

## BAB IV

### IMPLEMENTASI

#### 4.1 Proses Definisi Masalah

Kegiatan penting pertama dalam melakukan riset pemasaran adalah merumuskan masalah penelitian. Perumusan masalah penelitian ini merupakan dasar perumusan kerangka pemikiran. Untuk memperoleh kerangka pemikiran yang jelas dan menyeluruh (komprehensif) diperlukan dukungan kerangka teori yang dapat menjelaskan semua pengertian dan definisi dari variabel-variabel yang bersifat independen maupun dependen.

Variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini merupakan analisis yang lebih mendalam, seperti analisis hubungan antara variabel, pengujian hipotesis serta analisis untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang diperkirakan dapat mempengaruhi variabel dependen.

Semua hasil analisis penelitian tersebut merupakan masukan bagi pihak manajemen untuk merumuskan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran, kegiatan penjualan, kegiatan promosi, serta kegiatan lainnya yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih kompetitif dalam memenangkan persaingan di masa mendatang.

#### 4.2 Masalah Riset Pemasaran

Masalah riset pemasaran atau *marketing research problem* adalah masalah yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan dan bagaimana informasi tersebut diperoleh dengan cara yang paling layak. Seorang peneliti hendaknya dapat membedakan antara masalah manajemen dan masalah riset pemasaran, karena masalah manajemen oleh peneliti harus dioperasionalisasikan konsepnya

menjadi indikator-indikator yang dapat diukur secara jelas di lapangan. Berikut beberapa hipotesis kelebihan dan kekurangan pada produk operator seluler PT Indosat Tbk bisa dilihat pada 4.1 :

Tabel 4.1 Hipotesis peta kekuatan PT. Indosat Tbk.

Paket	Kelebihan	Kekurangan
Internet	Peta kekuatan Indosat Internet terletak pada paket promo 6 GB dan paket internet diatas 100ribu.	Kelemahan paket internet Indosat terletak pada paket dengan harga Rp 50.000 rupiah dan kuota extra
Blackberry	Hampir pada semua kelas Indosat kalah dalam penawaran paket BB tetapi terdapat paket Indosat yang masih bisa bersaing yaitu paket BB Rp 100.000 dan paket BB 3 bulan	Kelemahan Indosat dalam hal penawaran paket sangat terlihat pada hampir semua kelas
Telepon	Keunggulan Indosat dalam hal telepon adalah paket telepon 0,1 detiknya dan bonus	Indosat masih kurang berani memberikan bonus telepon sesama.

	telepon operator lain.	
Sms	Sms yang diberikan Indosat memang tidak banyak tetapi sangat efektif	Dibandingkan bonus operator lain yang menyampai ribuan Indosat masih kalah bersaing

### 4.3 Metode survei

Untuk metode survei yang digunakan adalah dengan metode kuesioner *online* yang disediakan oleh media [www.doc.google.com](http://www.doc.google.com).

#### 4.3.1 Survei dengan kuesioner *online*

Metode kuesioner yang digunakan melalui Kuesioner *online* melalui *media* internet dengan menggunakan jasa kuesioner *online* yang disediakan oleh google *document*([doc.google.com](http://doc.google.com)). Kuesioner ini diadakan 2 kali, kuesioner yang pertama diadakan untuk mencari *range* umur pasar pengguna operator seluler yang dimana pengguna operator seluler Indosat paling banyak. Lalu kuesioner kedua diadakan dengan tujuan menggali informasi lebih dalam lagi tentang pasar terkuat pengguna operator seluler Indosat tersebut.

#### 4.3.1.1 Kuesioner pertama

- Sasaran dari kuesioner *online* yang dituju adalah pengguna dari *social media* dan forum *online* nasional dengan jangka waktu 5 hari (14 Juli 2013 – 16 Juli 2013 ).
- Kuesioner dibagi menjadi 3 bagian yaitu kuesioner telepon & sms, kuesioner paket internet dan paket Blackberry
- Kuesioner telepon & sms berisi tentang pertanyaan yang akan diberikan kepada koresponden tentang tarif dan layanan telepon & sms operator seluler.
- Kuesioner paket internet berisi tentang pertanyaan yang akan diberikan kepada koresponden tentang tarif dan layanan internet operator seluler
- Kuesioner paket Blackberry berisi tentang tarif dan layanan BlackBerry operator seluler
- Sasaran kuesioner yang dituju :
  - Pengguna *sosial media* Facebook
  - Pengguna *sosial media* Twitter
  - Pengguna forum *online* Kaskus

Berikut link kuesioner yang telah dibuat:

- paket internet

[https://docs.google.com/forms/d/1oMVS6D\\_8i9Tcmm2JmNqPDKD25xZwkwXTa74DmHQtRM/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1oMVS6D_8i9Tcmm2JmNqPDKD25xZwkwXTa74DmHQtRM/viewform)

- Paket Telepon dan sms

[https://docs.google.com/forms/d/1f8vLD0DiQ\\_6G7O31WwxwG4vSrnC4WK1Ka hmOx34Hj6U/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1f8vLD0DiQ_6G7O31WwxwG4vSrnC4WK1Ka hmOx34Hj6U/viewform)

- paket BB

[https://docs.google.com/forms/d/1hCPMQHQD7hxZVl0mdL4S3l0FnNMOqBOw \\_ukaNXiVa4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1hCPMQHQD7hxZVl0mdL4S3l0FnNMOqBOw _ukaNXiVa4/viewform)

Hasil yang di dapatkan dari survei *online* dari tanggal 14 Juli 2013 Sampai dengan 16 Juli 2013 di peroleh hasil dengan jumlah responden sebanyak 241 koresponden yang terdiri dari :

Koresponden Paket Telepon dan Sms : 66 koresponden

Koresponden Paket Blackberry : 48 koresponden

Koresponden Paket Internet : 127 koresponden

#### 4.3.1.1 Kuesioner telepon dan sms

Hasil yang di dapatkan dari survei *online* tentang tarif dan layanan telepon & SMS operator seluler dari tanggal 14 Juli 2013 Sampai dengan 16 Juli 2013 di peroleh hasil dengan jumlah responden sebanyak 66 koresponden yang terdiri dari

:
 

Mahasiswa : 42 koresponden	(63, 6 %)
----------------------------	-----------

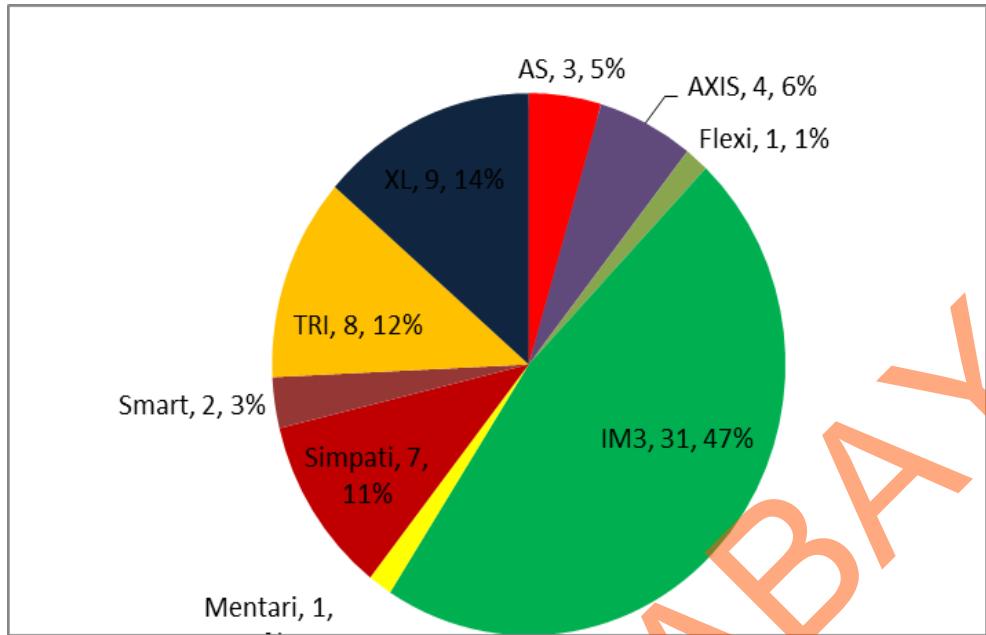
Karyawan : 11 koresponden (16, 6 %)

Pelajar : 8 koresponden (12, 1 %)

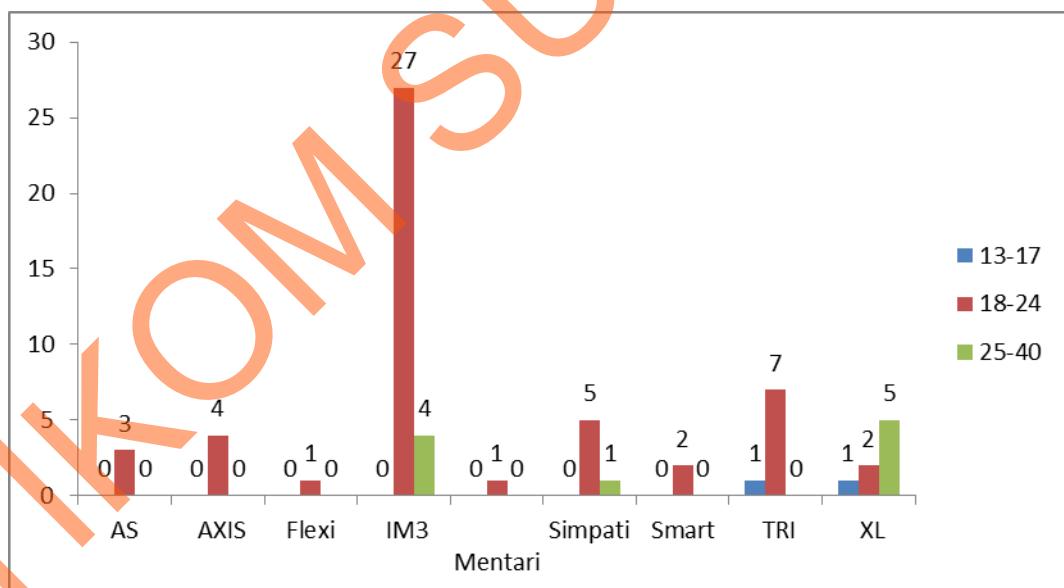
Wiraswasta : 5 koresponden ( 7, 7 %)

Hasil lengkap dari kuesioner telepon dan sms ini bisa dilihat pada Lampiran 7.

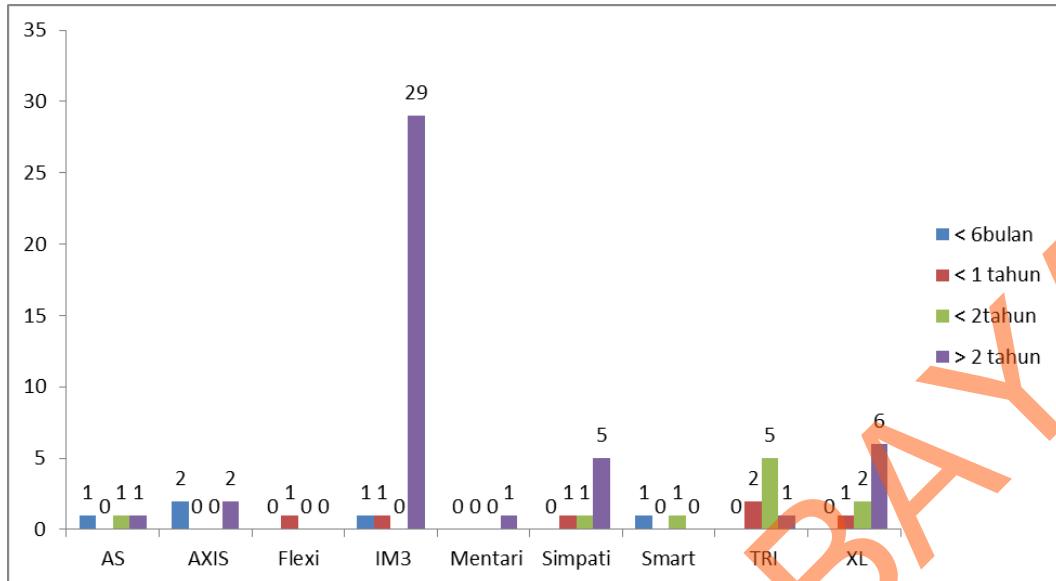
Dari kuesioner telepon dan sms ini bisa diambil kesimpulan bahwa hasil kuesioner yang telah diisi oleh para koresponden yang mewakili *social media user* dan pengguna forum *online* telah didapatkan hasil yang signifikan. Dari hasil kuesioner tersebut bisa terlihat bahwa banyak para pengguna operator seluler menggunakan produk operator seluler yang dimiliki oleh Indosat yaitu Im3 dan Mentari, dominasi Indosat untuk penggunaan operator seluler ini sangat mendominasi dengan jumlah 32 *user* (48, 5 %) dibandingkan dengan produk XL yang dimiliki oleh PT AXIATA yang hanya 9 *user* ( 13, 6 %), Grafik tersebut bisa dilihat pada Gambar 4.1. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut juga bisa kita lihat rasio umur pengguna produk Indosat dimana 87% Pengguna operator seluler Indosat merupakan pengguna dengan usia 18 – 24 (27 dari 31 pengguna ) yang bisa kita lihat pada Gambar 4.2. Dari hasil kuesioner tersebut bisa terlihat para pengguna Indosat merupakan pengguna setia operator seluler Indosat, hal ini terlihat dari hasil survei bahwa pengguna Indosat 93, 5% telah menggunakan operator seluler tersebut selama lebih dari 2 tahun yang bisa kita lihat pada Gambar 4.3 dan 70, 9% pengguna Indosat mengungkapkan bahwa mereka memilih operator seluler Im3 karena telah lama menggunakan operator tersebut yang bisa kita lihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.1 Pengguna telepon dan sms



Gambar 4.2 Rasio umur pengguna Operator seluler



Gambar 4.3 Lama penggunaan operator seluler



Gambar 4.4 Alasan penggunaan operator seluler

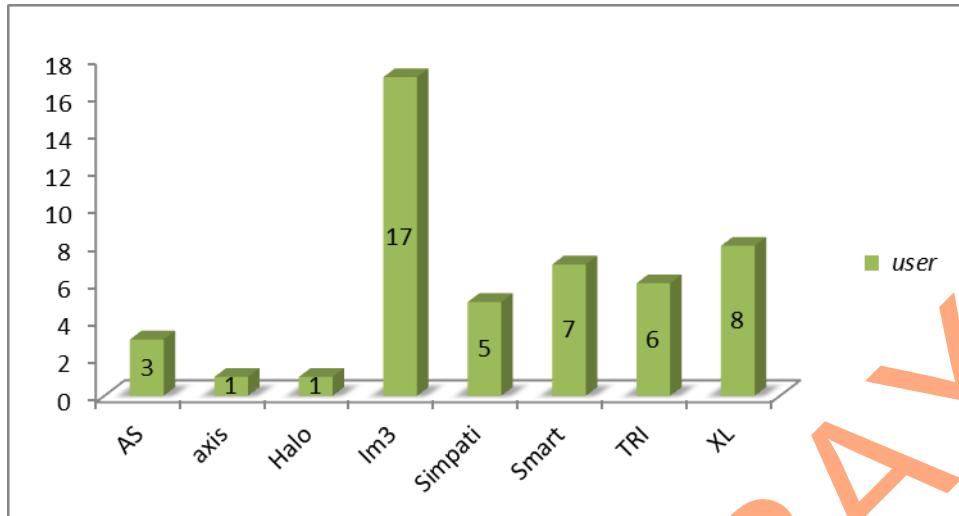
#### 4.3.1.1.2 Kuesioner Paket Blackberry

Hasil yang di dapatkan dari survei *online* tentang tarif dan layanan paket BlackBerry yang disediakan operator seluler dari tanggal 14 Juli 2013 Sampai dengan 16 Juli 2013 di peroleh hasil dengan jumlah responden sebanyak 48 koresponden yang terdiri dari :

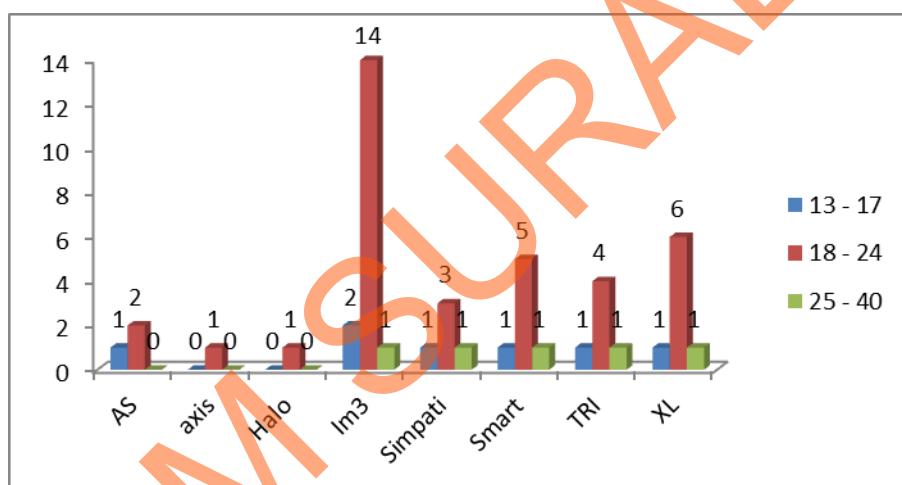
Mahasiswa	: 30 koresponden	(62, 5 %)
Karyawan	: 6 koresponden	(12, 5 %)
Pelajar	: 8 koresponden	(16, 7 %)
Wiraswasta	: 4 koresponden	( 8, 3 %)

Hasil lengkap kuesioner ini bisa dilihat pada Lampiran 8

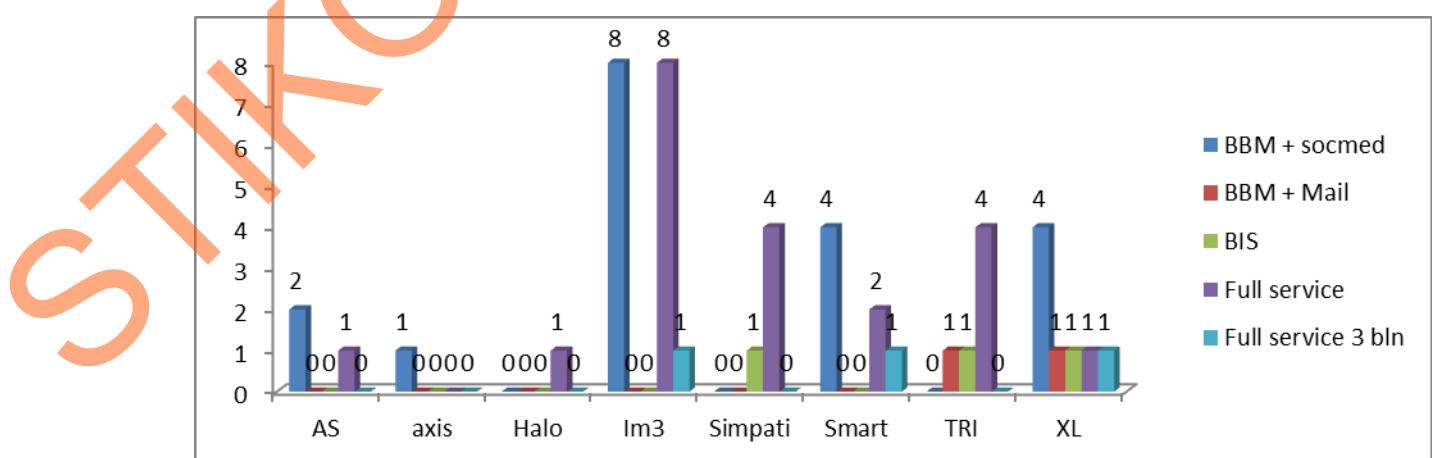
Dari hasil kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa para koresponden lebih memilih operator seluler Im3 sebagai operator seluler untuk paket BlackBerry yaitu sebanyak 17 dari 48 koresponden atau 35, 41 % dari koresponden paket BlackBerry, hasil tersebut bisa dilihat pada Gambar 4.5. Berdasarkan Gambar 4.6 yang menunjukan bahwa kebanyakan pengguna paket BlackBerry merupakan usia 18-24 tahun dan dari Gambar 4.6 tersebut bisa terlihat bahwa pengguna paket BlackBerry dengan umur 18-24 tahun lebih memilih operator seluler Im3 untuk paket BlackBerry. Pada gambar 4.7 bisa dilihat bahwa pengguna paket BlackBerry lebih banyak pengguna paket *full service* daripada paket yang lainnya. Sebanyak 21 pengguna atau 47% dari pengguna paket BlackBerry pada tiap operator seluler lebih memilih paket *Full service* ini.



Gambar 4.5 Pengguna paket BlackBerry per operator seluler



Gambar 4.6 Rasio umur pengguna paket BlackBerry per operator seluler



Gambar 4.7 Penggunaan paket BlackBerry per operator seluler

#### 4.3.1.1.3 Kuesioner Paket Internet

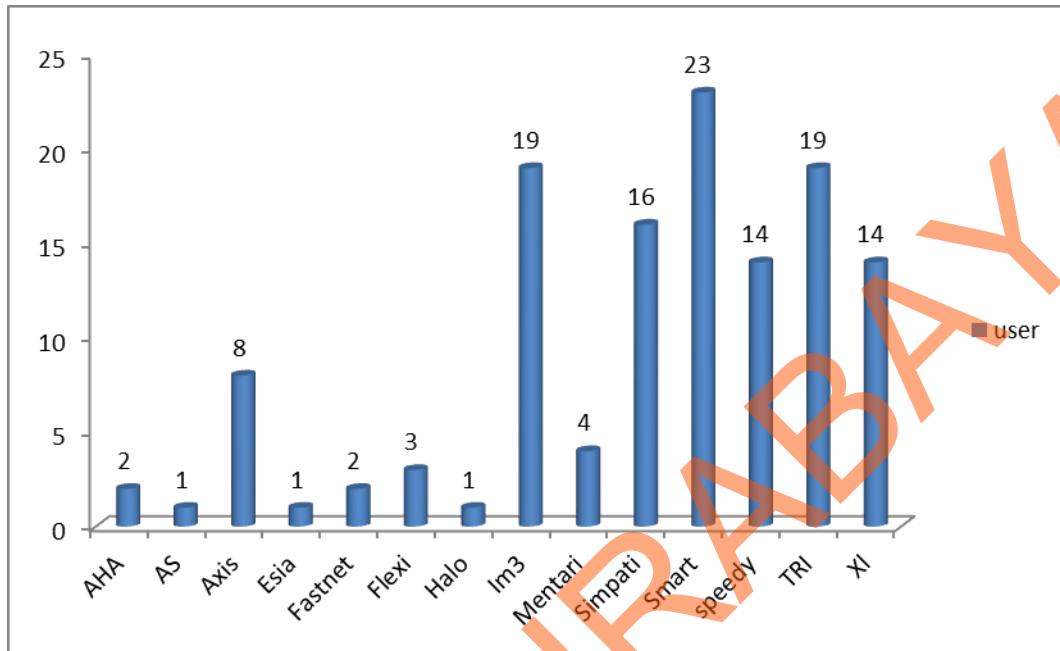
Hasil yang di dapatkan dari survei *online* tentang tarif dan layanan paket Internet yang disediakan operator seluler dari tanggal 14 Juli 2013 Sampai dengan 16 Juli 2013 di peroleh hasil dengan jumlah responden sebanyak 127 koresponden yang terdiri dari :

Mahasiswa	: 99 koresponden	(77, 95 %)
Karyawan	: 25 koresponden	(19, 68 %)
Pelajar	: 22 koresponden	(17, 32 %)
Wiraswasta	: 2 koresponden	( 1, 25 %)

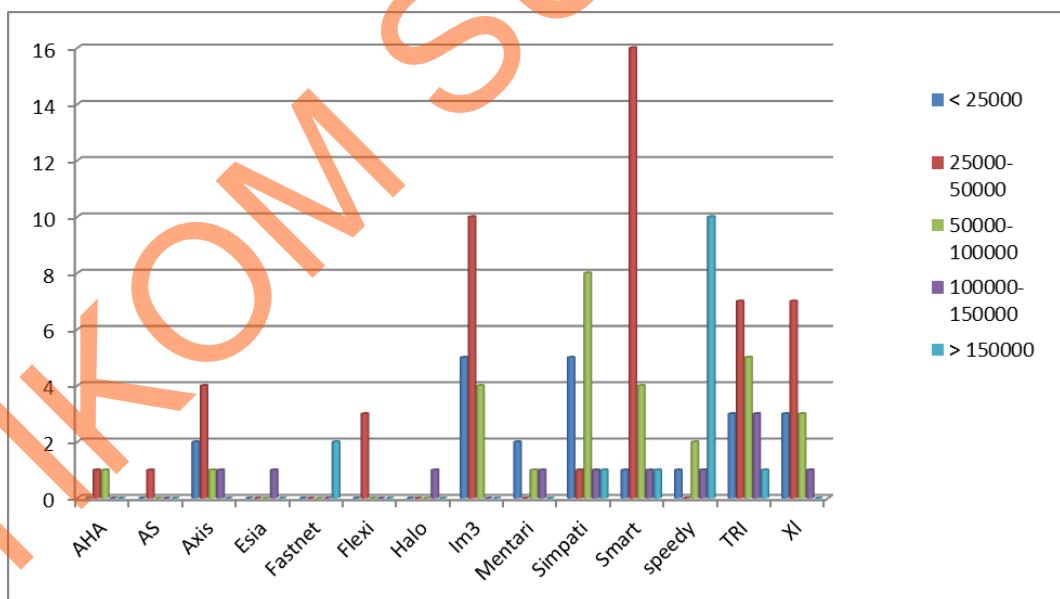
Hasil lengkap kuesioner ini bisa dilihat pada Lampiran 9

Dari Gambar 4.8 bisa dilihat bahwa penggunaan paket internet dan *smartphone* pada Im3 masih kalah dengan operator seluler cdma Smartfren, hal ini dikarenakan paket yang diberikan operator seluler Smartfren termasuk paket yang murah, hal ini terlihat dari mayoritas pengguna Smartfren menggunakan paket dengan tarif Rp 25000 – Rp 50000 yang dimana itu merupakan paket *unlimited* dengan kuota 1-2 GB bisa kita lihat pada Gambar 4.9. Tetapi pelayanan yang diberikan oleh Smartfren tidak sebaik yang dengan paket yang diberikan, karena 10 dari 23 koresponden tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Smartfren. Dari Gambar 4.10 bisa dilihat bahwa rata-rata pengguna paket internet yaitu sebanyak sebanyak 64 pengguna atau 50,4 koresponden kuesioner pengguna paket internemerasa cukup puas dengan pelayanan paket internet yang diberikan oleh produk operator seluler di Indonesia. Dari Gambar 4.11terlihat bahwa pengguna paket internet merupakan pengguna internet dengan

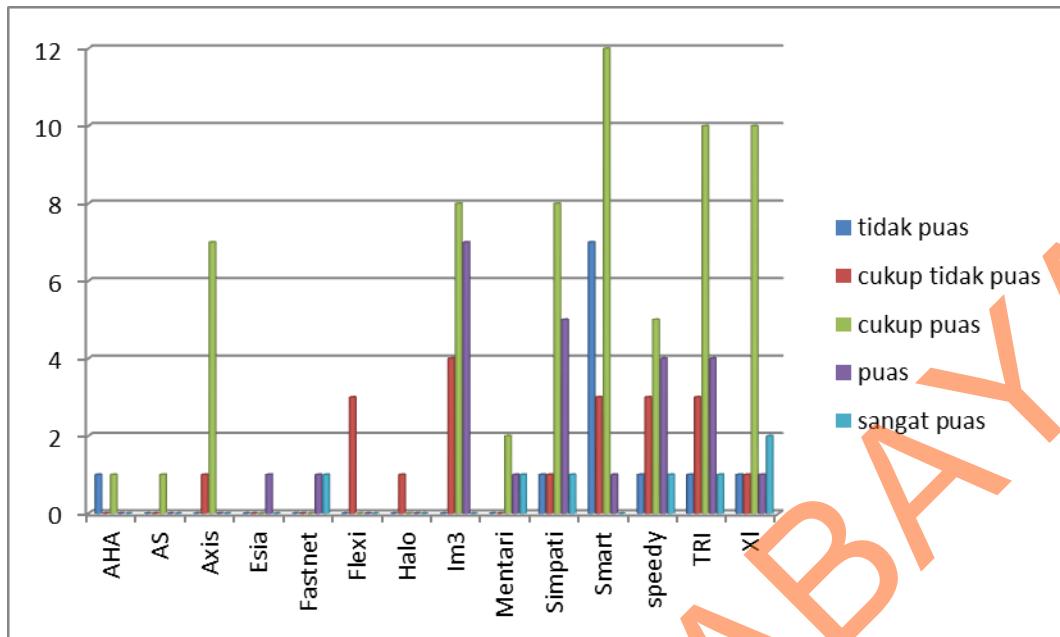
kisaran umur 18-24 tahun, sebanyak 102 dari 127 koreponden kuesioner merupakan pengguna paket internet dengan kisaran umur 18 – 24 tahun



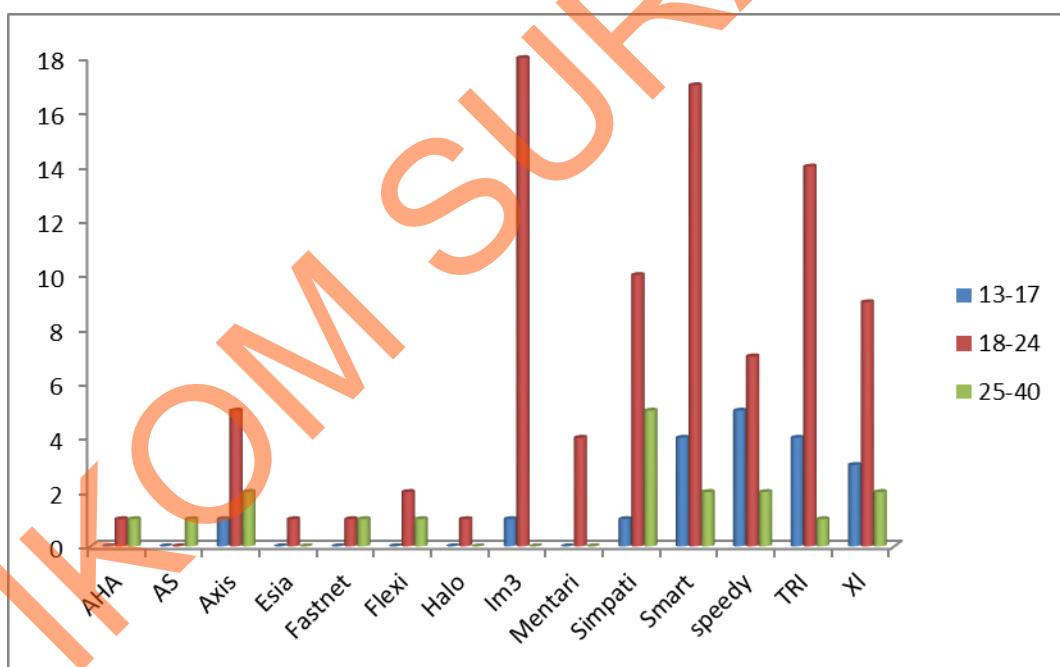
Gambar 4.8 Pengguna paket internet per operator seluler



Gambar 4.9 Tarif paket internet yang digunakan



Gambar 4.10 Tingkat kepuasan pengguna paket internet per operator seluler



Gambar 4.11 Rasio umur pengguna paket internet

#### 4.3.1.2 Kuesioner kedua

Metode yang digunakan dalam melakukan survei pasar operator seluler untuk menentukan peta kekuatan terhadap setiap operator seluler adalah dengan menggunakan media kuesioner *online*. Kuesioner *online* ini dibuat dengan menggunakan media *document form* yang disediakan oleh google (www.doc.google.com). Kuesioner dibuat dengan membaginya jadi beberapa halaman dan disebarluaskan dengan menggunakan link sebagai berikut :

[https://docs.google.com/forms/d/1NTeIXoloiZAhjaWRQRCx1\\_rbmznptiPNv17eKLX1ryI/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1NTeIXoloiZAhjaWRQRCx1_rbmznptiPNv17eKLX1ryI/viewform)

Kuesioner yang dibuat dan disebarluaskan di beberapa *media* sosial yaitu :

- www.kaskus.co.id
- www.facebook.com
- www.twitter.com

Sasaran pasar dari kuesioner ini adalah pengguna operator seluler dengan umur 18-24 tahun. Dimana mayoritas dari pengguna tersebut merupakan pengguna operator seluler dengan status sebagai pelajar/mahasiswa yang dimana rasio umur tersebut merupakan pasar terkuat dari pengguna Indosat karena banyak pengguna Indosat berada di rasio umur tersebut, data tersebut diambil dari hasil kuesioner pertama.

Jangka waktu untuk penyebarluasan dan pengisian kuesioner pada *media online* yang telah ditentukan adalah 4 hari yaitu mulai dari tanggal 26 Juli 2013 hingga pada tanggal 29 Juli 2013.

Adapun hasil dari kuesioner tersebut :

Total koresponden : 94 koresponden

Form Hasil kuesioner : Lampiran 10

Koresponden yang berdomisili di provinsi :

Aceh	: 2 koresponden
Banten	: 3 koresponden
Jakarta	: 11 koresponden
Jambi	: 1 koresponden
Jawa Barat	: 11 koresponden
Jawa Tengah	: 2 koresponden
Jawa Timur	: 54 koresponden
Kalimantan selatan	: 1 koresponden
Riau	: 1 koresponden
Sulawesi Selatan	: 1 koresponden
Sulawesi Utara	: 1 koresponden
Sumatera Utara	: 1 koresponden
Yogyakarta	: 3 koresponden

Koresponden dengan status pekerjaan:

Mahasiswa	: 84 Koresponden
Karyawan/Pegawai	: 10 koresponden

Koresponden mahasiswa dengan status kuliah di :

Universitas Narotama	: 1 Koresponden
Universitas Syiah Kuala	: 1 Koresponden
ITS Surabaya	: 8 Koresponden

IPB Bogor	: 2 Koresponden
ITB Bandung	: 1 Koresponden
Universitas Limkokwing Malasya	: 1 Koresponden
PENS Surabaya	: 3 Koresponden
POLTEKKES Surabaya	: 2 Koresponden
POLTEK Makasar	: 1 Koresponden
STAN Depok	: 1 Koresponden
STIE PERBANAS SBY	: 3 Koresponden
STIKOM SURABAYA	: 14 Koresponden
STIKOM LSPR JKT	: 1 Koresponden
Universitas tidar	: 1 Koresponden
UGM Yogyakarta	: 3 Koresponden
Universitas Indonesia	: 2 Koresponden
UIN Syarif hidayatullah	: 1 Koresponden
UNAIR SURABAYA	: 16 koresponden
UNESA SURABAYA	: 2 Koresponden
UNISKA Banjarmasin	: 1 Koresponden
UNIBRAW Malang	: 3 Koresponden
Universitas Ahmad dahlan	: 1 Koresponden
Universitas Hassanudin	: 1 Koresponden
Universitas Atma jaya	: 1 Koresponden
Universitas Islam Indonesia	: 1 Koresponden
Universitas Jambi	: 1 Koresponden
Universitas Garut	: 1 Koresponden

Universitas Padjajaran	: 2 Koresponden
Universitas Pendidikan Indonesia	: 1 Koresponden
Universitas Prof. Dr. Moestopo	: 1 Koresponden
Universitas Riau	: 1 Koresponden
Universitas Sumut	: 1 Koresponden
Universitas Surabaya	: 1 Koresponden
Universitas Negeri Solo	: 1 Koresponden
Universitas Trisakti	: 1 Koresponden

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah dibuat bisa terlihat bahwa produk operator seluler dari Indosat masih menguasai pasar 18 – 24 tahun. Hal ini terlihat dari grafik pada Gambar 4.12 bahwa penggunaan operator seluler yang memperlihatkan bahwa dari 94 koresponden mengaku bahwa dari semua operator seluler yang mereka pakai terdapat 28% atau 53 suara yang mengaku mereka memakai operator Im3 dari semua operator seluler yang mereka pakai. Im3 unggul 26 suara atau 14% dari operator XL yang hanya mendapatkan 27 suara atau 14% dari koresponden kuesioner.

Rata-rata para koresponden memakai 2 operator seluler untuk penggunaan sehari-hari, terdapat 43 koresponden/ 46% yang memakai 2 operator seluler saja, sementara yang memakai 3 operator seluler hanya 27 koresponden atau 29% yang bisa dilihat Gambar 4.13.

Kebanyakan pengguna Im3 memakai operator seluler ini untuk paket telepon dan sms, hal ini terbukti bahwa 41 dari 94 koresponden yang memakai Im3 untuk telepon dan sms. Hal ini juga menyatakan Im3 menguasai pasar telepon dan sms, ini dikuatkan berdasarkan data yang diambil menyatakan bahwa

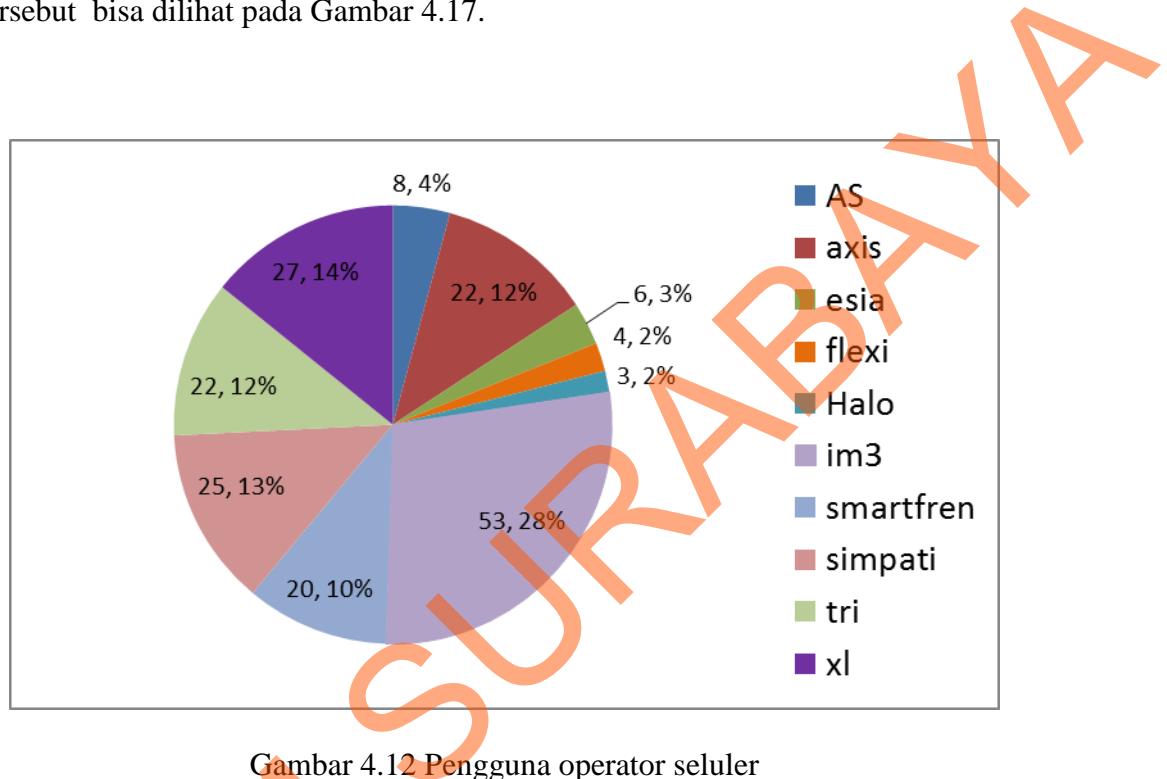
44% koresponden mengaku memakai Im3 untuk penggunaan telepon dan sms. Sementara Simpati hanya 14%(13 suara) dari koresponden. Simpati hanya menang tipis dari Axis dan XL yang sama – sama hanya mendapatkan 12 suara atau 13% dari koresponden kuesioner yang bisa dilihat pada Gambar 4. 14.

Sementara di pasar internet yang terbagi menjadi dua yaitu modem dan *smartphone*. Indosat kalah dengan para pesaingnya, hal ini terbukti dengan tidak adanya pengguna produk operator seluler dari Indosat yang memakai paket internet untuk modem. Dari 31 suara koresponden untuk paket internet modem tidak satupun memakai salah satu produk dari Indosat, praktis produk operator seluler dari Indosat tidak menguasai pasar paket internet modem. Lalu berdasarkan kuesioner paket internet *smartphone* yang terdiri dari 52 koresponden, hanya 9 pengguna yang memakai produk Im3 atau 17% dari koresponden. XL juga mempunyai suara yang sama dengan Im3 yaitu 9 pengguna sedangkan Tri mempunyai 10 pengguna atau 19% dan yang paling banyak mendapatkan suara dari koresponden adalah produk operator seluler Simpati, Simpati unggul dengan 11 suara atau 21% koresponden. Hal ini bisa dilihat pada Gambar 4.15.

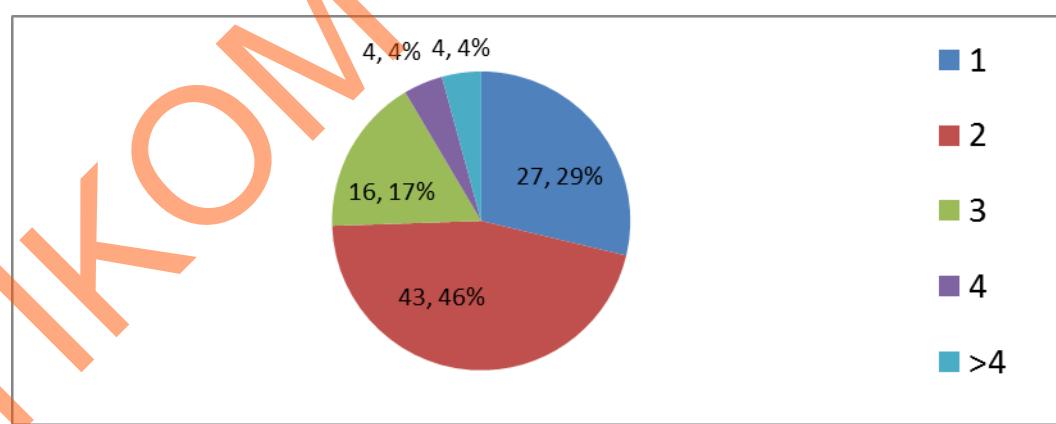
Sedangkan di pasar internet(modem), dikuasai oleh produk internet Smartfren yang mendapatkan 13 koresponden atau 42% dari koresponden, Smartfren unggul jauh dari pesaing terdekatnya yaitu operator seluler Speedy yang hanya mendapatkan 5 suara atau 16% dari seluruh koresponden yang bisa dilihat pada Gambar 4.16.

Untuk hasil kuesioner paket Blackberry, pasar ini dikuasai oleh pengguna produk operator seluler Im3. Pengguna produk operator seluler Im3 mendapatkan

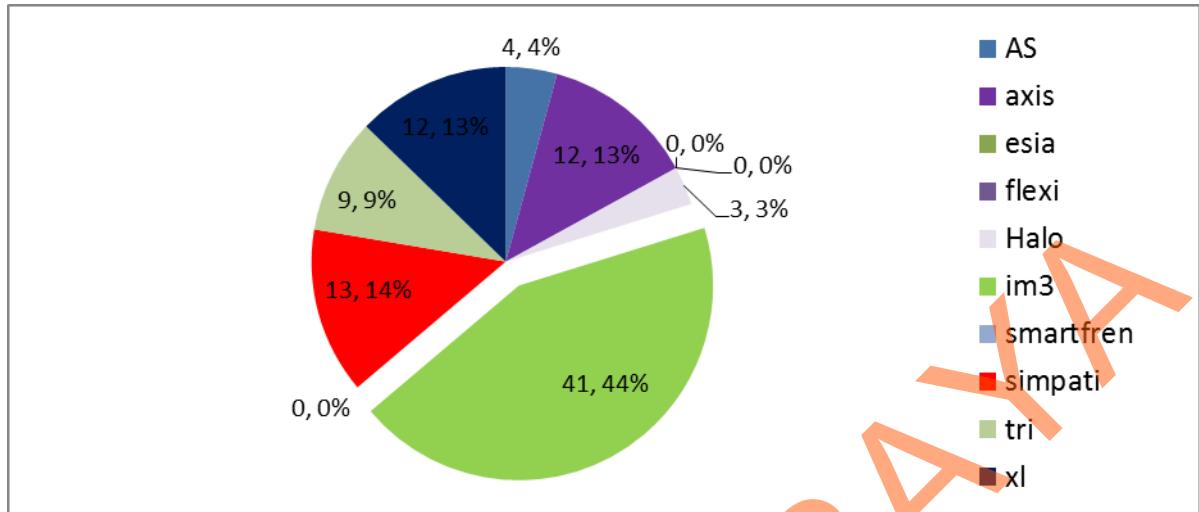
16 suara dari 46 suara, berarti Im3 mendapatkan 36% suara. Kebanyakan pengguna Im3 mendaftarkan paket Blackberry ke paket BBM+Social media. Sedangkan Simpati hanya mendapatkan 7 koresponden atau 16% suara. Hasil tersebut bisa dilihat pada Gambar 4.17.



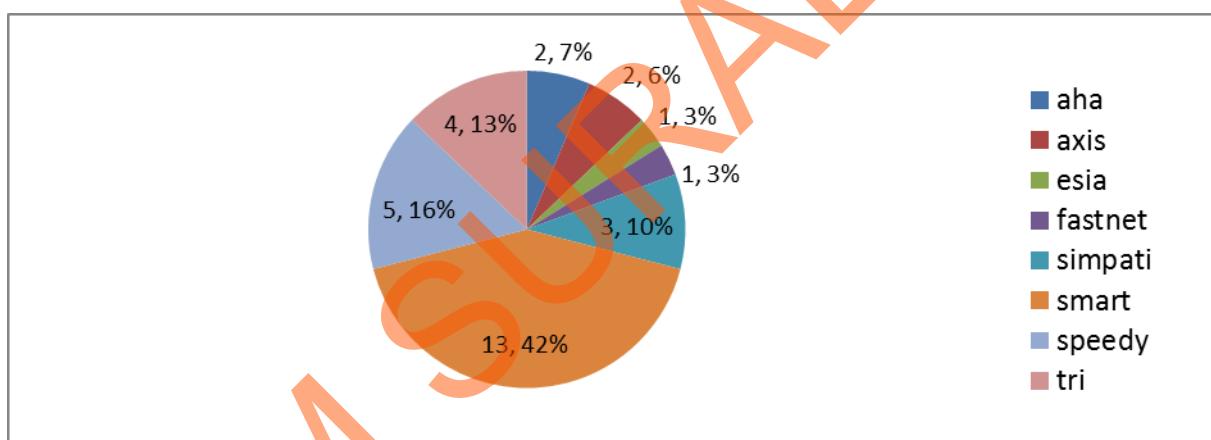
Gambar 4.12 Pengguna operator seluler



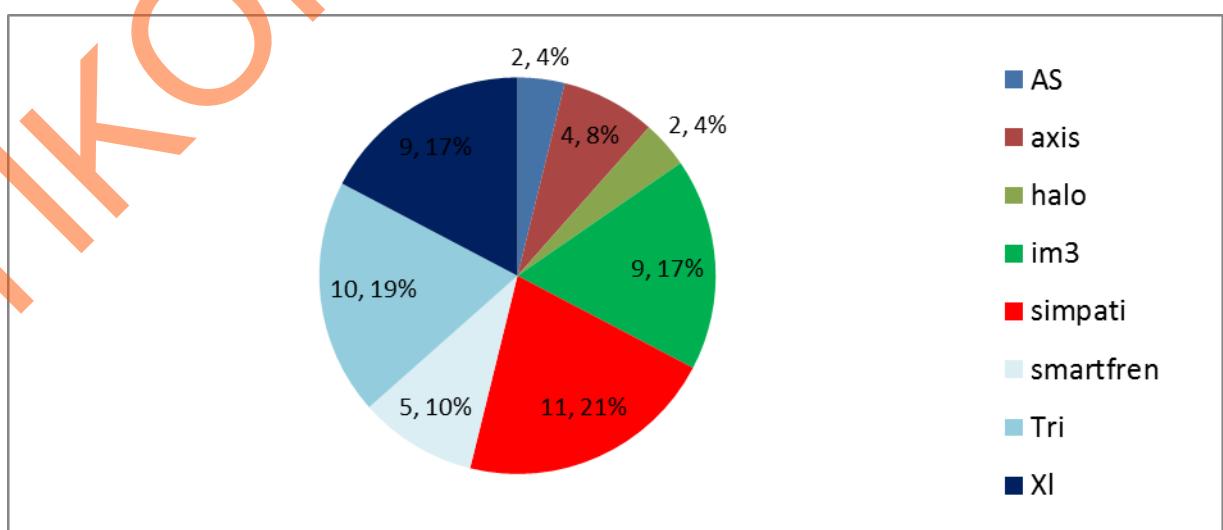
Gambar 4.13 Jumlah operator seluler yang digunakan satu pengguna



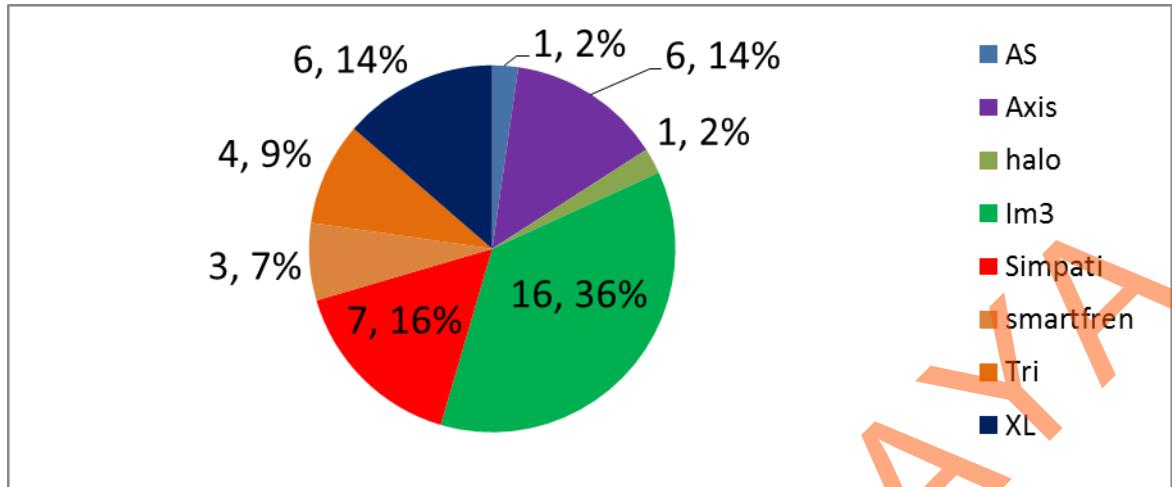
Gambar 4.14 Pengguna operator seluler telepon dan sms



Gambar 4.15 Pengguna paket internet(modem) per operator seluler



Gambar 4.16 Pengguna paket internet(Smartphone) per operator seluler



Gambar 4.17 Pengguna Paket Blackberry per operator seluler

#### 4.4 Analisa SWOT

##### 4.4.1 Strength(kekuatan)

- Kekuatan Indosat terletak pada Bandwidth frekuensi yang sangat lebar, di Indonesia terdapat 2 operator seluler yang mempunyai hak Bandwidth frekuensi yang lebar yaitu Simpati dan Indosat. Sehingga ini menjadi kekuatan Indosat untuk bertarung dengan operator lainnya
- Kekuatan Indosat yang lain terletak pada pengguna yang loyal hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang menyatakan bahwa para koresponden Indosat menyatakan bahwa mereka menggunakan Indosat karena telah lama memakai operator seluler tersebut.
- Keadaan ini membuat Indosat sangat disukai oleh para pengguna terutama para pengguna pada umur 18–24 tahun, kekuatan Indosat terletak pada para mahasiswa dan pelajar yang memakai Im3 sehingga mereka tidak lagi mengganti produk operator seluler dari Indosat yang mereka pakai karena nomor yang mereka pakai telah dikenal oleh banyak kerabat mereka dan masyarakat.

- Dengan banyaknya pengguna Im3 ini maka mendorong kerabat- kerabat dari pengguna Im3 untuk mengganti operator seluler mereka ke operator seluler Im3, maka ini juga menjadi kekuatan untuk Indosat untuk menarik lebih banyak lagi para pengguna operator seluler yang lain
- Kekuatan Indosat yang lainnya adalah banyaknya promo tentang sms dan telepon sesama sehingga membuat ketertarikan para pengguna usia 18-24 tahun untuk menggunakan produk operator seluler dari indosat ini.

#### **4.4.2 Weakness (Kelemahan)**

Kelemahan Indosat terletak pada kalah bersaing dengan Telkomsel dalam hal jaringan, banyak pengguna produk operator seluler dari Indosat pindah ke produk seluler dari Telkomsel karena jaringan lebih luas dan lebih stabil terutama pada daerah pelosok. Hal ini juga terlihat dari kuesioner yang berdomisili di daerah kalimanatan yang menyatakan terpaksa memakai produk operator seluler dari telkomsel karena di daerahnya yang mempunyai jaringan dan sinyal yang kuat hanya telkomsel. Lemah dalam pemancaran sinyal juga terjadi di beberapa kota di pulau Jawa, salah satunya di Surabaya, banyak dari para pengguna yang mengeluhkan problem sinyal yang terjadi di Indosat, salah satunya adalah sering putusnya sinyal terutama pada saat menelpon. Hal itu terjadi berulang kali sehingga membuat para pengguna produk operator seluer dari Indosat beralih ke produk operator seluer dari Telkomsel. Perbaikan sinyal perlu adanya perbaikan terutama masalah telepon karena banyak para wirausaha atau para pekerja membutuhkan fasilitas ini, apalagi pekerja atau wirausaha membutuhkan durasi waktu telepon yang sangat lama, hal ini membuat para pekerja atau wirausaha untuk mencari jaringan telepon yang handal dan efektif. Maka dipilihlah produk

operator seluler dari Telkomsel untuk operator seluler untuk bisnis apalagi para pekerja atau wirausaha yang mempunyai tugas untuk ke luar pulau Jawa dan ke daerah-daerah pelosok.

#### **4.4.3 *Oppurtinity* (Kesempatan)**

- Kesempatan Indosat untuk bersaing dalam dunia operator seluler terletak pada kekuatan Indosat pada market usia 18-24 tahun karena pada market itulah populasi Indosat sangat berkembang pesat. Apalagi kekuatan Indosat terletak pada telepon dan sms sesama yang dinilai cukup murah oleh para koresponden dan loyalitas para pengguna yang sangat tinggi sehingga membuat para pengguna operator lain untuk pindah ke operator seluler yang dimiliki Indosat
- Dengan gencarnya promo paket internet *smartphone* ini membuat para pengguna internet di Indosat semakin berkembang apalagi hal itu ditunjang oleh berkembang pesatnya para pengguna *device smartphone* terutama *smartphone* berbasis sistem Android. Hal inilah yang seharusnya dimaksimalkan oleh Indosat untuk mendapatkan lagi banyak pengguna
- Indosat juga mempunyai pengguna Blackberry yang banyak, hal ini dikarenakan para pengguna Blackberry memakai operator seluler Im3 untuk paket Blackberry dan untuk paket telepon dan sms. Hal ini yang juga harus dimanfaatkan oleh Indosat untuk mengambil lebih banyak lagi para pengguna Paket BlackBerry dengan cara memberikan promo-promo yang menguntungkan untuk para pengguna Blackberry.

#### 4.4.4 Threat (Ancaman)

Ancaman yang terjadi pada Indosat sekarang adalah gencarnya promo-promo baik telepon dan sms maupun promo paket internet yang dikeluarkan oleh operator seluler. Operator seluler berani memberi para pengguna mereka bonus-bonus dan *advantage* yang sangat besar. Operator seluler XL berani memberi bonus SMS hingga ribuan perhari, lalu operator seluler Tri berani memberi internet paket *unlimited* dan kuota yang besar untuk pengguna mereka, lalu Simpati sekarang melakukan promosi paket khusus instansi, bisa kita lihat pada berita akhir-akhir ini yang menyatakan bahwa telkomsel memberikan paket operator seluler untuk instansi tertentu sehingga para pengguna telkomsel dalam satu instansi tersebut mendapatkan keuntungan berupa tarif yang murah antar pengguna dalam satu instansi tersebut. Promosi yang mereka gunakan juga kreatif dengan tidak selalu fokus dalam memurahkan tarif maupun memberi bonus. Bisa kita lihat promosi yang diselanggarakan oleh Tri, mereka mengeluarkan suatu pelayanan berupa kartu kredit selular yang bisa memberikan keluasaan untuk para penggunanya dalam menggunakan pulsa dengan membayarnya di akhir dengan limit tertentu. Hal ini membuat para pengguna operator seluler untuk mencoba operator seluler ini. Lalu ada promosi yang dikeluarkan oleh XL yang memberikan layanan sms yang sangat murah dan memberikan Bonus sticker pada sms tersebut.

## 4.5 Rekomendasi Paket Operator Seluler

Berikut rekomendasi paket operator seluler untuk PT.Indosat.Tbk berdasarkan hasil analisa kuesioner yang dilaksanakan selama 2 periode yaitu 14-19 Juli 2013 dan 26-29 Juli 2013 yang merupakan hasil akhir kerja praktek dari sang penulis selama 1 bulan di PT. Indosat.Tbk selama 1 bulan(1 Juli 2013 – 1 Agustus 2013). Penulis memberikan 2 rekomendasi paket operator seluler untuk PT. Indosat Tbk yaitu Paket BlackBerry 3 bulan dan paket “*Android Community*”.

### 4.5.1 Rekomendasi Paket BlackBerry 3 Bulan

Dengan melihat statistik kuesioner yang menyatakan bahwa Indosat sangat mendominasi pasar paket BlackBerry khususnya segmen usia 18-24 tahun dan segment paket BBM+ *social media* dan *full service* maka perlu adanya inovasi lagi agar kita bisa mendapatkan lagi pengguna lebih banyak pada segmen tersebut. Selain itu, pasar yang mendominasi merupakan pengguna BBM + *Social media* menginginkan paket *full service* sehingga perlukan adanya paket yang bisa menggabungkan keinginan pasar tersebut. Paket ini dibuat berdasarkan kelebihan Indosat pada segmen diatas dan kelemahan Indosat yaitu pada segmen paket BlackBerry *Full service* dan paket ini menguntungkan karena memaksa pengguna untuk mengisi pulsa untuk penggunaan *Full Service*. Berikut paket yang dibuat :  
Dengan Membayar Rp 50000, Paket BB akan selalu aktif Selama 3 bulan.  
Syarat Dan Ketentuan bisa dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Keterangan Paket Blackberry 3 bulan

Bulan	Fasilitas
Bulan ke-1	<i>Full Service + WiFi Access</i>
Bulan ke-2	<i>BBM, Chat and Social Networking</i> <i>Full services and WiFi Access + Rp 25000</i>
Bulan ke-3	<i>BBM, Chat and Social Networking</i> <i>Full services And WiFi Access + Rp 25000</i>

#### 4.5.2 Rekomendasi paket internet “Paket Android *Community*”

Dengan berkembangnya teknologi dan pasar penjualan telepon genggam khususnya Android. Maka perlu untuk mengambil keuntungan dari keadaan tersebut. Maka perlu adanya sebuah penawaran yang menarik bagi para pengguna *smartphone mobile* khususnya Android. Maka ada penawaran menarik tersebut yaitu Paket Andorid *Community*.

Paket Android *Community* ini dikhususkan untuk pengguna operator seluler Indosat yang mendaftarkan nomor operator Indosat yang digunakan ke komunitas Android Indosat. Para member Android *community* ini akan mendapatkan benefit lebih yaitu para member Android communitiy akan diberikan paket tarif yang lebih murah dan menarik dibandingkan paket lain tentunya. Selain tarif dan kuota yang ditawarkan lebih menarik yaitu Indosat akan mengundang para member Android Commmunity untuk mengikuti *workshop* atau *gathering* yang akan diadakan oleh Indosat. Penawaran paket tarif internet untuk Android *Community* yang bisa dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Keterangan tarif internet paket *Android community*

Harga	Internet	Telepon	SMS
25000	6 GB 1 GB(09.00-00.00 WIB) 5 GB(00.00-09.00 WIB)	Bonus 30 menit ke sesama Komunitas	Bonus 50 sms ke sesama operator
500000	8 GB 1,7 GB (09.00-00.00 WIB) 6, 3 GB(00.00-09.00 WIB)	Bonus 50 Menit ke sesama komunitas	Bonus 100 SMS ke sesama operator
100000	10 GB 2 GB (09.00-00.00 WIB) 8 GB (00.00-09.00 WIB)	Bonus 75 Menit ke sesama komunitas	Bonus 150 SMS ke sesama operator

Selain itu akan diadakan *workshop* atau *gathering* dengan ketentuan untuk member *Android Community* yang mendaftarkan paket internet *Android Community* akan mendapatkan free pass untuk mengikuti kegiatan *workshop*.

Kelebihan :

- Para pengguna *Android mobile* akan beralih ke paket ini karena *benefit* yang lebih menarik yang diberikan oleh Indosat
- Indosat akan kerjasama dengan komunitas *Android* yang ada untuk mengadakan *workshop* atau *gathering*, kesempatan inilah yang akan membuat Indosat lebih dekat pada masyarakat khususnya para pengguna operator Indosat.
- Dengan adanya komunitas ini Indosat akan lebih tahu keadaan pasar khususnya pasar *Android mobile*.

- Adanya Android *Community* Indosat akan lebih mudah untuk mengeluarkan produk bundling Android *smartphone* dan kerjasama dengan *vendor* yang menjual Android *mobile* (contoh : Oke Shop, Samsung dan lainnya) karena Indosat telah mempunyai dan menguasai pasar Andorid *smartphone*.

Kegiatan *workshop* bisa diadakan di sekolah–sekolah atau kampus sehingga bisa menngenalkan dan mempromosikan produk operator seluler Indosat pada segmen mahasiswa dan pelajar (18 – 24 tahun ).

STIKOM SURABAYA