

Formulasi strategi pemasaran ISP dengan menggunakan metode Quality Function Deployment : Studi kasus INDOSATnet RN Bogor = ISP's marketing strategy formulation with quality function deployment (Case: INDOSATnet RN Bogor)

Aster Aryati Rakhmasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82847&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyaknya ISP yang ada khususnya di Bogor telah membuat tingkat persaingan yang cukup tinggi. INDOSATnet sebagai salah satu perusahaan ISP perlu menetapkan suatu strategi pemasaran baru yang tepat agar dapat mempertahankan keberadaannya dalam pasar yang terus berubah dengan tingkat persaingan yang tinggi.

Formulasi strategi pemasaran dibuat dengan meneliti/mendengarkan suara pelanggan, dan menganalisa perubahan lingkungan baik internal maupun eksternal. Untuk memperoleh hasil analisa yang akurat dan komprehensif digunakan beberapa pendekatan/metoda antara lain: Quality Function Deployment, analisis 4C (Customer, Competitor, Change, Company), Strategic Management, IE Matrix, model SHE.

Berdasarkan pada hasil analisa yang dilakukan dengan berbagai pendekatan maka direkomendasikan formulasi strategi pemasaran yang tepat untuk INDOSATnet yaitu: mengambil target segmen pada pelanggan konsumen dengan produktifitas yang tinggi, memberikan produk maupun pelayanan dengan kualitas terbaik, jaminan produk maupun layanan, kemasan ekstra, layanan berbagai informasi dengan kualitas media komunikasi yang maksimal, memberikan solusi terhadap berbagai komplain pelanggan, menjaga konsistensi merek, dan memberikan nilai total get yang lebih tinggi dari pesaingnya, serta memperbaiki hubungan dengan supplier.

<hr><i>Much number of ISP, particularly in Bogor has increase competition level. INDOSATnet as one of ISP Company should formulate a new marketing strategy in order to maintain their existence in dynamics market with high competition level.

Formulation of marketing strategy constructed by research or learning from voice of customer and analyze environment scene, landscape, both intern and extern. In order to obtain accurate and comprehensive analysis result, some methods were used: Quality Function Development, 4C analysis (Customer, Competitor, Change, and Company), strategic management, IE matrix, and SME model.

According to the result, the recommendation of marketing strategy for INDOSATnet are including: segmentation for customer with high productivity, provide the best product and service, guarantee prices, extra package, information service with maximum quality of communication media, giving solution for any customer complaint, romancing the brand, provide higher total get value than competitor and improve relationship with supplier.</i>