BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan tekonologi informasi terutama teknologi telekomunikasi seluler di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat. Vendor vendor perusahaan telekomunikasi seluler seperti Telkomsel, Indosat, XL, Axis dan sebagainya semakin gencar melakukan promosi demi mendapatkan pelanggan setianya. Bahkan sampai saling menjatuhkan antara vendor satu dengan yang lainnya. Divisi marketing setiap perusahaan dalam hal ini sangat berperan penting untuk melakukan promosi dan pendekatan kepada masyarakat.

Ketika penulis melamar sebagai tenaga kerja praktek di PT. Indosat Bandung secara kebetulan penulis ditempatkan di bagian marketing. Kemudian permasalahan pun muncul dan harus penulis selesaikan. Yaitu bagaimana mendapatkan pelanggan setia indosat dan produk Indosat dapat diterima masyarakat luas.

Untuk penyelesaian masalah tersebut penulis melakuakan pendekatan pendekatan secara personal terhadap masyarakat. Dalam hal ini bukan hanya promosi melalui media cetak atau elektronik tetapi lebih kepada *survey* lapangan dan menanyakan langsung kepada masyarakat bagaimana tanggapan, saran dan kritik agar produk dari Indosat dapat diterima di masyarakat.

Dengan cara survey atau pendekatan personal seperti ini diharapkan didapatkan data yang akurat dan mewakili semua pertanyaan masyarakat. Dengan demikian Indosat dapat memperbaiki produknya serta mendapatkan pelanggan setia dan produknya diterima masyarakat luas.

Untuk mempermudah penyimpanan data setelah survey dilakukan kami pun membuat sebuah “Aplikasi Penyimpanan Data Survey Untuk Program Marketing Indosat (Studi Kasus Indosat Cabang Bandung, Asia Afrika)”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat disimpulkan permasalahan yang akan diselesaikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Melakukan gambaran analisis promo apa saja yang sedang dan akan dilakukan operator lain
2. Membuat kuisioner sedemikian rupa agar dari quisioner itu didapatkan jawaban atas apa yang menjadi permasalahan pelanggan atau konsumen puas atau tidak puas dengan produk indosat atau non indosat
3. Melakukan survey lapangan serta tele survey dengan membagikan serta memberikan beberapa pertanyaan dari quisioner tersebut kepada masyarakat dan atau outlet yang menjual produk indosat ataupun non indosat
4. melakukan analisis dan variable keputusan dari survey yang telah dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari apa yang membuat pelanggan indosat dan non indosat puas atau tidak puas terhadap produk seluler yang dipakainya.

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud

Maksud dari melakukan kerja praktek ini untuk melakukan *Marketing Research* dengan metode *quisioner* dan *survey* (*survey* secara langsung dan jarak jauh / *by phone*).

1.3.2 Tujuan

Sedagkan tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa tertariknya masyarakat terhadap produk indosat dan non indosat.

2. Serta menganalisis bagaimana cara agar masyarakat tetap setia dan puas terhadap produk produk inodosat.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari apa yang penulis lakukan adalah :

1. Melakukan metode kuisioner secara langsung kepada pelanggan dan non pelanggan Indosat.
2. Melakukan survey dan tele survey.
3. Melakukan analisis dan variable keputusan dari survey yang telah dilakukan.

1.5 Metode Penelitian

Melakukan analisis marketing dengan metode quisioner, survey serta analisis data dengan langkah langkah sebagai berikut :

1. Melakukan quisioner dan survey kepada pelanggan Indosat maupun non pelanggan Indosat untuk mendapatkan data data yang dibutuhkan.
2. Data dikumpulkan dan dipilah pilah dari data kuisioner dan data survey.
3. Memasukan data data yang sudah dikumpulkan ke dalam computer.
4. Membuat persentasi pada sebuah table dan grafik untuk mengetahui hasil survey dan apa keingina konsumen yang paling dominan.

1.6 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Dalam menyajikan laporan tugas akhir ini, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, merumuskan inti permasalahan yang dihadapi, maksud dan tujuan dari pembuatan aplikasi, batasan masalah aplikasi, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan umum perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan, serta berisi penjelasan tentang teori dasar metode analisis.

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran analisa dan deskripsi hasil analisa dari survey analisis yang dilakukan di lapangan maupun tele survey yang disajikan dengan tampilan grafik persentase dan hasil analisisnya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diambil dari analisis dan strategi marketing yang berjalan di bagian marketing PT. Indosat, tbk. Dan saran untuk pengembangan PT. Indosat kedepannya terutama di bagian marketing.