

ABSTRAKSI

IZZIS Pulsa adalah penyedia jasa system pengisian pulsa elektronik, Didukung oleh perangkat system yang memiliki nomer tujuan SMS. Atau dikenal dengan SMS CENTER. SMS CENTER yang IZZIS Pulsa sediakan memakai nomer GSM dari 3 operator sellular yaitu ProXL, Telkomsel dan Indosat. Banyak hal yang harus dipertimbangkan agar pemasarannya sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka analisa riset pasar, segmentasi pasar serta posisi diperlukan sebagai pendukung rancangan strategi promosi IZZIS Pulsa.

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif, alat pengumpul data adalah kuesioner yang disebarakan kepada penduduk Kotamadya Bandung. Alat ukur yang digunakan adalah distribusi frekuensi untuk menentukan proporsi serta tabulasi silang untuk mengetahui hubungan antar variabel dan karakteristik setiap segmen. Penelitian dilakukan dengan tahapan, segmentasi pasar layanan IZZIS Pulsa, pemilihan pasar sasaran, penentuan posisi layanan serta perumusan strategi promosi.

Hasil penelitian menghasilkan empat segmen yang terdiri atas, segmen 1 (minat dan bersedia) sebesar 25,25%, segmen 2 (tidak minat dan bersedia) sebesar 7,43%, segmen 3 (minat dan tidak bersedia) sebesar 26,24%, serta segmen 4 (tidak minat dan tidak bersedia) sebesar 41,09%. Dari segmen yang terbentuk dipilih segmen pertama dan kedua sebagai pasar sasaran tertuju ini dengan mempertimbangkan bahwa kedua segmen ini telah mempunyai kesiapan dari sisi finansial dimana kesiapan ini dapat dikatakan memiliki andil besar dalam penggunaan layanan IZZIS Pulsa. Selanjutnya posisi layanan yang ditetapkan berdasarkan manfaat yang diharapkan pasar dalam menggunakan layanan IZZIS Pulsa menghasilkan jargon ” *Cepat, Hemat, Amanah*” yang telah disukai oleh responden dan sesuai dengan keunggulan yang dimiliki.

Audiens sasaran dari layanan IZZIS Pulsa adalah segmen pertama. Tujuan promosi sekarang ini adalah untuk mengetahui tanggapan berupa perilaku dari audiens berupa tindakan pembelian dari layanan IZZIS Pulsa. Rancangan pesan untuk IZZIS Pulsa adalah dengan menonjolkan manfaat dan keunggulan dari IZZIS Pulsa sebagai daya tarik isi pesannya. Media pesan: untuk surat kabar dipilih Pikiran Rakyat pada rubrik olahraga dan majalah Pulsa pada rubrik berita.