

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di bidang teknologi begitu pesat saat ini, terutama di bidang telekomunikasi sebagai media penyampaian informasi. Berbagai bentuk produk dan jasa telekomunikasi ditawarkan kepada masyarakat, seperti telepon seluler. Telepon seluler merupakan salah satu sarana komunikasi yang mampu menyediakan layanan komunikasi secara langsung dan cepat. Dengan keunggulan ini maka banyak masyarakat di Indonesia yang memanfaatkan teknologi tersebut.

iM3-Smart adalah salah satu kartu simcard GSM Prabayar yang masih tergolong baru di Indonesia. Kiprahnya di telepon seluler baru menginjak 3 tahun pada tanggal 27 Oktober 2004 ini, saat ini sedang mengalami masalah dalam hal banyaknya keluhan yang disampaikan konsumen baik yang datang dari para pengguna iM3-Smart, outlet-outlet penjual maupun yang datang pada kantor pelayanan iM3-Smart. Hal tersebut tentu saja akan mempengaruhi kelangsungan hidup iM3-Smart itu sendiri. Selain akan kalah bersaing dengan perusahaan jasa telepon seluler yang ada sekarang, tentu saja iM3-Smart akan ditinggalkan oleh pelanggannya.

Oleh karena itu, iM3-Smart harus memperbaiki keadaan sekarang ini, iM3-Smart harus mampu memberikan pelayanan yang diinginkan konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari, sehingga perlu adanya perancangan strategi pemasaran yang tepat secara eksplisit agar perusahaan lebih berhasil dan dapat menciptakan pangsa pasar yang tinggi.

Membangun kepercayaan serta memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan, karena pada akhirnya dapat menimbulkan citra perusahaan yang baik di mata konsumen. Dengan demikian, konsumen baru akan memilih iM3-Smart, atau mungkin merekomendasikan kepada yang lain (*word of mouth*) atau pengguna operator seluler lain untuk

berpindah menjadi pelanggan iM3-Smart dan yang terpenting pelanggan lama akan tetap dan terus menjadi pelanggan setia iM3-Smart.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan pada subbab diatas maka semakin jelas bahwa pada saat ini konsumen lebih memilih kartu simcard lain dibandingkan iM3-Smart. Hal tersebut terjadi karena saat ini iM3-Smart belum memenuhi semua keinginan konsumen yang dilihat dari banyaknya keluhan yang disampaikan para pengguna iM3-Smart, seperti contohnya apabila konsumen berada dalam gedung sinyal menjadi terputus-putus (tidak jernih), penyampaian sms yang lama, terjadinya pulsa minus, yaitu terpotongnya pulsa secara otomatis pada saat pengisian ulang yang dikarenakan melakukan hubungan telepon melebihi pulsa minim (mendekati nol) dan lain-lain.

Keluhan-keluhan tersebut di atas, karena adanya *word of mouth* dari pengguna iM3-Smart, akan berdampak negatif terhadap penjualan iM3-Smart. Dampak itu adalah berkurangnya minat beli konsumen terhadap iM3-Smart. Untuk itu perlu dianalisis kelemahan dan kekuatan iM3-Smart, selain itu juga perlu dianalisis ancaman dan peluang dengan menggunakan analisis SWOT untuk menyusun strategi pemasarannya. Dimana strategi ini dapat meminimasi keluhan-keluhan dari pelanggan iM3-Smart

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

- ♦ Analisis SWOT yang dilakukan tidak mempertimbangkan pesaing. Hal ini dikarenakan pengumpulan data persepsi responden terhadap persaingan kartu simcard sulit dilakukan. Kesulitan ini terjadi karena jarang nya responden yang pernah menggunakan beberapa kartu simcard GSM Prabayar (minimal 3).
-

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan banyaknya permasalahan yang ada maka dapat dirumuskan masalah-masalah pokoknya, yaitu :

- ♦ Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih kartu simcard iM3-Smart?
- ♦ Bagaimana hasil analisis SWOT?
- ♦ Alternatif-alternatif strategi apakah yang dapat dikembangkan dengan menggunakan SWOT Matrix?
- ♦ Alternatif strategi apakah yang merupakan alternatif strategi terbaik yang diusulkan kepada iM3-Smart berdasarkan metode QSPM (*Quantitatif Strategic Planning Matrix*)?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun suatu strategi pemasaran terhadap kartu simcard iM3-Smart.

Dalam pembahasan ini, tujuan umum tersebut dapat diuraikan menjadi tujuan khusus yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu :

- ♦ Mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih iM3-Smart
 - ♦ Mengetahui hasil analisis SWOT.
 - ♦ Merumuskan alternatif-alternatif strategi perusahaan dengan menggunakan masukan hasil analisa SWOT.
 - ♦ Mengetahui alternatif strategi terbaik yang diusulkan kepada iM3-Smart berdasarkan metode QSPM (*Quantitatif Strategic Planning Matrix*)
-

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penganalisaan serta pemecahan masalah secara terstruktur dan terperinci, maka penulis membagi Laporan Tugas Akhir ini dalam beberapa bab, yaitu :

BAB 1 PENDAHULUAN.

Bab ini membahas tentang masalah yang melatar belakangi penelitian dengan merumuskan masalah yang timbul, dan juga menentukan tujuan penelitian serta batasan penelitian agar studi yang dilakukan lebih terarah.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.

Bab ini berkaitan dengan pemaparan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian. Untuk maksud tersebut, landasan teori akan didasarkan pada literatur-literatur serta buku-buku pustaka yang mendukung penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.

Bab ini menggambarkan langkah-langkah yang ditempuh penulis dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam bentuk diagram alir dan penjelasan untuk masing-masing langkah.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA.

Bagian ini ditujukan untuk pencarian dan pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, baik dari pihak-pihak yang langsung terkait ataupun secara tidak langsung terkait dengan penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat diolah lagi untuk dipergunakan pada langkah selanjutnya.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bagian ini dimaksudkan untuk menganalisis data yang diperoleh dari tahap pengolahan data sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan terarah sesuai dengan tujuan awal.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.

Bagian ini ditujukan untuk memberikan kesimpulan akhir penelitian untuk menjawab permasalahan yang didefinisikan pada tujuan penelitian bagian ini juga dilengkapi dengan saran-saran bagi pihak perusahaan untuk menindaklanjuti temuan-temuan penelitian.
