (<i>Objective</i>)	87
4.2.3.3 Strategi (<i>Strategy</i>)	90
4.2.3.4 Taktik (<i>Tactics</i>)	91
4.2.3.5 Tindakan (<i>Actions</i>)	93
4.2.3.6 Kendali (<i>Control</i>)	98
4.2.4 Rekomendasi dari strategi <i>Business Model Canvas</i> yang baru dan strategi <i>digital marketing</i> bagi PT Multi Teknologi Telematika dimasa yang akan datang	100
4.2.4.1 Analisis SOSTAC BMC Existing PT Multi Teknologi Telematika ...	100
4.2.4.2 Usulan Inovasi <i>Business Model Canvas</i> di masa yang akan datang oleh PT Multi Teknologi Telematika.....	110
4.2.5 Strategi <i>Digital Marketing</i> PT Multi Teknologi Telematika kedepannya untuk memperkenalkan produk <i>MTT Networks homynet</i>	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

- Lampiran 1. Pendukung Penelitian
- Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah pemakai layanan <i>internet</i>	3
Gambar 2.1 Bisnis Model Canvas (BMC)	16
Gambar 2.2 Kerangka Kerja Perencanaan SOSTAC	32
Gambar 2.3 Analisis SWOT	33
Gambar 2.4 Penetapan Strategi Metode 5S	34
Gambar 2.5 Penetapan Strategi (STP)	35
Gambar 2.6 Bauran Pemasaran	35
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 3.1 Tahap Penelitian	46
Gambar 3.2 Analisis Model Interaktif	51
Gambar 4.1 <i>Usage of The Internet MTT Networks</i>	58
Gambar 4.2 <i>E-Paper MTT Networks</i>	65
Gambar 4.3 MTT Networks Topologi Jaringan (GPON & EPON)	68
Gambar 4.4 <i>Website MTT Networks</i>	69
Gambar 4.5 Tampilan <i>Web MTT Networks</i>	76
Gambar 4.6 Tampilan <i>Web Comet Internet</i>	77
Gambar 4.7 Tampilan <i>Web Faznet Batam</i>	77
Gambar 4.8 Tampilan <i>Web Indihome</i>	77
Gambar 4.9 Tampilan <i>Web MyRepublic</i>	78
Gambar 4.10 Tampilan <i>Web CIC</i>	78
Gambar 4.11 <i>Website MTT Networks</i>	80
Gambar 4.12 <i>Instagram MTT Networks</i>	81
Gambar 4.13 <i>Twitter MTT Networks</i>	82
Gambar 4.14 <i>Facebook MTT Networks</i>	83
Gambar 4.15 <i>Youtube MTT Networks</i>	83
Gambar 4.16 Rantai Saluran untuk <i>Engagement</i>	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 PJI terdaftar pada APJII di Batam	6
Tabel 1.2 Penggunaan Digital Marketing.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4.1 Model Bisnis Canvas Eksisting PT MTT	60
Tabel 4.2 Besaran Tarif <i>Homynet</i> Reguler	62
Tabel 4.3 Besaran Tarif Bisnis	62
Tabel 4.4 Besaran Tarif <i>E-Katalog</i> LKPP <i>Domestic</i> dan <i>International</i>	63
Tabel 4.5 Struktur Biaya MTT Networks Tahun 2019-2022	71
Tabel 4.6 <i>Competitor Analyst</i>	79
Tabel 4.7 Hasil Summary	84
Tabel 4.8 Menetapkan Tujuan	88
Tabel 4.9 <i>5S Objective</i>	89
Tabel 4.10 Strategi <i>Segemnetation</i>	90
Tabel 4.11 Strategi <i>Segmentasi</i>	91
Tabel 4.12 Taktik pada <i>Objective</i>	92
Tabel 4.13 Ringkasan taktik (<i>Tactics</i>)	93
Tabel 4.14 Tindakan (<i>Action</i>) di <i>Instagram</i>	94
Tabel 4.15 <i>Action</i> pada <i>Facebook</i>	95
Tabel 4.16 <i>Action</i> pada <i>Twitter</i>	95
Tabel 4.17 Tindakan (<i>Action</i>) iklan di <i>Facebook</i>	96
Tabel 4.18 Tindakan (<i>Action</i>) iklan di <i>Instagram</i>	97
Tabel 4.19 <i>Roadmap</i> Tahapan Pelaksanaan Strategi	98
Tabel 4.20 Key Performance Indicator Tujuan (Objective)	99
Tabel 4.21 Analisis (SOSTAC) <i>situation analysis</i> pada model bisnis canvas eksisting MTT Networks	101
Tabel 4.22 Analisis (SOSTAC) <i>objective</i> pada model bisnis canvas <i>eksisting</i> MTT Networks	103
Tabel 4.23 Analisis (SOSTAC) <i>strategy</i> pada model bisnis canvas <i>eksisting</i> MTT Networks	104
Tabel 4.24 Analisis (SOSTAC) <i>tactics</i> pada model bisnis canvas <i>eksisting</i> MTT Networks	105
Tabel 4.25 Analisis (SOSTAC) <i>actions</i> pada model bisnis canvas <i>eksisting</i> MTT Networks	107
Tabel 4.26 Analisis (SOSTAC) <i>control</i> pada model bisnis canvas <i>eksisting</i> MTT Networks	108
Tabel 4.29 <i>Business Model Canvas</i> Usulan PT Multi Teknologi Telematika	110