

Pemetaan kebutuhan pelanggan SLI 001 sebagai dasar resegmentasi (Aplikasi SERVQUAL GAP METHOD di PT. Indosat)

Djaka Winarso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73007&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Indosat adalah perusahaan operator telekomunikasi internasional pertama di Indonesia yang menyelenggarakan Sambungan Langsung Internasional (SLI) dengan kode akses 001. Sejak tahun 1996 monopoli penyelenggaraan kode akses SLI berakhir dengan adanya pemberian ijin baru kepada PT. Satelindo sebagai operator SLI dengan kode akses 008. Sejak saat itu persaingan memperebutkan pelanggan pengguna jasa telepon internasional terjadi, perang komunikasi terlihat di beberapa media-media yang memiliki pembaca yang diincar sebagai segmen pelanggannya. Berbagai strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh kedua operator tersebut untuk mengincar pangsa pasar gemuk pengguna telekomunikasi internasional sebesar 1,5 triliun rupiah.

Sebagai pendahulu wajarlah jika Indosat tetap menjadi nomor satu untuk berebut pelanggan, karena pengalaman dan persiapan-persiapan serius telah dilakukan pada saat monopoli. Pembangunan infrastruktur dan teknologi yang handal, pengembangan citra perusahaan, penyiapan data base pelanggan, penyediaan fasilitas-fasilitas fisik lain, dan penyiapan Sumber Daya Manusia yang memiliki kompetensi tinggi untuk menyajikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan telah dilakukan jauh-jauh hari.

Indosat telah mengenal betul pelanggannya terlihat dari strategi pemilahan pelanggan yang telah dikelompokkan menjadi 16 segmen yang mencakup seluruh target potensial pengguna SLI berdasarkan jenis kegiatan usaha kelompok pelanggan tersebut. Pemilahan segmen ini dijadikan dasar sebagai penyiapan strategi komunikasi pemasaran dan pembagian tugas tenaga penjualan.

Amatlah rumit memikirkan 16 strategi atau taktik komunikasi untuk mendekati kelompok-kelompok pelanggan tersebut. Penulis berasumsi diantara keenambelas segmen tersebut ada yang memiliki kebutuhan atau karakter yang sama dalam memenuhi kebutuhan telepon internasional. Oleh karena itu tesis ini mencoba meneliti kemungkinan-kemungkinan kesamaan kebutuhan tersebut dengan memetakan kembali kebutuhan pelanggan SLI menggunakan SERVQUAL GAP METHOD yang mencakup lima dimensi yaitu Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy.

Kebutuhan pelanggan dapat diekspresikan oleh Ekspektasi atau harapan pelanggan tersebut terhadap atas jasa yang ditawarkan. Dengan membandingkan Ekspektasi tersebut dengan Persepsi pelanggan pada saat menggunakan jasa SLI 001, akan diperoleh nilai Gap yang menunjukkan indeks kebutuhan masing-masing pelanggan di dalam kelompoknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata 16 segmen tersebut dapat diresegmentasi menjadi 3 segmen saja, sehingga akan memudahkan dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran dan mengefisienkan biaya.

<hr>

The Depiction of Need into Subscribers of SLI 001 as the Basic Re - Segmentation (Servqual Gap Network at PT. Indosat)PT. Indosat is the first company of International Telecommunication Operator in Indonesia which running the system International Direct Connection with Access Code 001. In 1996 the monopolist of using IDD with access code 001 were ended up since the Government issued the similar license to PT. Satelindo with access code' 008 as the new IDD operator. Hence, the competition was started in attracting the more of subscribers who were using IDD, the "war communication" much were appeared on Medias which have purposed segmentation subscribers. Several kind of communication strategy were accomplished by the both of Telecommunication Operator Companies to drilled the thick market of International Telecommunication User in amounting 1,5 billion rupiahs.

As the former in telecommunication business, PT. Indosat still become the 1st in attracting the market share, due the experiencing and serious preparations was accomplished since the monopolist. The Infrastructure development & reliable technology, prosperity of company image, keeping the subscribers data base system, providing the others physic facilities, and establishment of human resources which have high competency to provide the best service to subscribers had been accomplished prior the competition were started.

PT. Indosat well known their subscribers seen by the splitting up strategy of subscriber which grouped into 16 (sixteen) segment snatching the whole potency targets of IDD user based from the activities type of those business groups. The separation of segments are becoming the based of preparation marketing communication strategy and classification of marketing duties.

It is hard complicated to think about the 16 (sixteen) strategies or communication tactics to get closer those subscriber groups. I assume in amongst the 16 (sixteen) segments there have similar needs & characters in fulfilling the International Connection need as well. Therefore, this thesis is writing to examine the possibilities of similar needs by depicting the IDD need of subscriber by using SERYQUAL GAP METHOD snatching specifically 5 (five) dimensions, these are Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy.

Subscribers? needs are able to express by Expectation from them towards the offering of services. The expectation are competed with subscriber perception when using IDD 001 will be resulted the Gap value which shown the each need index of subscribers in the group. The result of examination shown that the 16 (sixteen) segments are basically able to be re-segmented into 3 (three) only, therefore will simplify in composing the marketing communication strategy and to efficient the cost.