

BAB 1

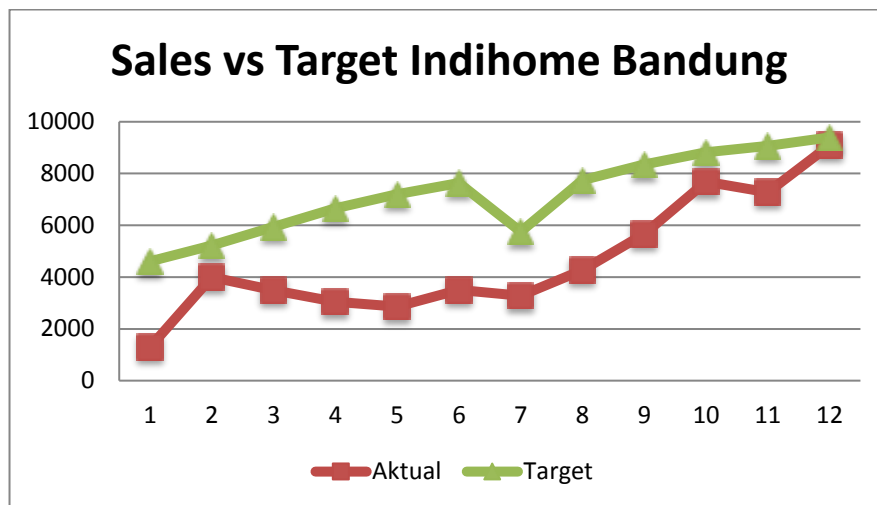
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.

Perkembangan zaman membuat kebutuhan manusia akan telekomunikasi semakin terasa penting. Peran para pelaku industri yang bergerak dalam bidang telekomunikasi semakin terasa nyata. Dan banyaknya para pelaku industri di bidang telekomunikasi ini mengakibatkan munculnya berbagai persaingan seperti PT. Telkom, PT. Biznet Networks, PT. First Media, dan lain-lain. Adanya globalisasi menjadikan persaingan ekonomi menjadi semakin kompetitif. Khusus dalam industri telekomunikasi, persaingan yang terjadi menuntut setiap perusahaan baik yang baru berdiri maupun yang telah berdiri sejak lama untuk selalu mengembangkan strategi agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan bahkan agar dapat menjadikan perusahaan lebih berkembang dari sebelumnya karena tujuan utama didirikan perusahaan selaku entitas bisnis adalah mendapatkan keuntungan yang digunakan untuk kelangsungan usaha.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan internet adalah PT Telkom Indonesia. PT Telkom Indonesia adalah salah satu perusahaan BUMN terbesar milik pemerintah. PT.Telkom menawarkan berbagai produk untuk seluruh segmentasi konsumen. Salah satu produk dari PT.Telkom yaitu produk Indihome yang diluncurkan pada tahun 2013 dimana produk Indhome menawarkan konten telepon, tv kabel dan internet dalam satu kemasan produk.

Sebagai salah satu perusahaan jasa pelayanan internet terbesar di Indonesia maka PT Telkom perlu merencanakan secara matang strategi pemasaran yang sesuai dengan perusahaan sehingga dapat memenangkan persaingan dan target perusahaan dapat tercapai. Namun ternyata strategi pemasaran yang ada saat ini belum menghasilkan hasil yang diharapkan. Hal ini dapat dibuktikan dari grafik penjualan produk Indhome pada tahun 2015 dibawah ini :



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Indihome Tahun 2015

Dari grafik tersebut angka penjualan aktual produk Indihome pada tahun 2015 belum dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan. Maka, dari permasalahan tersebut maka penulis ingin membantu perusahaan dalam memilih strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kriteria perusahaan.

1.2. Identifikasi Masalah.

Berikut merupakan kemungkinan faktor-faktor yang menyebabkan target penjualan produk Indihome belum tercapai :

1. Strategi korporat yang diterapkan perusahaan saat ini belum tepat.
2. Perusahaan belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar penjualan dapat mencapai target.
3. Semakin banyaknya kompetitor-kompetitor lain yang menawarkan produk sejenis yaitu layanan *Triple Play* (internet, tv kabel dan telepon) sehingga meningkatkan ketatnya persaingan

1.3. Pembatasan Masalah.

Berikut merupakan pembatasan masalah dalam penelitian ini :

1. Penelitian akan dilakukan di Telkom Bandung Regional 3.
2. Faktor internal perusahaan dikembangkan dari hasil wawancara dan data sekunder dari perusahaan berupa survey kepuasan dan loyalitas konsumen tahun 2015 untuk konsumen wilayah Jawa Barat. Dalam penelitian ini tidak dilakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen akhir untuk mengidentifikasi faktor internal perusahaan.
3. Produk yang dibahas dalam penelitian ini adalah produk Indihome.

1.4. Perumusan Masalah.

Berikut merupakan perumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana usulan strategi korporat yang sesuai dengan perusahaan?
2. Bagaimana usulan strategi pemasaran model ROSE yang sesuai dengan PT.Telkom?

1.5. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan dan menganalisis usulan strategi korporat yang sesuai dengan perusahaan.
2. Memberikan dan menganalisis usulan strategi pemasaran model ROSE yang sesuai untuk perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Secara garis besar di dalam penyusunan dan pembuatan laporan tugas akhir ini, sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- **Bab 1 Pendahuluan.**

Bab pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

- **Bab 2 Landasan Teori.**

Bab ini berisi teori-teori yang relevan mengenai topik yang akan dibahas, dan merupakan dasar teoritis untuk membantu pembahasan dan penguraian lebih lanjut mengenai masalah yang dihadapi pada penelitian.

- **Bab 3 Metodologi Penelitian.**

Bab ini berisi diagram alur atau *flowchart* yang membahas mengenai pembuatan laporan dari awal hingga akhir dilengkapi dengan penjelasannya.

- **Bab 4 Pengumpulan Data.**

Bab ini berisi mengenai data-data yang diperlukan oleh peneliti sesuai dengan masalah yang ada untuk menunjang penelitian.

- **Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis.**

Bab ini berisi pengolahan dan analisis data berdasarkan data yang sudah dikumpulkan juga dilakukan tindakan perbaikan berdasarkan hasil analisis.

- **Bab 6 Kesimpulan dan Saran.**

Bab ini berisi kesimpulan dari data dan jawaban pertanyaan dari perumusan masalah, serta saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.