

**LAPORAN KEGIATAN MAGANG**  
**PEMASARAN PRODUK KARTU IM3 SEBAGAI *DIRECT SALES FORCE***  
**(DSF) PADA PT. INDOSAT OOREDOO HUTCHISON (IM3)**



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**INSTITUT SAINS DAN BISNIS ATMA LUHUR**  
**PANGKALPINANG**  
**2023/2024**



**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KEGIATAN MAGANG**

Program Studi : Bisnis Digital  
Jenjang Studi : Strata 1 (S1)  
Judul : PEMASARAN PRODUK KARTU IM3 SEBAGAI  
*DIRECT SALES FORCE* (DSF) PADA PT. INDOSAT  
OOREDOO HUTCHISON (IM3)

Oleh :

ABDUL MUIS 2077500009

Pangkalpinang, 08 Februari 2024

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

Yosefin, SE, MSi  
NIDN. 0213078101

Pembimbing Lapangan

Lia Agustina

Mengetahui

Ketua Program Studi Bisnis Digital

Sarwindah, S.Kom., MM  
NIDN. 0212068601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Hengki, S.kom., M.Kom  
NIDN. 0207049001

## **ABSTRAK**

*This internship report provides an overview of the author's experience during their internship at Indosat Ooredoo. As a sales force member, the author was involved in marketing and selling telecommunication products, with a focus on the IM3 card. The report includes an analysis of the marketing strategies implemented by Indosat Ooredoo to increase market penetration and customer satisfaction. Additionally, the author describes the challenges faced in marketing telecommunication products amidst intense competition and the use of technology and social media in marketing strategies. The internship experience also provides insights into customer relationship management (CRM) at Indosat Ooredoo and specific initiatives taken to promote new services. By detailing innovative concepts and marketing strategies, this report aims to provide a deep understanding of the telecommunications industry and the author's contribution to the company's marketing efforts.*

*Keywords: sales force, marketing strategy, innovation*



## **ABSTRAK**

Laporan magang ini memberikan gambaran tentang pengalaman penulis selama menjalani magang di Indosat Ooredoo. Sebagai seorang sales force, penulis terlibat dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk telekomunikasi, dengan fokus pada kartu IM3. Laporan mencakup analisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Indosat Ooredoo untuk meningkatkan penetrasi pasar dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penulis menjelaskan tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk telekomunikasi di tengah persaingan yang ketat dan penggunaan teknologi dan media sosial dalam strategi pemasaran. Pengalaman magang ini juga memberikan wawasan tentang *customer relationship management (CRM)* di Indosat Ooredoo dan inisiatif khusus yang diambil untuk mempromosikan layanan baru. Dengan merinci konsep inovasi dan strategi pemasaran, laporan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang industri telekomunikasi dan kontribusi penulis dalam upaya pemasaran perusahaan.

Kata kunci : sales force, strategi pemasaran, inovasi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, serta rasa terima kasih yang tidak terhingga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama kami menjalani masa magang di PT. Indosat.

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat sehingga saya bisa menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.
2. Kepada Orang tua saya mengucapkan terima kasih atas do'a, dukungan moral, dan semangat yang senantiasa mengiringi perjalanan saya.
3. Kepada Drs. Djaetun HS yang telah mendirikan Yayasan Atma Luhur Pangkalpinang.
4. Kepada Prof. Dr. Ir. Wendi Usino, MM., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ISB Atma Luhur.
6. Ibu Sarwindah, S.Kom., selaku Kaprodi Bisnis Digital ISB Atma Lubur.
7. Ibu Yosefin, SE, MSi, selaku dosen pembimbing magang yang selalu sabar dalam menghadapi saya
8. Lia Agustina selalu *Branch Marketing Executive* yang mengizinkan saya untuk magang ditempat indosat
9. Keluarga besar Indosat Pangkalpinang yang telah membantu dan mensupport kegiatan magang saya

Pengalaman magang ini telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan profesional saya. Saya mengharapkan bahwa laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang peran PT. Indosat Ooredoo Hutchison dalam industri telekomunikasi, serta menjadi sumbangan yang baik untuk pengembangan dan peningkatan kualitas magang di masa mendatang.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalsas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Aamiin. Akhir kata, terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam kesuksesan kami menyelesaikan masa magang ini. Semoga berkat dan keberkahan senantiasa menyertai langkah-langkah kita semua.

Pangkalpinang, 20 Februari 2024

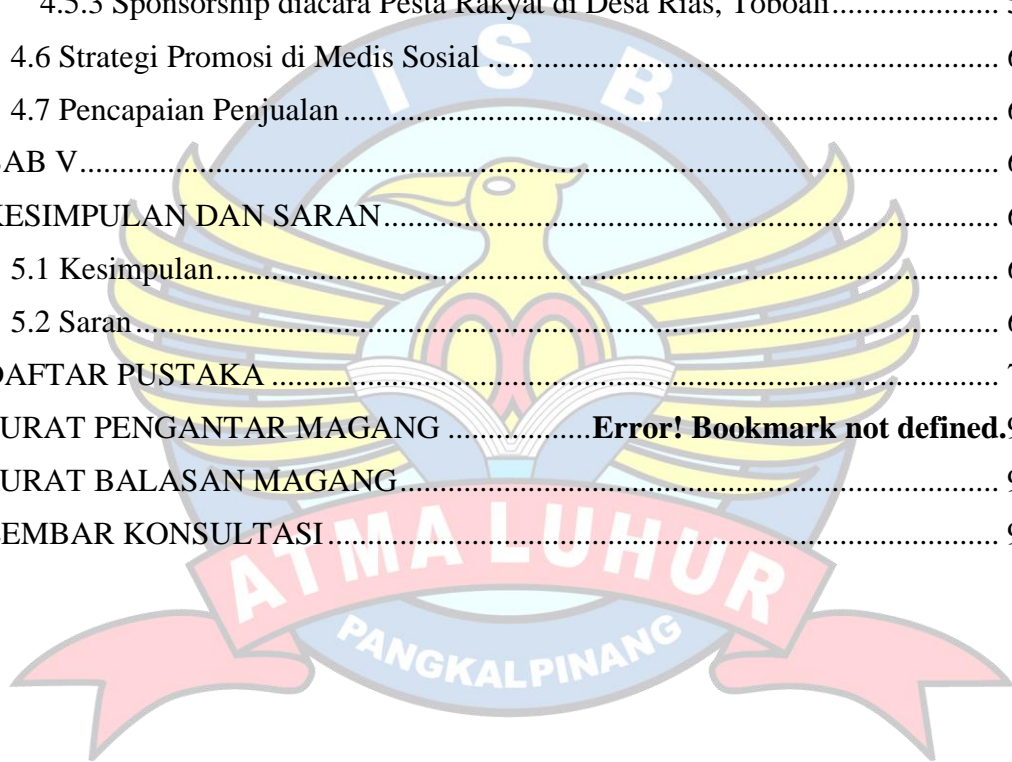
Abdul Muis



## DAFTAR ISI

LAPORAN KEGIATAN MAGANG .....	i
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KEGIATAN MAGANG.....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penulisan .....	5
1.5 Manfaat Penulisan .....	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Indosat Ooredoo Hutchison.....	7
2.2 Direct sales force .....	7
2.3 Konsep Inovasi .....	8
2.2.1 Inovasi Produk .....	9
2.2.2 Inovasi Pemasaran .....	10
2.2.3 Inovasi Kolaborasi .....	10
2.4 Penelitian terdahulu.....	11
BAB III.....	18
ORGANISASI.....	18
3.1 Indosat Ooredoo Hutchison.....	18
3.1.1 Visi dan Misi.....	21
3.2 Struktur Organisasi.....	22
3.3 <i>Direct Sales Force</i> .....	33
3.4 Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Perusahaan.....	35
BAB IV .....	37
PEMBAHASAN .....	37

4.1 Kondisi Lingkungan Magang.....	37
4.2 Analisis SWOT.....	38
4.3 Permasalahan Magang di PT. Indosat Ooredoo Hutchison (IM3) Sebagai Sales Force.....	40
4.4 Pembaruan dan Inovasi Magang sebagai Sales Force di Cabang PT Indosat Ooredoo Hutchison (IM3) .....	42
4.5 Program yang dijalankan.....	43
4.5.1 Program Ranking 1 .....	44
4.5.2 Sponsorship Tournament Game Online.....	52
4.5.3 Sponsorship diacara Pesta Rakyat di Desa Rias, Toboali.....	57
4.6 Strategi Promosi di Medis Sosial .....	60
4.7 Pencapaian Penjualan .....	64
BAB V.....	67
KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70
SURAT PENGANTAR MAGANG .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 92
SURAT BALASAN MAGANG.....	93
LEMBAR KONSULTASI.....	94



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Indosat Ooredoo Hutchison .....	18
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Indosat Bangka Belitung .....	20
Gambar 4. 1 Foto briefing pagi dikantor IM3.....	37
Gambar 4. 2 Brosur Ranking 1 untuk sekolah .....	44
Gambar 4. 3 foto bersama siswa siswi SMPN 2 Sungailiat.....	46
Gambar 4. 4 Siswa sedang menjawab pertanyaan .....	47
Gambar 4. 5 Foto pemenang Ranking 1 bersama guru dan team IM3Foto pemenang Ranking 1 bersama guru dan team IM3.....	47
Gambar 4. 6 RSE Belitung (Sulyadi) sedang mensosialisasikan game Ranking 1	48
Gambar 4. 7 Siswa sedang mengikuti perlombaan Ranking 1.....	49
Gambar 4. 8 Siswa sedang menjawab benar atau salah .....	49
Gambar 4. 9 Pembagia hadiah juara 1 .....	50
Gambar 4. 10 Foto dengan pemenang undian.....	50
Gambar 4. 11 Foto dengan pemenang doorprize .....	51
Gambar 4. 12 Foto bersama dengan siswa.....	51
Gambar 4. 13 Deal sebagai sponspor di tournament game online .....	52
Gambar 4. 14 Piala sebagai bentuk sponsor.....	53
Gambar 4. 15 Foto kegiatan turnamen.....	54
Gambar 4. 16 Panitia sedang mempersiapkan room turnamen.....	55
Gambar 4. 17 Dokumentasi player sedang bermain .....	55
Gambar 4. 18 Foto para pemain.....	56
Gambar 4. 19 Salah satu tim yang mendapatkan juara 2 .....	56
Gambar 4. 20 Foto dokumentasi saya.....	57
Gambar 4. 21 Warga yang sedang berlomba memasukan celana.....	58
Gambar 4. 22 Warga yang sedang berlomba memasukan celana .....	58
Gambar 4. 23 Pembagian doorprize dari IM3.....	59
Gambar 4. 24 Pemberian support untuk para panitia event .....	59
Gambar 4. 25 Foto bersama warga Rias .....	60
Gambar 4. 26 Brosur harga promo.....	61
Gambar 4. 227 Brosur harga promo dan free headset.....	61
Gambar 4. 28 Screenshot dari beberapa pesan pembeli di Facebook dan Whatsapp .....	62
Gambar 4. 29 Foto dengan pembeli yang memesan dari media sosial .....	63
Gambar 4. 30 Foto dengan pembeli melalui media sosial .....	64
Gambar 4. 31 Foto dengan pembeli melalui media sosial .....	64
Gambar 4. 32 Perolehan insentif oleh tim sales force.....	65
Gambar 4. 33 Data pencapaian bulan Oktober 2023 .....	65
Gambar 4. 34 Data pencapaian bulan November 2023.....	66
Gambar 4. 35 Data pencapaian bulan Desember 2023 .....	66
.....	



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Logbook Minggu ke-1 bulan Oktober.....	73
Lampiran 1.2 Surat balasan magang .....	93
Lampiran 1.3 Kartu konsultasi mahasiswa.....	94

