

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Produk fixed-wireless yang merupakan produk layanan telekomunikasi berbasis CDMA (Code Division Multiple Access), merupakan produk baru yang perlahan-lahan mulai mendapat tempat di masyarakat Indonesia. Secara teknis, banyak praktisi telekomunikasi menilai keunggulan-keunggulan teknologi yang dimiliki produk berbasis CDMA memiliki nilai lebih dari pendahulunya AMPS (Advanced Mobile Phone System) dan GSM (Global System for Mobile Telecommunication), karena CDMA menggunakan sistem pengkodean dalam akses jamaknya, dimana setiap user akan diberikan kode unik dalam berkomunikasi, yang membuat produk ini menjadi jauh lebih efisien dalam penggunaan kanal frekuensi.

Saat ini, Indosat mengeluarkan produk barunya yang merupakan fixed-wireless berbasis CDMA yaitu Indosat StarOne, yang menyajikan layanan-layanan komunikasi yang menarik untuk dinikmati oleh pelanggan, diantaranya :

Telepon (Voice) : Layanan yang memungkinkan pelanggan untuk menelepon ke nomor PSTN dan selular baik SLJJ maupun SLI.

- Short Message Service (SMS) : Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk mengirim dan menerima pesan-pesan singkat, baik berupa karakter, numeric ataupun alphabetical.
- Voice Mailbox Service (VMS) : Layanan yang memungkinkan pelanggan untuk menerima pesan apabila sedang tidak dapat menjawab panggilan telepon, atau ponselnya tidak aktif maupun di luar jangkauan layanan
- Akses Internet (Packet Data Network) : Pelanggan dapat mengakses internet di mana pun selama masih dalam area tanpa mengurangi mobilitas. Cukup dengan menghubungkan Notebook/PC dengan terminal/ponsel StarOne melalui Data Cable , IrDA atau PCMCIA Card . Selanjutnya pelanggan dapat menikmati kecepatan transfer data lebih yang cepat hingga 153.6 Kbps.
- Facsimile : Layanan yang memungkinkan pelanggan untuk mengirim dan menerima faximile (khusus untuk terminal yang mempunyai Fax Line atau sambungan ke mesin fax).
- Layanan-layanan lain yang sedang dalam pengembangan, diantaranya: Wireless Application Protocol (WAP), VAS Content (Ringtone, Wallpaper, Java Games, dsb), Push To Talk (PTT), dan Multimedia Messaging Services (MMS)

1.2. Perumusan Masalah

Dengan mengetahui segmen pasar dan mengukur seberapa besar minat masyarakat terhadap produk StarOne ini dapat diketahui berapa potensi pasar, pasar sasaran yang tepat untuk produk ini, dan juga dapat diketahui faktor-faktor yang mendasari ketertarikan masyarakat Semarang akan produk StarOne. Selanjutnya dapat diketahui segmentasi, positioning dan targeting dari produk StarOne di wilayah Semarang dan dapat ditentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui potensi pasar produk StarOne di wilayah Semarang berdasarkan tingkat ketertarikan masyarakat sebagai calon pelanggan.
2. Mengetahui segmentasi pasar dari StarOne.
3. Mendefinisikan dan mengetahui keinginan masyarakat sebagai calon pelanggan, akan harapannya terhadap produk StarOne.
4. Merumuskan rancangan strategi pemasaran khususnya media promosi.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. Indosat penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk meramalkan tingkat ketertarikan masyarakat terhadap produk StarOne di wilayah Semarang.
2. Selain itu, bagi PT Indosat penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran bagi produk StarOne di wilayah Semarang.
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam bidang teknik industri pada umumnya dan manajemen pemasaran pada khususnya.

1.5. Batasan Masalah

Agar penulisan tugas ini tidak terlalu meluas dan dapat dipahami sesuai dengan tujuan penelitian serta untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang dibahas, maka perlu dilakukan beberapa pembatasan masalah, yaitu sebagai berikut:

- Pembahasan tidak sampai kepada implementasi pemasaran produk StarOne secara menyeluruh.
- Masalah-masalah yang berhubungan dengan perhitungan-perhitungan untuk penentuan keperluan harga dan masalah finansial lainnya tidak dibahas dalam penelitian ini.

- Pesaing produk StarOne adalah para penyedia jasa layanan fixed wireless yang sudah ada dan sudah digunakan masyarakat saat ini termasuk juga para penyedia jasa telekomunikasi seluler berbasis GSM, tapi disini tidak dibahas secara terperinci spesifikasi masing-masing produk pesaing tersebut.
- Penelitian dilakukan di wilayah Semarang.

1.6. Sistematika Penulisan

- **Bab I : Pendahuluan**
Bab ini memuat latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan batasan masalah.
- **Bab II : Landasan Teori**
Bab ini berisi teori-teori yang menjadi bahan rujukan dan dasar pembahasan masalah yang semuanya dapat digunakan untuk mendukung jalannya penelitian ini.
- **Bab III : Metodologi Penelitian**
Bab ini memuat langkah-langkah yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian.
- **Bab IV : Pengolahan Data**
Bab ini menyajikan data yang diperoleh serta pengolahannya yang akan dijadikan acuan untuk membuat kesimpulan akhir dari penelitian.
- **Bab V : Analisa**
Bab ini memuat analisis dan pembahasan masalah dengan mempertimbangkan data dan hasil pengolahannya dengan menggunakan beberapa alat analisis yang sesuai.
- **Bab VI : Kesimpulan dan Saran**
Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh penelitian yang dilakukan dan saran-saran pendukung untuk mengatasi permasalahan yang ada.

STTTTELKOM