Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran dan Strategi Pengembangan Produk PT XYZ dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Layanan SMS Premium di Indonesia

Eddy Susanto, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20406103&lokasi=lokal

---

Abstrak

Besarnya pasar bisnis SMS Premium melalui media ponsel di Indonesia memang membuat pertumbuhan layanan ini cukup berkembang dengan pesat Selain disebabkan oleh besarnya pasar penduduk Indonesia. karakteristik masyarakat Indonesia sangat mendukung pesatnya pertumbuhan bisnis layanan SMS premium ini. Dalam penyelenggaraannya, SMS Premium melibatkan beberapa pihak yaitu Operator sebagai penyedia jaringan telekomunikasi selular atau infrastruktur dan billing dan para rekanan dari operator yang sering disebut dengan Content Provider atau CP. Para CP inilah yang secara aktif mempromosikan dan menawarkan layanan-layanan dengan memanfaatkan jaringan fisik yang dimiliki oleh operator seluler. Untuk proses transaksi dari pada SMS Premium sendiri. operator seluler biasanya menyediakan sebuah nomer khusus (biasanya terdiri dari empat digit) yang sering disebut dengan istilah Short Code. Dari masing-masing short code inilah biasanya para CP mulai membangun image dan brand dari perusahaannya. Saat ini jumlah CP yang terdaftar di beberapa operator tak lagi puluhan saat ini, tetapi sudah mencapai ratursan. Hal ini disebabkan oleh belum jelasnya peraturan dan persyaratan yang diterapkan olen sebuah operator kepada perusahaan yang ingin menjadi Content Provider. Di awal perkembangannya dengan sedikit perkecualian siapa saja yang memiliki massa bisa menjadi CP dan memiliki short code. Mulai dari perusahaan teknologi informasi, bank bahkan hingga perusahaan angkutan umum.