



**PENTINGNYA KEMAMPUAN BERBAHASA INGGRIS *STAFF*
MARKETING COMMUNICATION DALAM UPAYA
MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
INDOSAT DI PT. INDOSAT JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Ahli Madya
Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra
Universitas Jember

Hadiah	Klass
Pemberian	650.014
06 JAN 2009	END
Oleh Pengkatalog :	P

Titik Kus Endang
NIM 050103101007

**PROGRAM DIPLOMA TIGA BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER
2008**

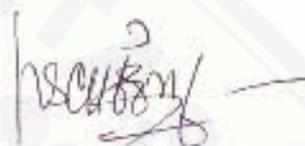
PENGESAHAN

Pengawas dan Penanggung Jawab



Bhirawa Praba Tutuka, S.Sos
NIK 679 53995

Dosen Pembimbing



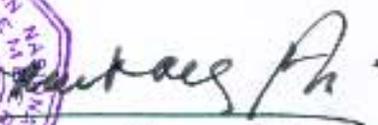
Indah Wahyuningsih, S.S
NIP 132 288 233

Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris



Drs. Wisasongko, M.A
NIP 131 798 138

Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember



Drs. Syamsul Anam, M.A
NIP 131 759 765

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Titik Kus Endang

NIM : 050103101007

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) yang berjudul : **Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris Staff Marketing Communication Dalam Upaya Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk Indosat Di PT. Indosat Jember**, adalah benar-benar karya sendiri, kecuali dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta bersedia menerima sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Oktober 2008

Yang menyatakan,

Titik Kus Endang

NIM 050103101007

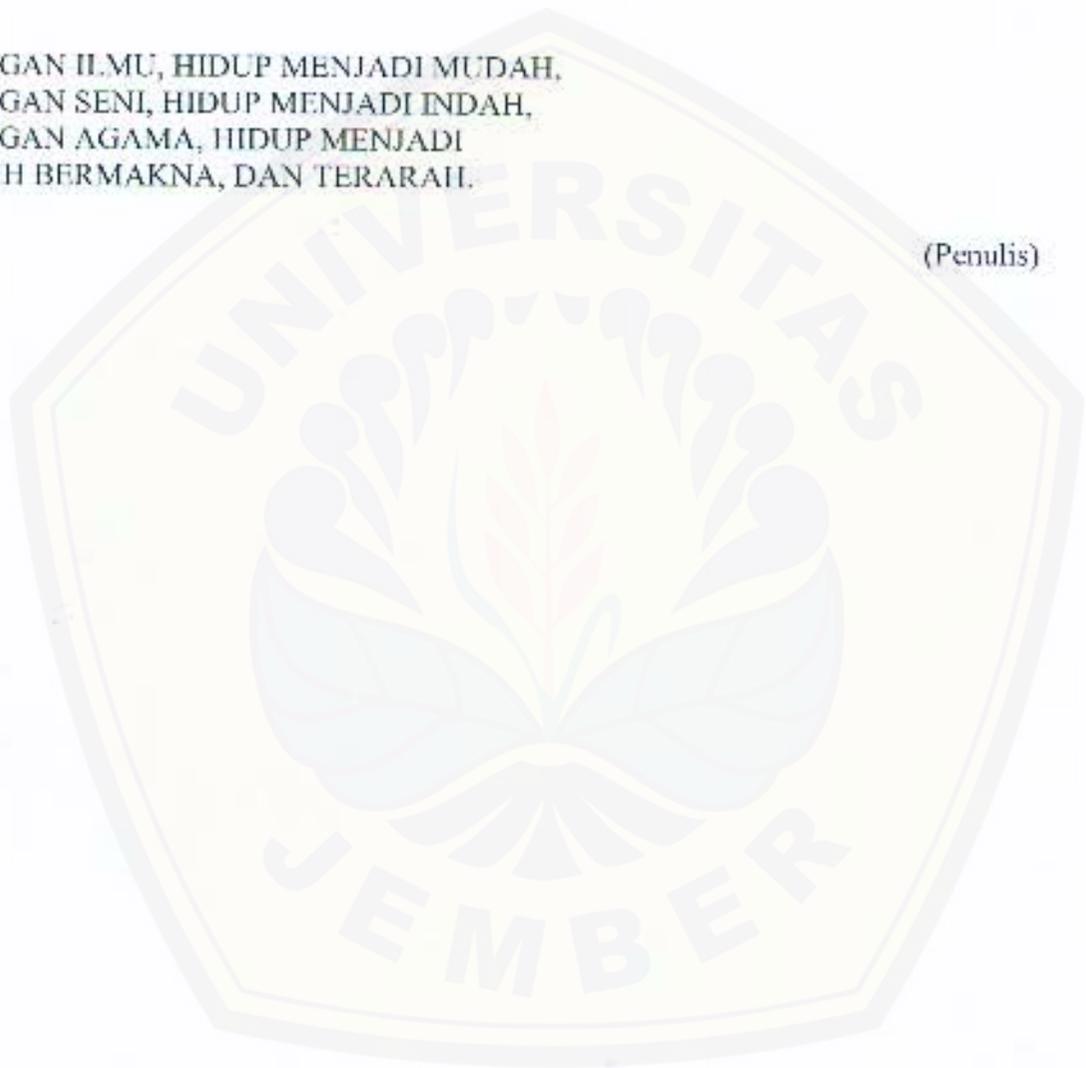
MOTTO

TUNTUTLAH ILMU SEJAK DARI BUAIAN,
HINGGA KE LIANG LAHAT.

(Hadis Rasulullah)

DENGAN ILMU, HIDUP MENJADI MUDAH,
DENGAN SENI, HIDUP MENJADI INDAH,
DENGAN AGAMA, HIDUP MENJADI
LEBIH BERMAKNA, DAN TERARAH.

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini merupakan hasil pendataan, kritik serta saran setelah penulis melakukan Praktek Kerja Nyata di kantor PT. Galeri Indosat Cabang Jember. terselesaikannya tugas akhir ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, laporan ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Eko Susanto dan Ibu Holiyah, terima kasih atas do'a dan kasih sayangnya selama ini.
2. Suamiku Sony, terima kasih untuk kesetiaan dan kesabarannya selama ini untuk selalu disampingku.
3. Untuk adik – adikku Isa dan Nurul serta seluruh keluarga besarku yang selalu mendukungku.
4. Teman-temanku Citra, Mirani, Karina, Wina dan semua teman-teman Program DIII Bahasa Inggris angkatan 2005.
5. Semua pihak yang turut membantu terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Almamaterku, Fakultas Sastra Universitas Jember.

ABSTRAKSI

Jaman terus berkembang dengan seiring meningkatnya arus globalisasi, perkembangan komunikasi secara cepat membuat persaingan jaringan seluler untuk menjadi lebih baik. Namun manusia juga membutuhkan bantuan dari orang lain untuk melakukan hal yang dianggap penting bagi mereka. Perusahaan PT. Galeri Indosat Cabang Jember, juga sangat membutuhkan tenaga ahli dalam menjalankan roda perusahaan, terutama dalam pemasaran. Untuk memasarkan produk, PT. Galeri Indosat Cabang Jember memerlukan strategi pemasaran secara baik dan terencana, agar perusahaan berkembang sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan.

Dengan kondisi seperti ini, maka PT. Galeri Indosat Cabang Jember harus meningkatkan keterampilan dalam menyampaikan informasi yang baik dalam bidang *Marketing Communication* kepada para pelanggannya, yang didukung dengan kemampuan berbahasa Inggris yang baik dan benar dalam menjelaskan istilah-istilah asing dalam dunia telekomunikasi. *Marketing Communication* adalah salah satu bagian yang menangani pemasaran produk Indosat yang berada di Kabupaten Jember. Oleh karena itu, *Staff Marketing Communication* berusaha untuk menarik pelanggan baru dan menjaga hubungan dengan pelanggan lama.

Dengan adanya *Marketing Communication*, perusahaan akan lebih mudah dalam mengendalikan informasi yang tersebar di masyarakat, begitupun sebaliknya, masyarakat dapat cepat mengetahui informasi yang dimiliki oleh Indosat. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam laporan ini dengan judul **"Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris Staff Marketing Communication Dalam Upaya Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk Indosat Di PT. Indosat Jember"**.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, serta bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir Praktek Kerja Nyata ini, yang berjudul: **"Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris *Staff Marketing Communication* Dalam Upaya Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk Indosat Di PT. Indosat Jember"**. Adapun maksud dan tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md), pada Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.

Dalam penyusunan laporan ini banyak sekali bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis sampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, terutama kepada:

1. Drs. Syamsul Anam, M.A, selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember.
2. Drs. Wisasongko, M.A, selaku Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
3. Indah Wahyuningsih, S.S, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Fakultas Sastra Universitas Jember.
4. Drs. Ridak Yunus, selaku Dosen Wali.
5. Bapak Prio Sasongko, selaku Kepala Cabang PT. Galeri Indosat Cabang Jember.
6. Bapak Latif, selaku ketua HRD PT. Galeri Indosat Cabang Jember.
7. Bapak Bibing, serta teman-teman bagian *Marcomm*, terima kasih telah memberikan saran dan nasehat selama PKN di PT. Galeri Indosat Cabang Jember.
8. Seluruh karyawan dan karyawan PT. Galeri Indosat Cabang Jember.
9. Seluruh Dosen Fakultas Sastra Universitas Jember.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis berharap, tugas akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya, kritik dan saran sangat penulis harapkan dari semua pihak, demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Jember, Oktober 2008

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Dan Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata	3
1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
1.3 Prosedur Praktek Kerja Nyata	3
1.4 Tempat Dan Waktu Pelaksanaan PKN	4
1.5 Deskripsi Pelaksanaan PKN	4
1.5.1 Kegiatan Yang Dilakukan Selama PKN.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Strategi Penjualan	8
2.3 Konsep Yang Mendasari Strategi Pemasaran.....	8
2.4 Tujuan Periklanan.....	10
2.5 Jenis Periklanan.....	10
2.6 Definisi Strategi Pemasaran.....	11
2.7 Pengertian <i>Marketing Communication</i>	11
2.8 Latar Belakang Pemasaran Produk Indosat	12
2.9 Strategi Pemasaran Indosat Secara Intensif.....	12
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah Umum PT. Indosat Tbk	13
3.2 Arti Dan Logo Perusahaan	13
3.3 Visi Dan Misi Perusahaan	14

3.4	Nilai-Nilai Yang Terkandung Pada PT. Indosat Tbk	14
3.5	Motto Indosat.....	15
3.6	Produk-Produk Indosat.....	15
	3.6.1 Mentari.....	16
	3.6.2 Matrix	16
	3.6.3 IM3	17
	3.6.4 StarOne	18
3.7	Sejarah Singkat PT. Indosat, Tbk Cabang Jember	18
3.8	Struktur Organisasi PT. Indosat, Tbk Cabang Jember	19
3.9	Divisi Dan Menejemen.....	20
3.10	Lokasi PT. Indosat, Tbk Cabang Jember.....	22
3.11	Program Unggulan PT. Indosat	22
	3.11.1 Indosat Satu Langkah Ke Segala Menu.....	22
	3.11.2 Indosat <i>Fun</i> Dengan VAS.....	23
	3.11.3 Indosat Untuk Cermin <i>Email</i> Anda	24
	3.11.4 Indosat Pelopor <i>I-Ring</i>	25
	3.11.5 Indosat Sebagai Pintu Dunia.....	26
	3.11.6 Indosat SMS Serba Bisa	26
3.12	Klasifikasi Karyawan.....	27
3.13	Ketentuan Jam Kerja.....	27
3.14	Ikrar Layanan Indosat.....	28
	3.14.1 Reliable.....	28
	3.14.2 Tekat Pelayanan Karyawan PT. Indosat.....	29
3.15	Daftar Tarif Produk-Produk Indosat	29
	3.15.1 Matrix	29
	3.15.2 Mentari.....	30
	3.15.3 IM3	30
	3.15.4 StarOne	31
3.16	Program Indosat 3.5G.....	31
BAB IV HASIL PRAKTEK KERJA NYATA.....		33
4.1	Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris Bagi <i>Staff Maketing Communication</i>	33

4.2	Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris Bagi <i>Staff Marketing Communication</i> Dalam Memasarkan Produknya.....	37
4.2.1	<i>Branding</i>	38
4.2.2	<i>Hard Selling</i>	39
4.2.3	<i>Throw Flyer</i>	40
4.2.4	Lelang.....	41
4.2.5	<i>Socialize GPRS</i>	41
4.2.6	<i>Socialize New Programme</i>	42
4.2.7	<i>Open Table</i>	43
4.2.8	<i>Post Mudik</i>	43
4.2.9	<i>Goes To School Dan Goes To Campus</i>	44
4.2.10	<i>Sponsorship</i>	44
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran.....	46
	DAFTAR PUSTAKA	48
	DAFTAR LAMPIRAN	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Contoh Formulir Pendaftaran FMC.
- Lampiran 2 : Contoh Formulir Pendaftaran ICC.
- Lampiran 3 : Contoh Formulir Pendaftaran IOC.
- Lampiran 4-18 : Contoh Brosur-Brosur Indosat.



BAB I
PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang.

Salah satu unsur yang cukup penting saat ini adalah sarana telekomunikasi. Sekarang ini, kemajuan teknologi dan komunikasi berkembang dengan pesat, sehingga banyak menjadi permintaan pasar dan membawa kita pada era globalisasi. Mesin-mesin dan alat-alat canggih diprioritaskan dalam kehidupan sehari-hari untuk kita pelajari dan menerapkannya di masyarakat untuk membantu meringankan setiap kegiatan yang kita lakukan. Hal ini terjadi di segala bidang, tidak terkecuali di bidang telekomunikasi, yang sangat erat hubungannya dengan kehidupan sehari-hari.

Berawal dari metode komunikasi sederhana, yang dilakukan secara tulisan melalui surat yang digunakan sebagai alat menyampaikan pesan kepada teman atau saudara kita yang berada jauh dari tempat kita, sudah dianggap lamban dan tidak efektif, karena hanya mengekspresikan dalam bentuk tulisan dan memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan balasan dari surat kita. Namun di era modern seperti sekarang ini, kita membutuhkan alat yang cepat dan mudah untuk dioperasikan. Seperti yang kita ketahui, kita mengenal pesawat telepon dan telepon genggam (*Hand Phone*). Dengan alat tersebut, kita dapat berkomunikasi secara langsung kepada orang lain dengan telewicara. Tidak hanya itu, untuk telepon genggam kita juga dapat menikmati layanan *Short Message Service* (SMS), dan layanan *Multimedia Message Service* (MMS), tentu saja dengan tarif yang lebih murah. Bagi masyarakat yang membutuhkan alat komunikasi yang cepat, dapat menggunakan layanan-layanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia telekomunikasi. Sehingga jarak jauh bukan lagi penghambat untuk melakukan komunikasi dengan orang lain dengan biaya yang relatif terjangkau.

Upaya pemberian pelayanan telekomunikasi yang telah dilakukan oleh PT. Galeri Indosat Cabang Jember kepada masyarakat cukup optimal dan memuaskan. Perkembangan alat telekomunikasi telah memunculkan beberapa perusahaan pengelola jasa telekomunikasi yaitu sebagai penyedia layanan-layanan dan fitur-fitur suatu alat komunikasi.

Sebagai salah satu perusahaan operator seluler yang bergerak dalam bidang telekomunikasi, PT. Galeri Indosat Cabang Jember ikut serta berperan aktif dalam

perkembangan teknologi tersebut. Terlebih lagi dengan adanya produk-produk teknologi komunikasi yang canggih, akan memberikan variasi dan warna dalam pertelekomunikasian Indonesia.

Dalam rangka penerapan kemampuan berbahasa Inggris, serta pelayanan komunikasi kepada masyarakat, Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember, bekerjasama dengan PT. Galeri Indosat Cabang Jember, melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN). Bagi mahasiswa Diploma III, program ini bertujuan untuk mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM), dengan belajar bersosialisasi dengan dunia kerja dan mengaplikasikan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah. Dengan Praktek Kerja Nyata ini mahasiswa dapat memiliki pengalaman kerja pada sebuah perusahaan atau instansi resmi, dan sedapat mungkin penulis memilih PT. Galeri Indosat Cabang Jember sebagai tempat Praktek Kerja Nyata untuk menyusun laporan akhir, karena PT. Galeri Indosat Cabang Jember merupakan perusahaan pengelola jasa komunikasi yang handal dan mudah diterima oleh masyarakat dengan luasnya sinyal dalam pelayanan jasa telekomunikasi di wilayah Jember.

Pada kesempatan ini, penulis ditempatkan pada bagian *Marketing Communication* di PT. Galeri Indosat Cabang Jember. Pada bagian ini, penulis berperan langsung dalam kegiatan-kegiatan *Marketing communication* dalam pemasaran, mempromosikan dan mensosialisasikan layanan maupun fitur-fitur produk Indosat pada PT. Galeri Indosat Cabang Jember, sebagai perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler. Peran *Marketing Communication* sangat dibutuhkan, yaitu sebagai penghubung antara perusahaan dan masyarakat sebagai pelanggan produk punya Indosat. Oleh karena itu, *Staff Marketing Communication* mempunyai strategi sendiri dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam laporan akhir ini, yang berjudul “ PENTINGNYA KEMAMPUAN BERBAHASA INGGRIIS *STAFF MARKETING COMMUNICATION* DALAM UPAYA MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDOSAT DI PT. INDOSAT JEMBER “.

1.2 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata (PKN).

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata:

- a. Untuk melengkapi gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
- b. Untuk memenuhi proses pemasaran produk-produk punya Indosat.
- c. Untuk mengetahui layanan dan fitur produk-produk punya Indosat.
- d. Untuk memperkokoh hubungan antara dunia pendidikan dan kerja.
- e. Untuk meningkatkan mutu pendidikan dan pelatihan tenaga kerja yang berkualitas dan professional.
- f. Pembentukan sikap kerja yang sesuai dengan perusahaan yaitu disiplin, semangat berprestasi, serta kerjasama dan semangat melayani.

1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.

- a. Mengetahui proses pemasaran, serta pelayanan produk Indosat kepada masyarakat.
- b. Memahami bisnis dan lingkungan kerja perusahaan.
- c. Menghasilkan calon tenaga kerja yang memiliki keahlian dengan tingkat pengetahuan, keterampilan serta etos kerja yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja.
- d. Mampu melaksanakan tugas-tugas operasional.
- e. Mampu beradaptasi dengan rekan dan lingkungan kerja.
- f. Mampu membangun dan membina kerjasama.
- g. Mendapatkan data-data dan informasi untuk penulisan laporan.
- h. Mendapatkan rekan kerja yang professional dalam bekerja.

1.3 Prosedur Praktek kerja Nyata.

Ketika mahasiswa akan melaksanakan Praktek Kerja Nyata, ada beberapa proses yang harus dipenuhi oleh yang bersangkutan. Adapun prosedur Praktek Kerja Nyata adalah sebagai berikut :

- a. Membuat transkrip nilai, minimal telah mencapai 80 SKS sebagai surat permohonan.
- b. Mengisi formulir dan mengajukan permohonan Praktek Kerja Nyata ke Fakultas.

- c. Menerima surat pengantar dari fakultas untuk diserahkan kepada PT.Galeri Indosat Cabang Jember.
- d. Menyerahkan surat Praktek Kerja Nyata dan proposal kepada PT.Galeri Indosat Cabang Jember.
- e. Menerima surat balasan bahwa mahasiswa diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Nyata dan menyerahkannya kepada ketua Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
- f. Mengikuti pembekalan dari ketua Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
- g. Pengenalan lingkungan perusahaan dan pengarahan oleh pembimbing lapangan.
- h. Menerima instruksi dan mempelajari tugas-tugas yang diberikan oleh instansi.
- i. Mengumpulkan data-data untuk menulis laporan.
- j. Menyusun laporan Praktek Kerja Nyata, sebagai tugas akhir dari kampus.

1.4 Tempat Dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata (PKN).

a. Tempat Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Kegiatan Praktek Kerja Nyata dilaksanakan di Kantor PT. Galeri Indosat Cabang Jember, yang beralamatkan di Jl. Dahlia No. 1 Jember. Telp. (0331) 410066.

b. Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata dilaksanakan selama tiga minggu, yang dimulai pada tanggal 11 – 29 Agustus 2008.

1.5 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Sebagai peserta Praktek Kerja Nyata, penulis harus mampu bersikap seperti karyawan dan mematuhi segala peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan PT. Galeri Indosat Cabang Jember. Peserta Praktek Kerja Nyata harus berhati-hati atas segala tindakannya yang berkaitan dengan perusahaan demi menjaga nama baik almamater. Ketika diterjunkan ke PT. Galeri Indosat Cabang Jember, penulis ditempatkan dibagian *Marketing Communication* yang tugas pokoknya adalah memasarkan serta mempromosikan kartu perdana dari perusahaan ke konsumen, dan para peserta Praktek Kerja Nyata diharuskan mengikuti semua kegiatan-kegiatan yang

diprogramkan oleh perusahaan untuk mengetahui bagaimana proses berjalannya perusahaan dan mencari bahan laporan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md).

1.5.1 Kegiatan yang dilakukan selama Praktek Kerja Nyata, adalah:

a. Minggu kedua bulan Agustus 2008.

- 1) Senin, tanggal 11 Agustus 2008.

Dilaksanakan pembukaan dan pembekalan dari ketua HRD kepada peserta Praktek Kerja Nyata di kantor PT. Galcri Indosat Cabang Jember oleh Bapak Latief . Mahasiswa PKN juga diberi *job description* dan ramah tamah kepada semua karyawan demi menjaga keakraban antara mahasiswa PKN dan semua karyawan. Disiang harinya, mahasiswa PKN diajak ke Balai Desa Sumber Pinang, Pakusari, untuk mensosialisasikan program baru IM3 dan pembagian *souvenir* kepada para siswa yang hadir dalam acara tersebut.

- 2) Selasa, tanggal 12 Agustus 2008.

Open table di gudang tembakau Balung, dengan memperkenalkan dan mempromosikan program baru dari IM3 serta menjual kartu perdananya. Kemudian dilanjutkan ke salah satu pusat perbelanjaan di daerah Kencong, untuk mengantar hadiah berupa sebuah Televisi pada pemenang Poin Plus-Plus Indosat.

- 3) Rabu, Kamis dan Jum'at, tanggal 13,14 dan 15 Agustus 2008.

Support gerak jalan dalam bentuk *sponsorship* di Sukowono, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan IM3 *Goes To School*, yaitu pengenalan internet via HP di SMPN 1 Silo. Penulis juga diberi kesempatan untuk mensosialisasikan secara langsung untuk membantu para siswa untuk mendaftarkan pengaktifan kartu perdana dan membantu *setting* GPRS. Kegiatan yang dilakukan oleh *Marcomm* ini lebih menitik beratkan kepada anak-anak sekolah dari SMP sampai SMA Se-Kabupaten Jember. Kegiatan ini melatih siswa dalam menjalankan internet via *handphone* dengan menggunakan kartu dari Indosat.

b. Minggu ketiga bulan Agustus 2008:

- 1) Senin, tanggal 18 Agustus 2008.

Libur Nasional, memperingati hari kemerdekaan Republik Indonesia yang ke 63.

- 2) Selasa, Rabu dan Kamis, tanggal 19, 20 dan 21 Agustus 2008.

Grebek pasar Kalisat, dengan kegiatan pengundian i-Pod serta pembagian hadiah berupa kaos, jam dinding, DVD *Player*, dan hadiah menarik lainnya. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan, *support* gerak jalan SMPN 1 Silo dan umum, mulai dari Garahan sampai Sempolan.

- 3) Jum'at, tanggal 22 Agustus 2008.

Gathering Outlet Silo di Karangharjo beserta *sound system*nya.

c. Minggu keempat bulan Agustus 2008:

- 1) Senin, tanggal 25 Agustus 2008.

Jalan sehat Gebang, *Open Counter* di Jember kota.

- 2) Selasa, tanggal 26 Agustus 2008.

Menjadi *sponsorship* jalan sehat Tempurejo.

- 3) Rabu, Kamis dan Jum'at, tanggal 27, 28 dan 29 Agustus 2008.

Di kantor, mendapatkan sosialisasi dari *Channel Management* tentang produk-produk Indosat dan strategi pemasarannya, serta membuat catatan untuk bahan laporan.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA**2.1 Pengertian Pemasaran.**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok perusahaan, yang dewasa ini semakin memegang peranan sangat penting, karena pemasaran terus berpacu seiring dengan kemajuan teknologi dan komunikasi dunia saat ini. Karena perkembangannya yang semakin pesat, maka sistem pemasaran semakin lama semakin kompleks, hingga pada akhirnya pemasaran akan mengalami sebuah fase aktifitas dunia usaha dan komunikasi yang akan mengambil peranan produksi yang utama dalam sebuah perusahaan.

Istilah pemasaran, dalam Bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*. Asal kata pemasaran adalah Pasar = *Market*. Adakalanya orang menafsirkan pemasaran sama dengan penjualan, tetapi perlu di ingat bahwa dalam Bahasa Inggris orang mengenal istilah *selling* yang berarti penjualan. Penjualan adalah salah satu aspek dari pemasaran. Berarti, pemasaran adalah usaha menawarkan barang yang di dalamnya mencakup penjualan.

Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah sebuah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada, maupun pembeli potensial.

Jadi, kita meninjau pemasaran adalah sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli.

Dari pengertian di atas diperlukan komunikasi pemasaran yang baik pula. Dalam *Komunikasi Pemasaran* (Ilham Prisgunanto, 2006:8), mendefinisikan bahwa komunikasi pemasaran adalah semua elemen-elemen promosi dari *marketing mix* yang melibatkan komunikasi antar organisasi dan target *audience* pada segala bentuknya yang ditujukan untuk *performance* perusahaan.

Target *audience* (khalayak) disini diartikan sebagai orang-orang atau pihak yang terlibat dan tertuju, baik dalam proses komunikasi antar organisasi atau pihak lain yang berada di luar organisasi itu sendiri. Yang pada dasarnya *marketing mix* adalah terdiri dari empat elemen dasar. Konsep tersebut dirumuskan oleh Belch pada tahun 1995, yaitu :

- a. *Public relation.*
- b. *Advertising.*
- c. *Sales promotion.*
- d. *Personal selling.*

2.2 Strategi Penjualan.

Pada mulanya, pemasaran dipandang tidak jauh berbeda dengan penjualan. Banyak perusahaan yang percaya bahwa dengan usaha dan biaya yang cukup, hampir semua produk dapat dijual lewat strategi penjualan dan iklan yang agresif. Namun, hal ini perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan, yaitu tentang teknik – teknik penjualan yang baik, tidak selalu mengimbangi kekeliruan karena mempromosikan produk yang salah. Memuaskan kebutuhan tertentu bagi para pelanggan adalah penting untuk meraih sukses. Pergeseran dramatis dari titik pandang produsen ke titik pandang konsumen merupakan komponen pokok dalam konsep strategi pemasaran.

Strategi pemasaran adalah rencana–rencana panjang sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam suatu penjualan barang atau jasa, dan pandangan apa yang terdapat dalam perusahaan dan dimana kedudukan pemasaran dalam perusahaan akan mengalami perubahan dari tahun ke tahun.

Sedangkan strategi dalam sebuah perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud, dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan di kejar oleh perusahaan.

2.3 Konsep Yang Mendasari Strategi Pemasaran.

Dalam *Menejemen Pemasaran Modern* (Basu Swastha, 1990:75), ada lima konsep yang mendasari suatu sistem pemasaran, yaitu :

1) Segmentasi Pasar.

Segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar itu terdiri atas beberapa segmen yang berbeda–beda. Dalam setiap segmen terdapat pembeli–pembeli yang mempunyai:

- a. Kebutuhan yang berbeda–beda.
- b. Pola pembelian yang berbeda–beda.
- c. Tanggapan yang berbeda-beda terhadap berbagai macam penawaran.

2) Penentuan Posisi Pasar (*Market Positioning*).

Dalam konsep ke dua ini, perusahaan baru dapat beroperasi setelah mendapat posisi tertentu di pasar. Oleh karena itu, ia harus menentukan sasaran pasarannya, sehingga untuk mencapai posisi yang kuat perusahaan harus mampu memasuki segmen pasar yang menghasilkan penjualan serta tingkat laba yang paling besar.

3) Strategi Memasuki Pasar (*Market Entry Strategy*).

Konsep ke tiga yang mendasari strategi pemasaran adalah menentukan bagaimana memasuki segmen pasar yang dituju. Perusahaan dapat menempuh beberapa cara untuk memasuki segmen pasar yang dituju, yaitu:

- a. Membeli perusahaan lain.
- b. Berkembang sendiri.
- c. Mengadakan kerjasama dengan perusahaan lain.

4) Strategi *Marketing Mix*.

Marketing mix adalah inti dari sistem pemasaran perusahaan. Secara definitif dapat dikatakan bahwa : "*Marketing mix* adalah kombinasi dari empat *variable* atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem perusahaan, yaitu : produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

Kegiatan-kegiatan yang dimaksudkan dalam definisi tersebut adalah termasuk keputusan-keputusan dalam empat *variable*, yaitu:

- a. Produk.
- b. Harga.
- c. Distribusi.
- d. Promosi.

5) Strategi Penentuan Waktu (*Timing Strategy*).

Konsep ke lima dari strategi pemasaran adalah penentuan waktu. Apabila perusahaan telah menemukan kesempatan yang baik, hal ini tidak berarti perusahaan tersebut dapat segera beroperasi. Perusahaan dapat mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan apabila bergerak terlalu cepat atau terlalu lambat. Oleh karena itu, masalah penentuan waktu yang tepat sangat penting bagi perusahaan untuk melaksanakan program pemasarannya.

Sedangkan dalam *Menejemen Pemasaran Modern* (Basu Swastha, 1990:345), Komunikasi Pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di

bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik.

Jadi, Komunikasi Pemasaran itu merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran.

2.4 Tujuan Periklanan.

Pada umumnya, tujuan utama perusahaan adalah mencari laba. Konsekuensinya, menejer harus memilih alternatif periklanan yang dapat memberikan “nilai sekarang” (*present value*) tertinggi untuk laba jangka panjangnya.

Tujuan periklanan bagi suatu barang akan tergantung pada tahap yang ada dalam siklus kehidupan produk (*product life cycle*) tersebut. Biasanya periklanan produk baru dilakukan untuk:

- a. Memberikan kesadaran pada pembeli tentang adanya produk baru tersebut.
- b. Mendorong distribusi merk baru.
- c. Menunjukkan kepada pembeli dengan suatu alasan bagi pembelian produk tersebut.

Semua itu ditujukan untuk mempertahankan posisi pasar produk tersebut.

Adapun tujuan pokok dari periklanan adalah untuk meningkatkan permintaan bagi produk. Permintaan dapat ditingkatkan dengan cara :

- a. Menaikkan jumlah pembeli.
- b. Menaikkan tingkat penggunaan barang di antara pembeli yang ada.

2.5 Jenis Periklanan.

Berdasarkan tujuannya, apakah ditujukan kepada pembeli akhir atau ditujukan kepada penyalur, periklanan dapat dibedakan ke dalam dua golongan, yaitu :

a). *Pull Demand Advertising.*

Pull Demand Advertising adalah periklanan yang ditujukan kepada pembeli akhir agar permintaan produk yang bersangkutan meningkat. Biasanya produsen menyarankan kepada para konsumen untuk membeli produknya ke penjual terdekat. *Pull demand advertising* juga disebut *consumer advertising*.

b). *Push Demand Advertising.*

Push Demand Advertising adalah periklanan yang ditujukan kepada para penyalur. Maksudnya, agar para penyalur bersedia meningkatkan permintaan produk bersangkutan dengan menjualkan sebanyak-banyaknya ke pembeli atau pengecer.

Barang yang diiklankan biasanya berupa barang industri. *Push Demand Advertising* juga disebut *trade advertising*.

2.6 Definisi Strategi Pemasaran.

Strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ini adalah ditentukan melalui program-program pemasaran yang spesifik. Seperti, program periklanan, program promosi penjualan, program pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi.

2.7 Pengertian *Marketing Communication*.

Marketing Communication adalah orang yang sebagian besar anggotanya terjun langsung di bagian lapangan yang berkenaan dengan pengenalan produk mengenai program Indosat yang baru, serta mengatur segala kegiatan yang berhubungan dengan program acara yang dilakukan oleh perusahaan yang bekerjasama dengan instansi lain, dan juga harus bertanggungjawab terhadap segala laporan dalam keikutsertaannya dalam mengikuti segala kegiatan baik di dalam maupun diluar kantor.

Seseorang yang masuk ke dalam *Staff Marcomm* adalah seseorang yang harus benar-benar memiliki pemikiran yang tanggap dan jeli serta pandai berbicara, supaya dapat menarik minat konsumen untuk menawarkan produk yang ditawarkan. Dalam melaksanakan suatu kegiatan seorang *Marcomm* harus selalu memikirkan dampak yang berhubungan dengan tingkat penjualan, khalayak yang dituju, serta dampak penyebarannya, apakah akan lebih meluas atau tidak.

Apabila ada sebuah kegiatan yang dianggap oleh *Staff Marcomm* dapat membantu tugasnya untuk penyebaran pengenalan produk dan dapat menambah *budget* bagi pemasaran produk, maka kegiatan tersebut akan disetujui dan dilaksanakan. *Marcomm* juga memiliki banyak program yang harus dilakukan, baik melalui even-even ataupun menggunakan sarana yang sering khalayak lihat atau didengar, misalnya baleho, spanduk, umbul-umbul, sponsorship, ataupun melalui siaran radio.

2.8 Latar Belakang Pemasaran Produk Indosat.

- a. Memperkuat *Brand Image* terhadap produk-produk Indosat serta nilai kompetitif dan upaya *churn* dari pelanggan.
- b. Kompetisi global di dunia bisnis Telekomunikasi dengan berbagai program penawaran atau penjualan kepada para pelanggannya.
- c. Potensi pasar bagi Indosat untuk menembus bangsa pasar pengguna seluler individual maupun *community* pemerintahan dan merupakan suatu potensi yang dapat meningkatkan anggaran dengan melihat besarnya mobilitas kebutuhan dan berkomunikasi secara intensif.
- d. Membidik segmen pelanggan secara spesifik, yaitu pegawai pemerintahan, siswa dan mahasiswa, sebagai program retensi pelanggan untuk meningkatkan *awareness customize*.
- e. Memberikan beberapa alternatif program penjualan produk-produk Indosat kepada pelanggan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhannya.

2.9 Strategi Pemasaran Indosat Secara Intensif.

- a) Strategi Akuisi (pemasaran), adalah melakukan *sales* dengan tujuan individu maupun *community*.
- b) Strategi meningkatkan ARPU, adalah peningkatan trafik atau transaksi pelanggan yang dikhususkan bagi pegawai pemerintah dan swasta.
- c) Strategi komunikasi, adalah membangun *brand awareness* pelanggan terhadap berbagai layanan dan fitur yang dapat diakses dan dimanfaatkan secara langsung dari masing-masing produk Indosat.
- d) Strategi retensi, adalah memperkuat *brand* produk-produk Indosat yang terfokus pada pengembangan VAS (*Value Added Service*).
- e) Strategi *revenue*, adalah strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan membidik segmen spesifik yang berpotensi ARPU tinggi, serta memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan informasi melalui menu brosur yang akan digunakan.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

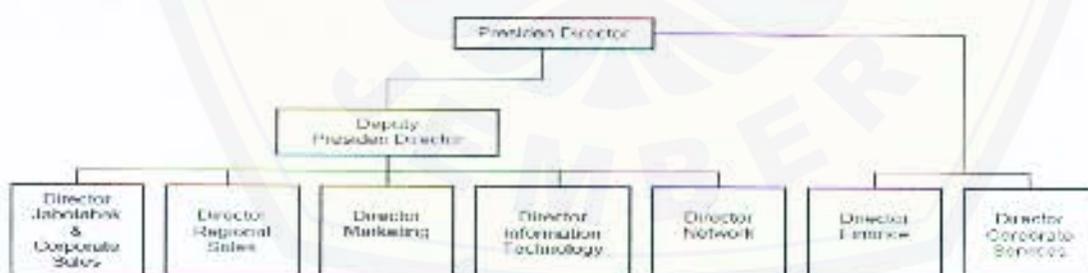
3.1 Sejarah Umum PT. Indosat Tbk.

PT. Indosat Tbk didirikan sebagai perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) di bidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi internasional di Indonesia pada tahun 1967. Pada tahun 1980, Pemerintah Indonesia mengambil alih seluruh saham Indosat, sehingga sejak saat itu Indosat beroperasi sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Indosat menjadi perusahaan publik pada tahun 1994, dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya, serta mencatatkan di *American Depository Receipts* di *New York Stock Exchange*.

Memasuki abad ke-21 dan sejalan dengan trend di dunia, terutama di Indonesia, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi industri telekomunikasi nasional dengan membuka peluang terhadap persaingan pasar yang lebih bebas dan secara bertahap mencabut hak eksklusivitas yang dimiliki oleh Indosat dan Telkom.

Indosat segera menangkap peluang ini dengan mengembangkan bisnis selular dan pada tahun 2001, Indosat mendirikan perusahaan operator selular, yaitu PT. Indosat Multi Media Mobile (IM3), yang diikuti dengan akuisi penuh PT. Satelit Palapa Indonesia (Satelindo) di tahun 2002, menjadikan Indosat sebagai penyelenggara selular terbesar kedua di Indonesia.

3.1.1 Struktur Organisasi PT. Indosat Tbk.



Sumber : SK Direksi PT Indosat Tbk No. 017/DIREKSI/2008

3.2 Arti dan Logo Perusahaan.

Identitas korporat baru Indosat terdiri dari kombinasi teks 'Indosat' dengan simbol *techno flower* yang mencerminkan teknologi yang tinggi, bersahabat, serta dinamis dan modern.



Teks 'indosat' di desain secara khusus menggunakan huruf kecil yang melambangkan sikap Indosat yang bersahabat dan mudah bekerjasama. Warna biru tua Indosat melambangkan kekuatan korporasi yang kokoh dan kestabilan perusahaan. Simbol '*techno flower*' terbuat dari gabungan tiga *elips* yang mencerminkan usaha dan fokus bisnis Indosat saat ini, yaitu di Indonesia, dalam bidang teknologi dan pelayanan bagi masyarakat, serta pentingnya kerjasama yang kokoh diantara ketiga elemen tersebut. Tiga elemen pembentuk *techno flower* mencerminkan komunikasi (kuning), teknologi (biru) dan masyarakat Indonesia (merah). Rangkaian *elips* ini, mencerminkan layanan terbaik dan berkualitas yang senantiasa diberikan oleh Indosat kepada masyarakat Indonesia.

3.3 Visi dan Misi Perusahaan.

1. Visi Indosat.

Visi PT. Indosat Tbk adalah untuk menjadi penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi terpadu berfokus pada selular atau nirkabel yang terkemuka di Indonesia.

2. Misi Indosat.

Misi PT. Indosat Tbk adalah menyediakan dan mengembangkan produk, layanan dan solusi inovatif dan berkualitas untuk memberikan manfaat. Meningkatkan *shareholder value* secara terus menerus. Mewujudkan kualitas kehidupan *stakeholder* yang lebih baik.

3.4 Nilai-Nilai yang Terkandung Pada PT. Indosat Tbk.

Nilai-nilai utama yang ditetapkan dan berusaha ditanamkan pada anggotanya dari yang tertinggi hingga yang terendah tercakup dalam "Insan Gemilang", antara lain:

1. Integritas.

Titik untuk melakukan pekerjaan dengan menjunjung tinggi etika kerja bagi kepentingan perusahaan, pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemerintah dan

masyarakat serta bertindak berdasarkan kebijakan, pedoman dan peraturan yang berlaku.

2. Kerjasama.

Mengutamakan kepentingan perusahaan, keterbukaan, komitmen, kepercayaan, partisipasi aktif. Proses kerja bersama berdasarkan komitmen, kepercayaan, keterbukaan, saling membantu dan menghargai serta berpartisipasi aktif dalam memberikan kontribusi dan dukungan bagi kepentingan perusahaan.

3. Keunggulan.

Semangat menjadi yang terbaik, pengembangan kemampuan, jaminan, kehandalan, keunggulan teknologi. Niat dan usaha untuk melebihi standar yang diharapkan dengan cara terus menerus mengembangkan kemampuan.

4. Kemitraan.

Kesadaran akan adanya saling membutuhkan, kesadaran akan perlunya saling percaya membangun dan membina hubungan dengan pihak-pihak yang terkait atas dasar saling membutuhkan dan saling percaya untuk kepentingan bersama.

5. Fokus Pada Pelanggan.

Mengutamakan pelanggan, berjiwa melayani, layanan *personal*, memberi lebih dari yang diharapkan. Mengutamakan pelanggan baik internal maupun eksternal dengan jalan memahami dan memenuhi kebutuhannya melebihi yang diharapkan.

3.5 Motto Indosat.

Motto Indosat berbunyi, "Kretharta Karya Samuha", yang berarti "Keberhasilan dapat dicapai melalui kerjasama antara seluruh pihak yang terkait dalam perusahaan". Kerjasama tersebut dapat berlangsung mulai dari tingkat antar didalam satu divisi, antara divisi satu dengan yang lainnya, tingkat direksi serta pihak-pihak yang terkait".

3.6 Produk-Produk Indosat.

Tiada perkembangan yang berlangsung begitu cepat seperti yang terjadi dalam dunia telekomunikasi. Indosat, sebagai penyedia jasa telekomunikasi yang berfokus pada selular/nirkabel, terus berupaya meningkatkan sarana, infrastruktur, fasilitas dan layanan prima dalam menunjang fungsi telekomunikasi untuk kemajuan bangsa.

Indosat telah membangun dan mengembangkan jaringan ke seluruh wilayah Nusantara dengan membangun 1.137 *Base Stations* pada tahun 2005, untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas serta memperluas cakupan jaringan agar dapat melayani pelanggan Indosat dengan lebih baik. Hingga 31 Desember 2005, Indosat memiliki 126 galeri di seluruh Indonesia. Galeri tersebut adalah pusat layanan yang secara langsung memberikan layanan kepada pelanggan Indosat, yaitu pelanggan selular, telekomunikasi tetap dan multimedia, komunikasi data dan internet (MIDI) dengan produk seperti:

3.6.1 Mentari.



Produk kartu GSM prabayar Indosat dengan nomor awal 0815 dan 0816 memiliki fitur dan fasilitas lengkap yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Mentari hadir dengan jangkauan nasional, gratis *roaming* nasional, satu tarif untuk menelpon ke sesama produk punya Indosat di seluruh Indonesia. Kartu prabayar Mentari sangat diandalkan untuk komunikasi suara, serta memiliki fitur dan layanan yang paling lengkap dan serba bisa. Semua fasilitas yang ada pada kartu GSM, bisa dilakukan dengan kartu Mentari.

Karena kelengkapan kartu Mentari, kartu ini sangat bisa diandalkan untuk kebutuhan seluruh pelanggan. Keuntungan utama Mentari, selain program yang serba lengkap untuk komunikasi suara, adalah tarifnya yang hemat. Antara lain, program Rp.1000,- sehari, tidak ada pilihan lain untuk bicara, kecuali Mentari.

3.6.2 Matrix.



Layanan GSM pasca bayar Indosat dengan nomor awal 0815, 0816 dan 0855 yang memberikan kebebasan bagi pelanggan dalam memilih. Matrix memberikan sambungan yang lebih cepat, jangkauan yang luas hingga ke manca negara, dan

kualitas suara yang jernih. Dengan kapasitas kartu SIM yang lebih besar dan menu *browser* yang canggih, Matrix memberikan kebebasan bagi Anda.

GSM Matrix adalah kartu pascabayar yang membanggakan karena layanan dan programnya yang disesuaikan untuk pelanggannya yang menuntut kepuasan tinggi. Hal ini bisa dipahami, karena sebagian besar pelanggan Matrix adalah pribadi yang matang, yang mementingkan kepuasan dan kelengkapan produk agar mereka bisa melakukan segala hal dengan kartu Matrix.

Kondisi seperti itu membuat Matrix menjadi kartu yang banyak digunakan oleh *corporate* untuk keperluan berbagai bisnis, selain layanan dan programnya yang lengkap, tarifnya juga ekonomis. Sejak awal, Indosat selalu memberikan program yang terbaru dan canggih pada kartu ini. Antara lain *Black Berry* sehingga menjadikan Matrix pilihan utama para eksekutif.

3.6.3 IM3.



Kartu GSM IM3 merupakan kartu prabayar dari Indosat dengan nomor awal 0856 dan 0857 yang memberikan kenyamanan dan kecepatan untuk bergabung dalam komunitas GSM Multimedia. Kartu IM3 memberikan semua fitur canggih kepada pelanggannya, seperti GPRS, MMS, M3-Access, transfer pulsa, *conference call*, *call divert*, dan masih banyak lagi fasilitas yang lain, karena memang, IM3, *No Limits*.

Selain untuk komunikasi suara, kartu prabayar IM3, lebih diutamakan pada layanan SMS. Semua yang menyangkut SMS, IM3 adalah rajanya. Tarif SMS-nya juga paling murah, dan banyak juga produk kreatif yang dibuat untuk SMS IM3. Bisa disebut, IM3 adalah paling maju, kreatif, inovatif, dan tidak ada lawan yang lebih unggul dari IM3.

Selain itu, IM3 memiliki banyak ragam *voucher* SMS yang membuat tarif ber-SMS menjadi paling murah di Indonesia, bahkan IM3 memiliki *voucher* dengan masa aktif selama satu tahun. Keunggulan utama kartu IM3 adalah produk, layanan, dan layanan yang dibuat untuk IM3 selalu menyenangkan dan murah.

3.6.4 StarOne.



Layanan telekomunikasi suara dan data nirkabel dengan teknologi *Fixed Wireless CDMA 2000x1* adalah kombinasi layanan telepon tetap dan bergerak dengan suara jernih serta memberikan kenyamanan komunikasi untuk semua orang.

StarOne, Telepon untuk semua. StarOne punya Indosat adalah kartu terbaik di kelas CDMA. Suaranya jernih, jangkauannya luas dan tarifnya sangat kompetitif. Sehingga, inilah kartu CDMA yang paling baik untuk menerima maupun melakukan panggilan telepon, dan bisa diandalkan untuk komunikasi data. Yang paling diunggulkan dari StarOne adalah tarif yang paling murah, sebanding dengan tarif telepon rumah, dan tentu saja jauh dibawah tarif GSM.

3.7. Sejarah Singkat PT. Indosat, Tbk Cabang Jember.

PT. Indosat, Tbk di Indonesia terdiri dari 8 regional. Di antaranya adalah Region Sumatra bagian utara, Regional Sumatra bagian selatan, Regional JABODETABEK dan Banten, Regional Jawa Barat, Regional Jawa Tengah, Regional JATIM dan Bali NUSRA, Regional Kalimantan, serta Regional SULAMPAPUA. PT. Indosat, Tbk. Jember *Branch* termasuk dalam golongan Regional JATIM dan Bali NUSRA, yang berada di bawah PT. Indosat, Tbk Surabaya. Pada mulanya PT. Indosat, Tbk Jember *Branch* hanyalah sebuah *Reps* atau *gallery* yang beralamat di Jalan Sultan Agung No.46 Jember. Sekitar bulan November tahun 2005 *Reps* PT. Indosat, Tbk Jember diubah menjadi PT. Indosat, Tbk Cabang Jember.

PT. Indosat, Tbk Jember dulunya adalah *reps* sebelum berstatus sebagai cabang pada bulan November 2005. PT. Indosat, Tbk Jember *Branch* memiliki kantor di Jalan Dahlia No.1 yang juga sebelumnya memiliki kantor di Jalan Sultan Agung No.46 Jember. Tetapi pada pertengahan bulan Januari 2007 kantor yang beralamatkan di Jalan Sultan Agung dikosongkan dan gedungnya dikontrak oleh *ezylod* yang juga merupakan dealer PT. Indosat, Tbk.

Sekarang PT. Indosat, Tbk Jember *Branch* membawahi 4 *Reps*, diantaranya :

- a. *Reps Lumajang*, dengan kegiatan terpusat di Kota Lumajang yang terletak di Jalan Suwandak Barat 10 Lumajang.
- b. *Reps Probolinggo*, dengan kegiatan terpusat di Kota Probolinggo yang terletak di Jalan Panglima Sudirman No.342 Probolinggo.
- c. *Reps Situbondo*, dengan kegiatan terpusat di Kota Situbondo dan Kota Bondowoso yang terletak di Jalan PB. Sudirman No.37 Situbondo.
- d. *Reps Banyuwangi*, dengan kegiatan terpusat di Kota Banyuwangi yang terletak di Jalan Adi Sucipto No.5 Banyuwangi.

3.8 Struktur Organisasi PT. INDOSAT, Tbk Cabang Jember.

Stabilitas suatu perusahaan sangat di tentukan dari *management* struktur organisasinya. Selain itu kemampuan dari manusianya sendiri juga menjadi kunci utama kesuksesan suatu perusahaan. Struktur organisasi menggambarkan tugas dan wewenang yang menjadi suatu aliran tanggung jawab segmen-segmen yang ada agar di hasilkan kerja yang optimal.

Struktur organisasi PT. Indosat, Tbk Cabang Jember ini menerapkan model bagan vertikal karena kegiatan pendelegasian wewenang berasal dari atas ke bawah (*Topdown*). Bentuk organisasi yang di terapkan PT. Indosat, Tbk Cabang Jember adalah bentuk organisasi fungsional, yang di dalamnya terdapat hubungan yang tidak terlalu menekankan pada hal yang struktural, akan tetapi lebih banyak di dasarkan pada sifat dan jenis yang perlu di jalankan. Alasan pemilihan bentuk organisasi tersebut adalah :

- a) Agar tercapai efisiensi dan efektifitas kerja karyawan secara maksimal.
- b) Terjalin solidaritas yang tinggi di antara karyawan.
- c) Menumbuhkan budaya memiliki perusahaan pada seluruh karyawan.

Struktur organisasi pada PT. Indosat, Tbk Cabang Jember dapat di lihat pada gambar berikut :

1. Memberikan pelayanan terhadap pelanggan yang datang ke galeri PT. Indosat Tbk, Cabang Jember, misalnya pembayaran kartu Matrix, pembelian *voucher* isi ulang Mentari dan IM3, menangani keluhan pelanggan, dan sebagainya.
 2. Memberikan pelayanan terhadap pelanggan melalui telepon dan registrasi kartu Prabayar (Mentari dan IM3) ke 4444.
 3. Memberikan hadiah misalnya berupa kalender, kartu ucapan, dan sebagainya kepada pelanggan VIP (atas pemakaian kartu Matrix dengan tagihan tinggi) contoh : pemakaian kartu Matrix dalam jangka waktu satu bulan Rp 2.000.000,-.
 4. Membuat laporan bulanan atas jumlah pelanggan, jumlah tagihan, dan jumlah pelanggan yang mempunyai masalah pada kartu yang di pakai dengan memberikan solusinya.
 5. Mengelola uang operasional di Divisi CCS dalam bentuk nota dan laporan pertanggungjawaban keuangan.
- h. *Corporate Direct Sales*, berfungsi mempromosikan serta menjual (memasarkan secara langsung) kartu pascabayar (Matrix) ke instansi-instansi maupun *personal*. Selain itu *Corporate Direct Sales (CDS)* juga harus membina hubungan baik dengan para pelanggan tersebut tetap menggunakan kartu Matrix.
- i. *Indirect Sales* berfungsi :
1. Mendistribusikan kartu perdana, *voucher* dan *voucherless (voucher electric)* dari PT. Indosat Tbk, Cabang Jember ke delapan dealer yaitu, Nusapro, Aneka warna, MMS, Trikonsel, Sakalaguna, TAM, Ezyload, dan Java Selular setiap minggu sesuai dengan kebutuhan pasar.
 2. Memantau dan membuat jadwal tujuan pengiriman barang serta pembayaran barang yang di kirim.
 3. Menyediakan kartu dan nomor yang akan di jual oleh CDS (*Corporate Direct Sales*) yaitu berupa nomor dan kartu Matrix, kartu perdana Mentari dan IM3, *voucher* Mentari dan IM3 yang akan di jual di Galeri PT. Indosat Tbk, Cabang Jember.
 4. Menyediakan kartu pengganti untuk pelanggan apabila kartu sudah tidak dapat di pakai atau rusak.
 5. Mengurusi dan mengontrol persediaan barang setiap minggu di semua *reps*.
 6. Mengadakan sosialisasi tentang program terbaru dari Indosat.

j. *Sales Admin* berfungsi :

1. Menangani penerimaan dokumen pelanggan kartu Matrix yang baru.
2. Melakukan konfirmasi ke pelanggan baru melalui telepon.
3. Memasukkan data pelanggan baru yang sudah lolos *survey* ke komputer.
4. Mengaktifkan kartu Matrix pelanggan baru.
5. Melakukan *survey* pelanggan baru tentang layak atau tidaknya menjadi pelanggan kartu Matrix.

j. *Revenue Assurance* berfungsi :

1. Mengontrol tagihan pelanggan kartu Matrix dan bekerjasama dengan *collector*.
2. Mengkonfirmasi pemakaian tagihan berjalan kartu Matrix diatas Rp. 200.000,-.
3. Mengkonfirmasi tagihan pada saat jatuh tempo.
4. Mengkonfirmasi tunggakan atas pemakaian kartu Matrix pada pelanggan yang usianya 31 sampai 60 tahun.
5. Mengkonfirmasi tunggakan atas pemakaian kartu Matrix pada pelanggan yang usianya 61 sampai 90 tahun.

3.10 Lokasi PT. Indosat, Tbk Cabang Jember.

PT. Indosat, Tbk Cabang Jember terletak di sebelah utara pusat kota Jember yang strategis, dekat dengan pusat keramaian, perbankan dan pemerintahan, serta mudahnya akses transportasi untuk menuju kantor PT. Indosat Cabang Jember antara lain dekat dengan stasiun kereta api, di pinggir jalan raya jurusan Jember-Bondowoso sehingga memudahkan customer maupun mitra kerja untuk mengakses kantor PT. Indosat, Tbk Cabang Jember yang beralamat di Jl. Dahlia No. 1 Jember Telp. (0331) 410066.

3.11 Program Unggulan PT. Indosat.

3.11.1 Indosat Satu Langkah Ke Segala Menu.

a. Portal Indosat.

Portal Indosat adalah www.indosat.com, berfungsi ke segala arah untuk seluruh pelanggan, atau siapa saja yang ingin mengetahui informasi tentang Indosat. Semua informasi yang patut diketahui umum tentang Indosat tersedia di Portal Indosat.

Menu utama lain di Portal Indosat, tentu saja informasi tentang produk Indosat terutama *Mobile Services* yaitu, Mentari (www.indosat.com/mentari), IM3 (www.indosat.com/IM3), Matrix (www.indosat.com/matrix), StarOne (www.indosat.com/starone). Layanan lain yang perlu dikunjungi dari portal Indosat adalah *Multimedia Services*, jasa multimedia yang disediakan oleh Indosat antara lain, IM2 (www.indosatm2.com) dan layanan lain dari Lintasarta, disini juga tersedia data *hotspot* IM2 di seluruh Indonesia.

b. *I-go*.

I-go bisa diumpamakan sebagai *short cut* untuk mendapatkan semua layanan, program, dan informasi dari Indosat. Jadi, dengan menggunakan *I-go* langkah Anda untuk mencapai menu atau layanan yang diinginkan lebih mudah dan ringkas. Menu *I-go* bisa Anda peroleh dengan menerima SMS. Ketik IGO kirim via SMS ke 160. *I-go* bisa di akses via WAP <http://wap.indosat.com>.

c. *I-menu *123#*.

Setiap pelanggan Indosat diberi kemudahan untuk mencapai produk, layanan atau program yang disediakan Indosat untuk seluruh pelanggannya, yaitu dengan *i-menu *123#*. Tekan **123#*, lalu OK/YES, dan pilih menu yang disukai. Layanan ini seperti pintu ajaib, karena bisa mencapai kemana saja, dan gratis. Sekali masuk ke menu ini, pelanggan bisa ke menu apa saja yang disukainya.

3.11.2 Indosat Fun Dengan VAS (*Value Added Services*).

a. *I-fun*.

I-fun dengan kode akses 818 adalah layanan *software* berbasis GPRS. Secara ringkas layanan ini memberikan kemudahan kepada para pelanggan untuk mengirim *teks* seperti SMS dengan jumlah 1000 karakter dengan biaya yang murah. Selain mengirim *teks* panjang, *I-fun* juga bisa digunakan untuk *running teks* dan *download content* yang ada dalam aplikasi *I-fun*. Pelanggan juga bisa mendapatkan informasi lalu lintas, *cafe*, kesehatan, dan lain sebagainya.

b. *I-comic*.

Para penggemar komik dapat menjadikan layar ponselnya sebagai halaman komik yang menawan. Gambar dan info yang dimunculkan berasal dari karakter komik yang sudah dikenal masyarakat. Pelanggan akan mendapat informasi tentang

komik dalam bentuk tulis, *wallpaper*, *ring tone*, atau *games*. Caranya mudah, hanya mengakses nomor *386#.

c. *I-movie*.

Para pelanggan Indosat yang gemar ke Bioskop, sebaiknya memanfaatkan layanan ini. Sebab, Anda akan mudah untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai *film*. Yaitu *film* yang terbaru, seperti, *film action*, drama, komedi, roman, dan horror. Cara mendaftarnya sangat mudah, ketik *668# via ponsel Anda.

d. *I-games* dan *I-sport*.

Ini adalah layanan yang sangat inovatif dan menghibur. Caranya mudah, *Dial* nomor *463#, Anda juga bisa melihat informasi mengenai aneka macam *games* itu di www.indosat.com/i-games, dan wap.indosat.com/i-games. Untuk bisa menikmati layanan *I-sport* tekan *465#, di dalamnya ada menu *ESBN*, *info sport*, *SMS games sport*, *download sport*, dan *download games*.

e. *I-room*.

Para pelanggan Matrix, IM3, dan Mentari bisa menikmati layanan *I-room*, antara lain : *chatting* dengan teman dan artis terpilih, *open forum* di *chatt room*, *invite* teman untuk *on line* atau *off line*, dan lain sebagainya. Banyak keunggulan *I-room*, antara lain adalah banyakaya fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan mengumpulkan komunitas. Syarat utama penggunaan *I-room* hanya tinggal memastikan bahwa *setting* GPRS Anda telah benar, ponsel yang digunakan harus mendukung *Java MIDP 2.0*.

3.11.3 Indosat Untuk Cermin Email Anda.

a. *BlackBerry*.

Keunggulan *BlackBerry* adalah program *push mailnya*, anda akan menerima *email* seperti menerima SMS saja. Anda bisa langsung baca, *reply*, atau *forward*, seperti SMS. Unikny adalah *email* Anda yang asli tetap ada di *computer* meja atau *note book*. Jadi, *BlackBerry* menampilkan *email* di layarnya, *email* yang sama tetap ada di *computer* Anda. *BlackBerry* juga bisa digunakan untuk *browsing*, *chatting*, melalui *yahoo messenger*, *Google Talk*, dan *BlackBerry Messenger*.

b. *I-movies*.

Keunggulan *I-movies* :

1. *Support Microsoft Exchange Server*, *Lotus Notes*, *Novel Groupwise*, *POP3*, dan *IMAP*.

2. Mendukung *email Personal* (Yahoo dengan fasilitas POP3, *Gmail* dan *email* ISP lainnya).
3. Dapat membuka *file attachment*.
4. Tersedia di web akses (*webmail*).

Jadi, pelanggan Indosat mempunyai pilihan untuk menerima *email* ketika sedang bepergian.

c. *I-memova*,

Keunggulan produk *I-memova* dibandingkan produk *Push Mail* lainnya adalah sebagai berikut :

1. Tidak memerlukan instalasi aplikasi khusus. Pelangganya hanya perlu memastikan bahwa fasilitas MMS telah diaktifkan dan *setting* MMS pada ponsel telah benar.
2. Tidak ada batasan perangkat. Perangkat ponsel minimal harus memiliki fasilitas MMS.
3. Mendukung semua jenis *email Server*.
4. Memiliki keamanan berupa *Filtering* dan *Anti Spam*.
5. Dapat menerima atau mengirim *e-mail* beserta gambar (*JPG/Audio/Video*).

3.11.4 Indosat Pelopor *I-ring*,

a. *I-ring* 808.

I-ring dikenal sebagai *ring back tone* punya Indosat. Di Indonesia, Indosat adalah pelopor memberikan layanan yang menyenangkan ini. Layanan ini dapat dinikmati oleh seluruh pelanggan Indosat. Cara memilih lagu *I-ring* sangat mudah, ketik set <spasi> kode lagu, kirim via SMS ke 808.

b. *I-ring Personal*.

Para pelanggan Indosat jangan takut dituduh narsis. Tidak ada salahnya jika kita mempredengarkan suara kita sendiri kepada khalayak ramai. Dengan fitur ini, kita bisa menjadikan suara kita sendiri atau karya sendiri, menjadi *I-ring* kita.

c. *Corporate i-ring*.

Bila pelanggan atau klien menelpon ke ponsel karyawan perusahaan yang telah berlangganan *corporate I-ring*, maka akan terdengar *corporate jingle* atau *corporate promotion jingle* sebagai ganti nada deringnya. Hal ini menguntungkan perusahaan karena *corporate I-ring* dapat dijadikan sebagai sarana yang murah dan efektif untuk promosi.

3.11.5 Indosat Sebagai Pintu Dunia.

a. Keunggulan INIX.

INIX adalah koneksi internet untuk mengakses informasi lokal menjadi lebih cepat dan efisien karena langsung terhubung dengan jaringan internet Internasional tetapi harus melalui jaringan Internasional.

b. Indosat *BroadBand* 3.5G.

Indosat adalah pelopor untuk berbagai layanan *BroadBand* di Indonesia dengan nama Indosat *BroadBand* 3.5G. indosat adalah perusahaan pertama yang memberikan layanan *Accelerator* untuk 3.5G di Asia.

c. SLI.

Pelanggan Indosat memiliki tiga pilihan untuk membuat panggilan telepon ke luar negeri, yaitu :

1. Indosat SLI 001. Layanan ini telah menjadi pilihan utama bagi pelanggan profesional dan bisnis di Indonesia dalam menghubungi koleganya di Manca Negara.
2. Indosat SLI 008. Tarif SLI 008 lebih murah hingga 40% untuk percakapan sepanjang hari dan dihitung berdasarkan percakapan per detik.
3. Indosat *Flat Call* 01016. Tarif *Flat Call* Rp. 85.- per detik, berlaku untuk menelpon ke Australia, Brunei, Kanada, Cina, Hongkong, India, Jepang, Malaysia, Norwegia, Singapura, Korea Utara, Taiwan, Thailand, UK, dan USA.

d. Satu Pesan SMS Untuk Sejuta Pelanggan.

Keuntungan yang didapat oleh perusahaan atau institusi lain jika menggunakan layanan Indosat *Corporate SMS Bulk* ini adalah :

- a) Berbiaya ekonomis.
- b) Mudah dan efektif.
- c) Dapat dimanfaatkan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan.

3.11.6 Indosat SMS Serba Bisa.

a. 1-smaskita.

Layanan ini memungkinkan pelanggan tidak membayar atas SMS yang dikirimkan (*recipient*), karena biaya SMSnya ditanggung oleh yang menerima SMS (*pendonor*). Pendaftaran dilakukan oleh *recipient* yang dilakukan via SMS. Ketik :
reg<spasi>smaskita<spasi>nomor HP pendonor SMS, kirim ke 767.

b. I-smswarna.

Layanan SMS ini bisa membuat kita lebih ekspresif dan sangat *fun*. Jika ingin mencoba, silahkan registrasi via SMS. Ketik ismswarna, kirim ke 868, atau akses ke alamat : <http://i-smswarna.indosat.com>.

c. I-say.

Kini pelanggan Indosat bisa mengirim suara via SMS. Cara mengirim pesan suara mudah sekali seperti nelpon saja. Tekan nomor yang dituju, tetapi awali dengan 939, contoh : 93908158026531 lalu bicaralah layaknya seperti menelpon maksimal 30 detik. Mencrima pesan juga mudah karena akan diberi tahu melalui SMS, setelah itu ikuti petunjuk di SMS.

d. SMS Lingo.

Pengguna ponsel telah banyak melakukan kreatifitas yang tinggi untuk membuat SMS yang ringkas, padat, dan mudah dimengerti oleh penerima SMS. Hingga kini, Indosat telah menerbitkan dua edisi kamus Lingo, yang ditujukan kepada pelanggan IM3.

3.12 Klasifikasi Karyawan.

Adapun klasifikasi karyawan yang ada di PT. Indosat cabang Jember, yaitu :

- a) PHL (Pekerja Harian Lepas) adalah karyawan berstatus kontrak local.
- b) PMI (Program Magang PT. Indosat) adalah karyawan berstatus magang yang memiliki kontrak 1 tahun dan diambil dari golongan mahasiswa dari sebuah Universitas.
- c) OS (*Out Sourcing*) adalah karyawan berstatus kontrak dari Kop PT. Indosat, Tbk.
- d) *Staff* adalah karyawan tetap PT. Indosat, Tbk.

3.13 Ketentuan Jam Kerja.

Hari kerja efektif yang ditcrapkan oleh PT. Indosat cabang Jember yang berlaku untuk seluruh karyawan adalah lima hari jam kerja, kecuali untuk *Customer Service* dan *Security* yang sedang piket pada hari sabtu diwajibkan masuk seperti jam kerja. Jadwal jam kerja dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel Jam Kerja Pegawai PT. Indosat Cabang Jember.

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin – Kamis	07.00 – 16.30 WIB	12.00 – 13.00 WIB
Jum'at	07.00 – 16.30 WIB	11.30 – 13.00 WIB
Sabtu	Libur, kecuali piket	-

Sumber data : PT. Indosat Cabang Jember, Tahun 2008.

3.14 Ikrar Layanan Indosat.

Ikrar layanan ini, adalah landasan layanan kami, Insan Gemilang, yaitu segenap jajaran pimpinan, karyawan dan para mitra yang bekerja bagi Indosat, untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan dalam upaya menjadi penyedia layanan telekomunikasi yang terkemuka di Indonesia.

Pelanggan kami adalah semua pihak, yang membutuhkan pelayanan dan memberikan manfaat bagi kita semua.

Layanan kami adalah tindakan terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan berupaya terus menerus untuk memenuhi harapan pelanggan. Sebagai perwujudan nilai perusahaan, Fokus Pada Pelanggan, Insan Gemilang Berjanji :

3.14.1 *Reliable*.

a) *Radiance* :

1. Siap melayani dan membantu pelanggan setiap saat dan bersikap proaktif atas kebutuhan pelanggan.
2. Memastikan bahwa kebijakan dan prosedur yang disusun berorientasi pada pelanggan.
3. Memahami informasi terkini tentang layanan dan produk perusahaan.

b) *Quality*:

1. Menyediakan layanan dan produk yang inovatif, berkualitas tinggi, dan handal.
2. Memberikan layanan dan informasi yang mudah didapat, jelas, tepat, cepat dan akurat.
3. Meningkatkan kualitas layanan dan produk secara berkesinambungan.
4. Selalu meningkatkan kompetensi sesuai kebutuhan perusahaan untuk mendukung pelayanan.

c) *Attitude.*

1. Bersikap sopan, santun, ramah dan bersahabat pada setiap interaksi.
2. Menciptakan citra positif atas produk dan layanan Indosat.

d) *Responsible.*

1. Menerima keluhan pelanggan dan memastikan keluhan tersebut ditangani oleh pihak yang tepat,
2. Menyelesaikan permasalahan pelanggan lebih dari yang dijanjikan atau ditetapkan,
3. Memberikan solusi terbaik bagi pelanggan bila terjadi kegagalan layanan.

3.14.2 Tekad Pelayanan Karyawan PT. Indosat.

Kami Insan Gemilang berjanji akan melaksanakan Ikrar Layanan ini untuk menciptakan Loyalitas Pelanggan dengan memberikan pelayanan-pelayanan yang menyenangkan dan bermanfaat yang sebesar-besarnya kepada Pelanggan.

3.15 **Daftar Tarif Produk-Produk Indosat.**

3.15.1 Matrix.

Memaasuki dimensi baru dalam komunikasi dan menikmati gaya hidup yang lebih fleksibel dari Matrix. GSM paska bayar dengan mobilitas yang semakin tinggi, sambungan lebih cepat, liputan lebih luas dan kualitas sinyal maupun suara yang lebih jernih serta akses 3G/3.5G. Dilengkapi dengan kapasitas SIM *card* yang lebih besar dan menu *browser* yang canggih yang akan membawa Anda ke dimensi baru *Personal Data Communication*. Jaringan Matrix yang mencakup lima benua di dunia, memungkinkan Matrix untuk dibawa ke luar negeri dan seluruh wilayah di Indonesia. Matrix, *partner* mobilitas Anda.

Nikmati fitur-fitur lengkap dari Matrix:

1. *High speed Internet*: Akses Internet berkecepatan tinggi dalam jaringan 3G/3.5G.
2. *M-Banking*: Layanan *mobile banking* kini dalam genggamannya.
3. *3G Services*: Nikmati serunya *Video Call*, *Video Dating*, *Mobile TV* dll. Aktifkan 3G Anda : Ketik 3G dan kirim ke 777.
4. *International Roaming*: Bahkan saat Anda berada diluar Indonesia, layanan komunikasi dan akses Internet tetap dapat Anda nikmati dengan mudah.
5. *Flatcall 01016*: Telpon ke internasional hemat ke berbagai negara di dunia, tekan: 01016+Kode Negara+Kode Area+Nomor Tujuan.

6. Poin *Plus-Plus*: Kumpulkan terus poinnya dan raih kesempatan memenangkan Mobil Jaguar dan ribuan hadiah lainnya. Poin juga langsung ditukar dengan diskon tagihan, SMS *I-Ring* maupun *merchant-merchant* lain yang tergabung dalam *MORE*, dll

3.15.2 Mentari.

Mentari merupakan kartu Prabayar GSM yang dikeluarkan oleh Indosat dan dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia. Mentari bahkan juga dapat dipergunakan saat internasional *roaming* di banyak negara. Berbagai fasilitas disediakan untuk kemudahan dan kenyamanan berkomunikasi. Kartu Mentari mengandung nilai Kepercayaan, Kekeluargaan dan Ekonomis memiliki fitur dan layanan yang lengkap.

Ribuan kali nelpon lokal dan SLJJ sehari ke sesama Indosat (Matrix, Mentari, IM3 dan StarOne) hanya Rp 1.000,- per hari. Pelanggan Mentari Sakti akan memperoleh Gratis Nelpon setiap hari selama 3.600 detik ke sesama Indosat. Sebagai pelanggan Mentari Sakti, Anda juga tetap bisa menikmati tarif nelpon Rp 5/detik serta SMS Rp. 99,- ke semua operator se-Indonesia. Tarif yang berlaku dalam program ini, yaitu:

Tujuan	Tarif (Rupiah)		
	23.00 - 04.59	05.00 - 16.59	17.00 - 22.59
Panggilan			
Lokal	Semua Operator	5/detik	20/detik
SLJJ	Semua Operator	5/detik	20/detik
SMS			
	Semua Operator	99	
	Int'l	500	

3.15.3 IM3.

Nelpon Cuma Rp 0,1 per detik Sehari.

Tarif SMS ke semua operator.

Jawa	
00.00 - 12.00	12.00 - 24.00
10 get 100* 10 SMS pertama Rp 100/SMS (Rp 88 /SMS dengan Voucher SMS) 100 SMS berikutnya Rp. 0,1 /SMS	10 get 10* 10 SMS pertama Rp 100/SMS (Rp 88 /SMS dengan Voucher SMS) 10 SMS berikutnya Rp. 0,1 /SMS

Luar Jawa	
00.00 – 12.00	12.00 – 24.00
10 get 100*	10 get 100*
10 SMS pertama Rp 100/SMS (Rp 88 /SMS dengan Voucher SMS)	10 SMS pertama Rp 100/SMS (Rp 88 /SMS dengan Voucher SMS)
100 SMS berikutnya Rp. 0,1 /SMS	100 SMS berikutnya Rp. 0,1 /SMS

3.15.4 StarOne.

StarOne merupakan layanan telekomunikasi suara dan data berbasis jaringan akses nirkabel dengan teknologi CDMA 2000-1X. Menawarkan kombinasi layanan telepon tetap (PSTN) dan bergerak (*Mobile*).

3.16 Program Indosat 3.5G.

1. I-TV.

Mobile dengan layanan ini, anda dapat menikmati tayangan-tayangan televisi favorit dari berbagai *channel*, baik *live streaming* maupun *video on demand*.

2. I-Movie.

Dengan layanan ini, Anda dapat menikmati informasi terbaru mengenai film seperti *trailer*, dari berbagai jenis kategori film.

3. I-Music.

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh info terbaru seputar musik seperti klip musik dan *full track song* dari berbagai kategori.

4. I-Games.

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh *games - games* yang apik yang bisa dimainkan secara *multiplayer* dan *singleplayer* yang dibagi berdasarkan genrenya.

5. I-Lifestyle.

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh info seputar gaya hidup dan berkomunikasi sesama komunitas melalui *Mobile blog*

6. I-Business.

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh info terbaru tentang berita financial seperti *stock exchange*.

7. I-Religion.

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh info seputar siraman rohani yang dibagi menjadi beberapa kategori.

8. *I-Infotainment.*

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh info seputar pergaulan dan kegiatan yang bisa dinikmati dan dibagi menjadi beberapa kategori.

9. *I-Sports.*

Dengan layanan ini, anda bisa memperoleh info terbaru seputar olahraga yang dibagi menjadi beberapa kategori.





BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.

Setelah melaksanakan PKN di PT. Galeri Indosat Cabang Jember, penulis mendapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya:

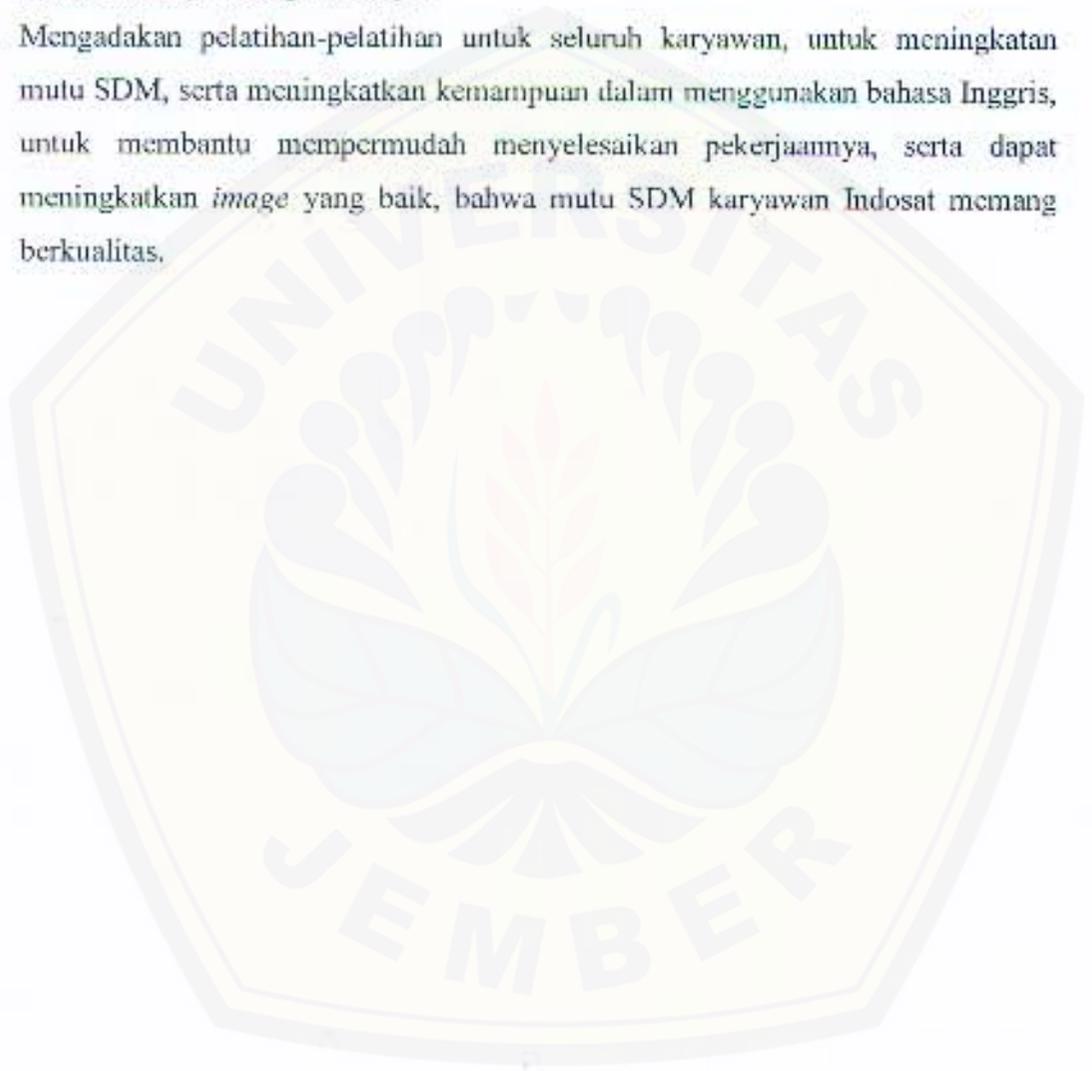
1. Praktek Kerja Nyata sangat bermanfaat dalam memperkenalkan gambaran lingkungan kerja yang sebenarnya, khususnya perusahaan telekomunikasi, serta menambah perbendaharaan kata dalam Bahasa Inggris yang belum pernah didapat sebelumnya, ketika berada di bangku kuliah.
2. Masyarakat Jember dapat memakai jasa Indosat dalam tiga pilihan, yaitu Mentari dan IM3 (pilihan Prabayar), sebagai salah satu promo yang banyak diminati oleh masyarakat, serta Matrix (pilihan Pascabayar).
3. Para karyawan Indosat mampu bekerja secara profesional, artinya mampu menguasai masing-masing bidang pekerjaan yang dijalani.
4. Karyawan PT. Galeri Indosat Cabang Jember mampu meningkatkan pemasaran produknya, mampu bersaing, mempertahankan dan mempromosikan produknya di era persaingan bisnis dibidang jasa telekomunikasi.

5.2 Saran.

Selama melaksanakan Praktek Kerja Nyata di PT. Galeri Indosat Cabang Jember, penulis ingin menyampaikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Peningkatan jasa pelayanan Indosat demi kepuasan pelanggan, jangkauan yang lebih luas dengan menambah BTS (*Base Transfersit Service*), dan diikuti pula oleh peningkatan mutu SDM sehingga perangkat yang telah ada dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya secara maksimal.
2. Meningkatkan suasana kekeluargaan dalam lingkungan kerja sehingga suasana di kantor menjadi lebih menyenangkan dan membuat nyaman dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari.

3. Acara *refreshing* bagi karyawan penting untuk meningkatkan kekompakan serta menumbuhkan sikap saling menghargai, dan ketika berada di dalam kantor, hendaknya para karyawan lebih bisa memanfaatkan jam kerja secara baik dan maksimal, serta melakukan pekerjaan secara serius dan bertanggungjawab
4. PT. Galeri Indosat Cabang Jember perlu menambah SDM untuk membantu memasarkan produk-produknya.
5. Mengadakan pelatihan-pelatihan untuk seluruh karyawan, untuk meningkatkan mutu SDM, serta meningkatkan kemampuan dalam menggunakan bahasa Inggris, untuk membantu mempermudah menyelesaikan pekerjaannya, serta dapat meningkatkan *image* yang baik, bahwa mutu SDM karyawan Indosat memang berkualitas.



DAFTAR PUSTAKA

Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu, Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

www.indosat.com.



LAMPIRAN





Formulir Pendaftaran FMC

Isilah dengan huruf kapital pada kotak/basis yang tersedia atau tanda pada kotak pilihan Anda.

Nomor ID FMC

Nomor ID Outlet

Regional

Cabang

Tipe Program

Data Outlet/Toko

Nama Outlet/Toko

Nama Pemilik Outlet

/Toko

Alamat Outlet/Toko

Nomor Telepon (kode wilayah-nomor)

Nomor Handphone

Data Pribadi

Nama Lengkap sesuai KTP/SIM/Paspor

Nomor KTP/SIM (lampirkan fotokopi)

Nama Tercetak di Kartu

Agama

Kota Kelahiran

Tanggal Lahir (Tg/Bu/Thn)

Jenis Kelamin
 Laki-laki Perempuan

Status Pernikahan
 Belum Menikah Menikah

Pendidikan
 SLTP SLTA Akademi S1

Kewarganegaraan

Formulir Keanggotaan Canvasser

CANVASSER DATABASE

Nama Canvasser :

Nama Regional :

Nama Cabang :

Nama Reps :

Nama Cluster :

Nama Dealer :

Alamat Kantor Dealer :

Lama Bekerja di Dealer :

No. HP Canvasser :

Alamat Canvasser :

No. Telepon :

Kabupaten/Kota :

Propinsi :

No. KTP/SIM/Passport :

Tempat & Tanggal Lahir :

Jenis Kelamin : Laki laki Perempuan

Agama : Islam Kristen Protestan

Hindu Kristen Katolik

Budha Konghucu

Email :

Nama Ibu Kandung :

Ukuran Baju : S M L XL XXL XXXL

Pendidikan Terakhir : SD SMP

SMA S1



Formulir Keanggotaan Indosat Outlet Community

OUTLET MAINTENANCE

Nama Outlet :

Region ID :

Branch ID :

Reps ID :

ID Outlet :

Nama Pemilik Outlet :

No. Telp Outlet :

No. HP Outlet (RS) :

Alamat Outlet :

Kabupaten/Kota :

Propinsi :

No. KTP/SIM/Passport :

Alamat Tinggal Pemilik Outlet :

Tempat & Tanggal Lahir :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Agama : Islam Kristen Protestan
 Hindu Kristen Katolik
 Budha Konghucu

Email :

Nama Ibu Kandung :

Ukuran Baju : S M L XL XXL XXXL

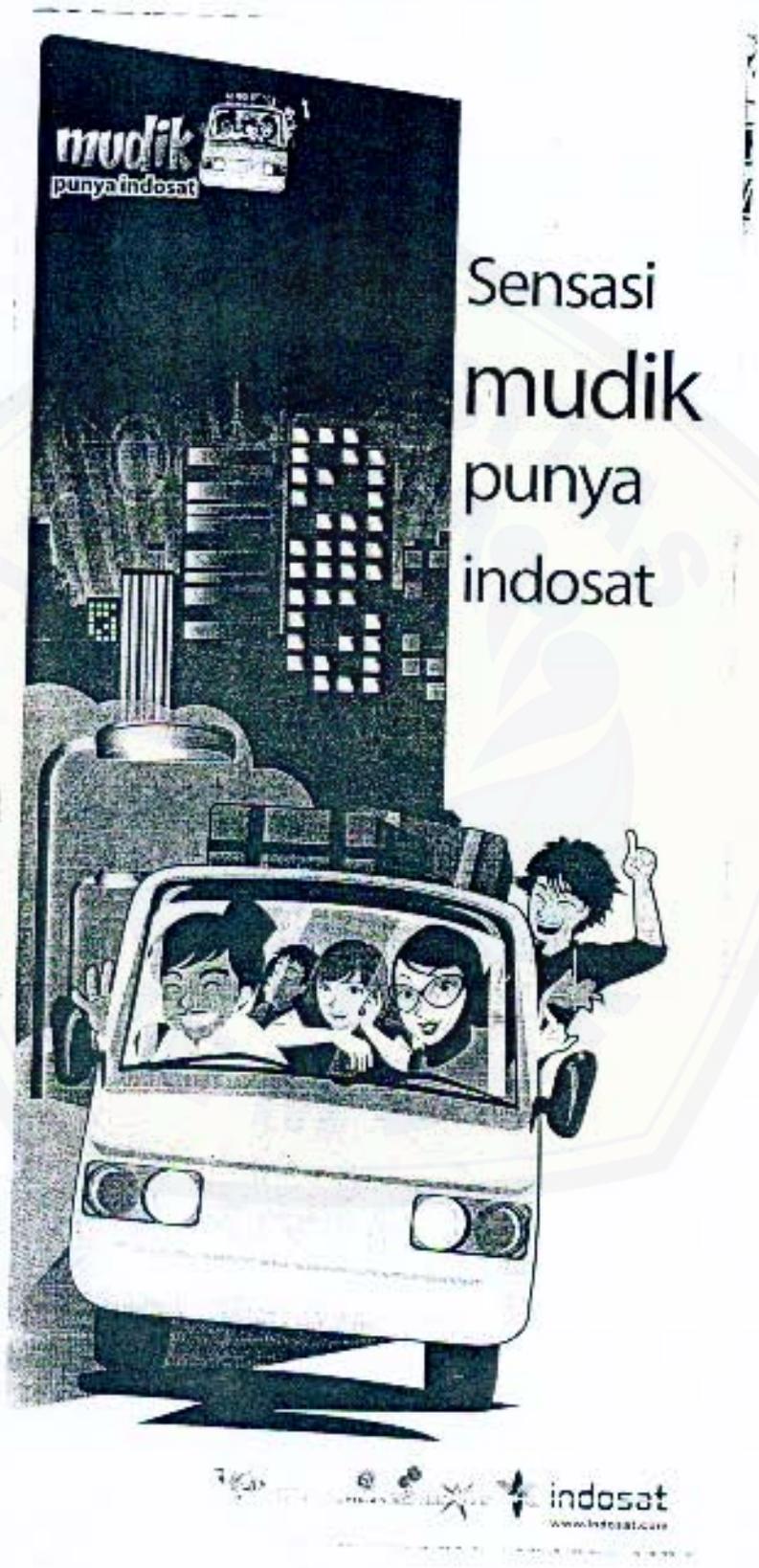
Tipe Outlet : Dealer : Own Outlet Griya
 Mitra : A (Dealer) B (Cavasser)

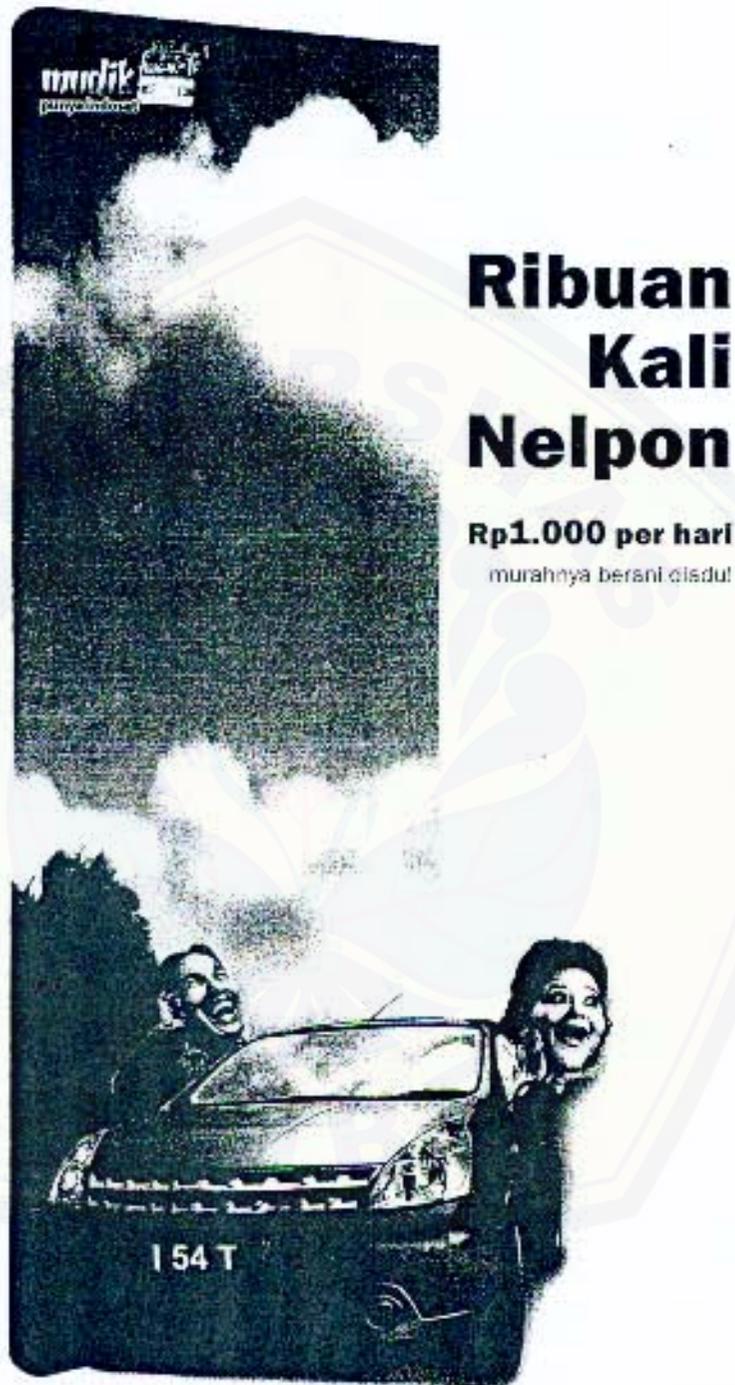
Nama Cavasser :

Cavasser ID :

Non Mitra :

Contoh Brosur-Brosur Indosat





**Ribuan
Kali
Nelpon**

Rp1.000 per hari
murahnya berani disdu!

154 T

The advertisement features a central image of a car with license plate '154 T'. A man and a woman are shown talking on mobile phones, with their faces appearing to be part of the car's body. The background is a dark, textured sky with white clouds. The text 'Ribuan Kali Nelpon' is prominently displayed in large, bold letters. Below it, the price 'Rp1.000 per hari' and the slogan 'murahnya berani disdu!' are written. The license plate '154 T' is visible on the front of the car.



MENTARI



indosat
www.indosat.com

mulik
punya indosat

**Daripada bengong
nelpon dong!**

Nelpon
Rp **0,1**
per detik
sehari-harian

Nikmati juga
Rp 0,1 per SMS
sampe puas bangeetss!

indosat
www.indosat.com

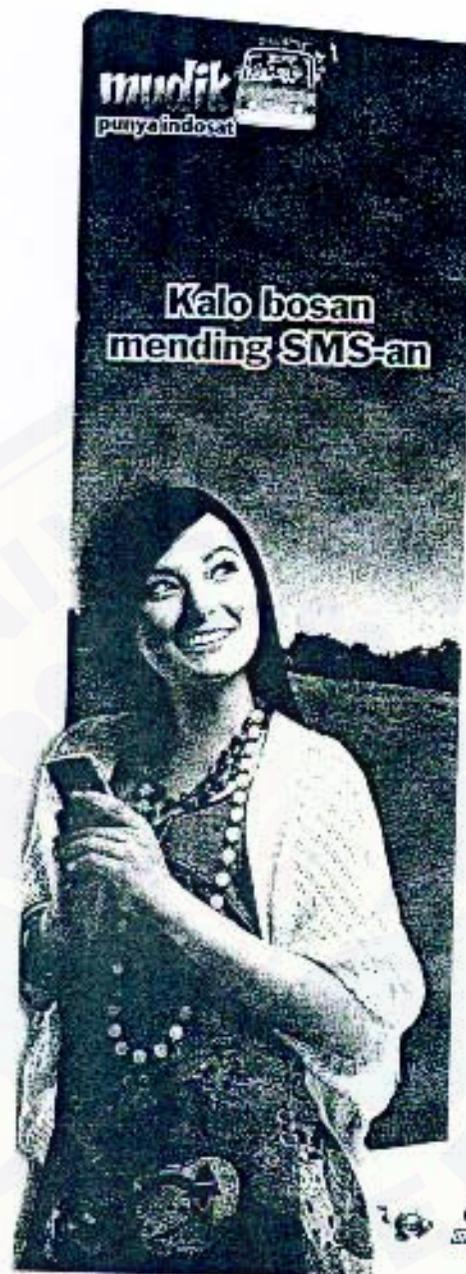
Tarif Nelpon Sampe Puas Bangeetss ke Sesama Indosat

00.00 - 11.00 : Rp 0,1/dtk setelah 10 dtk
(ARCDETABER & Bantem Pakul 01.00 - 11.00)

11.00 - 17.00 : Rp 0,1/dtk setelah 60 dtk

17.00 - 00.00 : Rp 0,1/dtk setelah 130 dtk
(ARCDETABER & Bantem Pakul 17.00 - 01.00)

* Untuk Jawa berdurasi setiap 10 menit (kecuali Pakul 01.00 - 11.00 dan Pakul 3 menit).
Tidak berlaku untuk Bantem Pakul (Jember), Cirebon, dan Tegalrejo.



Per SMS
Rp **0,1**
sehari

Nikmati juga nelpun
Rp 0,1 per detik
sampe puas bangeetss!

Tarif SMS Sampe Puas Bangeetss ke Semua Operator

00.00 - 12.00 : Rp 0,1/sms setelah kirim 10 sms

12.00 - 00.00 : Rp 0,1/sms setelah kirim 10 sms

(Khusus wilayah Jawa Rp 0,1/sms untuk 10 sms setelah kirim 10 sms)

- Tidak berlaku untuk SuperVoucher 200 SMS
- Tarif normal SMS Rp. 1000/sms
- Rp 88/sms pake voucher SMS
- Berlaku (mulai) tanggal 26 September 2008



punya indosat

Satu Tarif Pasti Murah

**Rp 5 /detik
ke semua operator**

dari detik pertama (23.00-17.00)



MENTARI
Satu
TOP
indosat

indosat **MENTARI**
SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN
PARTNER JARINGAN GLOBAL 3,5G

punya indosat

**IM3 MURAHNYA
KEBANGSTAPAN!**

PER NELPON & SMS

indosat **IM3**

Info lebih lanjut: www.indosat.com/im3

SIPYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN PRESTASI BERKUALITAS ORAL 3.505

**punya
indosat**

**SMS GRATIS,
PUAS ABIS!**



IKAN HIU MAKAN MANGGIS
Ce eS-AN YUK BIAR SMS SEPUASNYA GRATIS!



SINYAL KUAT LAYANAN MEMUKASKAN PHOTOREALISASI HD 3.5G

punya indosat

IM3

Rp 0,01
per detik

**ke lebih dari 110 juta
pelanggan di Indonesia**
berlaku setelah 90 detik

IM3
SMS Bangeetss
juga
nelpon
murah bangeetss

 **indosat**

 **www.indosat.com/im3**

SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN PAKET TERBAIK JARINGAN GLOBA 3,5G

punya indosat

ASIKNYA LIBURAN BARENG IM3!



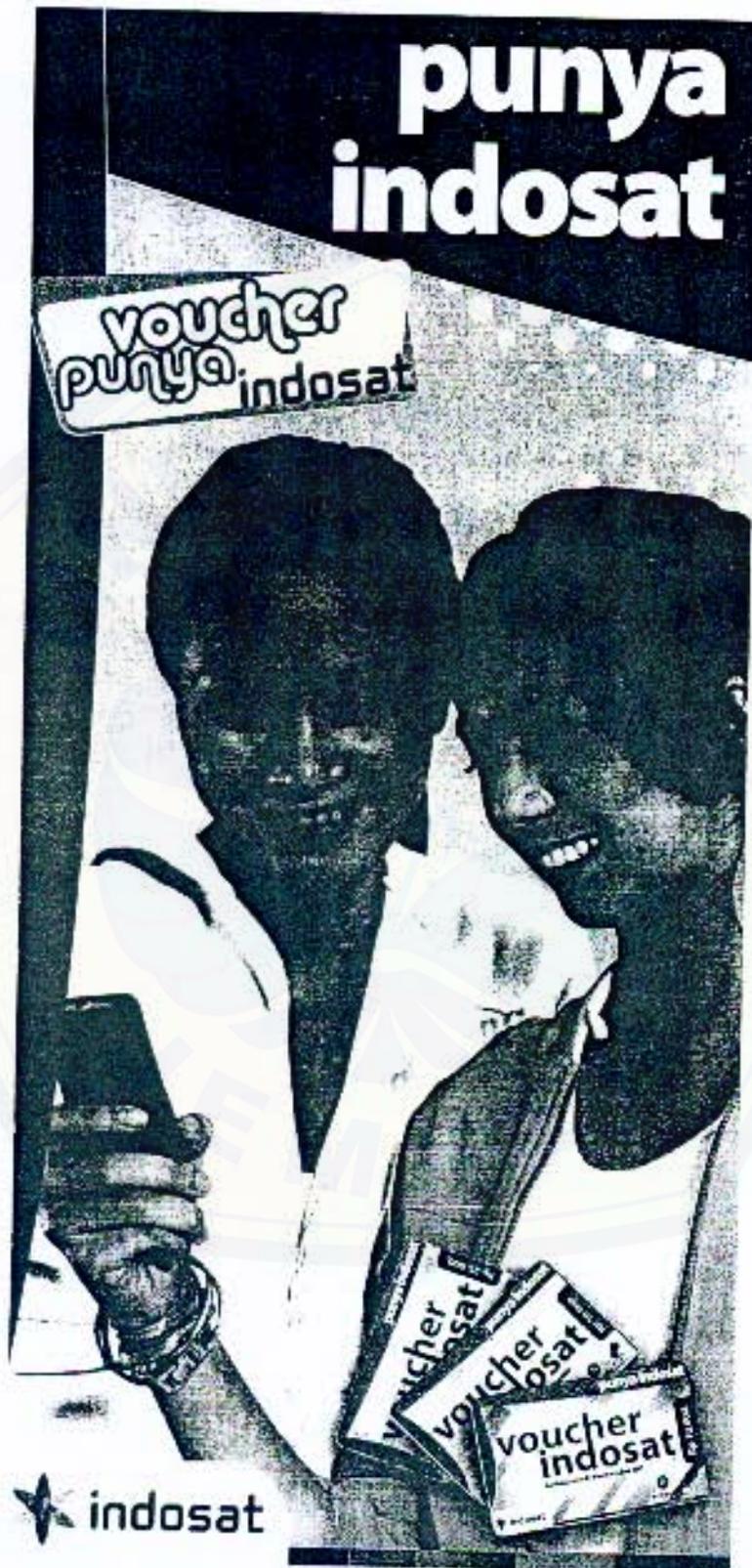
WELPON & SMS

RP 400

**SAMPE PUAS
BANGEETSS**



indosat Untuk foto lebih lanjut: www.indosat.com/im3
SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN
FRONTIER AT TINGKALAYAN 3,5G



**punya
indosat**

Matrix
PASCABAYAR MAKIN HEMAT!

Rp 15 detik
ke semua operator

indosat

**SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN
PAKET HEBAT JARINGAN GLOBAL 3,5G**

INTERNET
SMS
3.5G
INTERNET

punya indosat



Kenyamanan komunikasi di tangan Anda

Matrix auto

pascabayar bisa diisi ulang



indosat

Halaman ini adalah www.indosat.com/matrix

**SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN
PAKET TERBAIK JARINGAN GLOBAL 3,5G**

**punya
indosat**

FlatCall 01016

Bicara

**ke luar negeri
sesuka Anda.**

Hanya

Rp. 48/6 detik

termasuk Ppn



indosat

**SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN
PAKET HEBAT JARINGAN GLOBAL 3,5G**

punya indosat



Pakai terus Indosat dan
menangkan hadiahnya!

 **indosat**

Matrix MENTARI   
SINYAL KUAT LAYANAN MEMUASKAN
PAKET HEBAT JARINGAN GLOBAL 3,5G