

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam rangka menunjang aspek pendidikan dan keahlian yang lebih profesional Insitute Sains dan Bisnis Atma Luhur telah menyediakan sarana dan prasarana tersebut hanya menunjang aspek keahlian dalam teori saja. Namun dalam dunia kerja nantinya akan dibutuhkan pengetahuan akan teori yang telah didapatkan dari bangku perkuliahan dan perkuliahan praktik dilapangan guna memberikan gambaran didunia kerja yang sebenarnya.

Magang kerja merupakan suatu bentuk kegiatan perkuliahan yang dilakukan oleh mahasiswa langsung didunia kerja. Magang kerja juga merupakan bentuk sebuah praktik bagi mahasiswa dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman kerja sebagaimana mestinya, yang mana nantinya dapat digunakan dalam pengembangan profesi.

Sebagai mahasiswa yang ingin mendalami dunia kerja, pilihan saya untuk menjalani magang di PT. Indosat tidak terlepas dari keinginan untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang kami peroleh di bangku kuliah kedalam konteks nyata industri telekomunikasi. Industri telekomunikasi, yang terus berkembang dan berinovasi menawarkan tantangan dan peluang yang luar biasa.

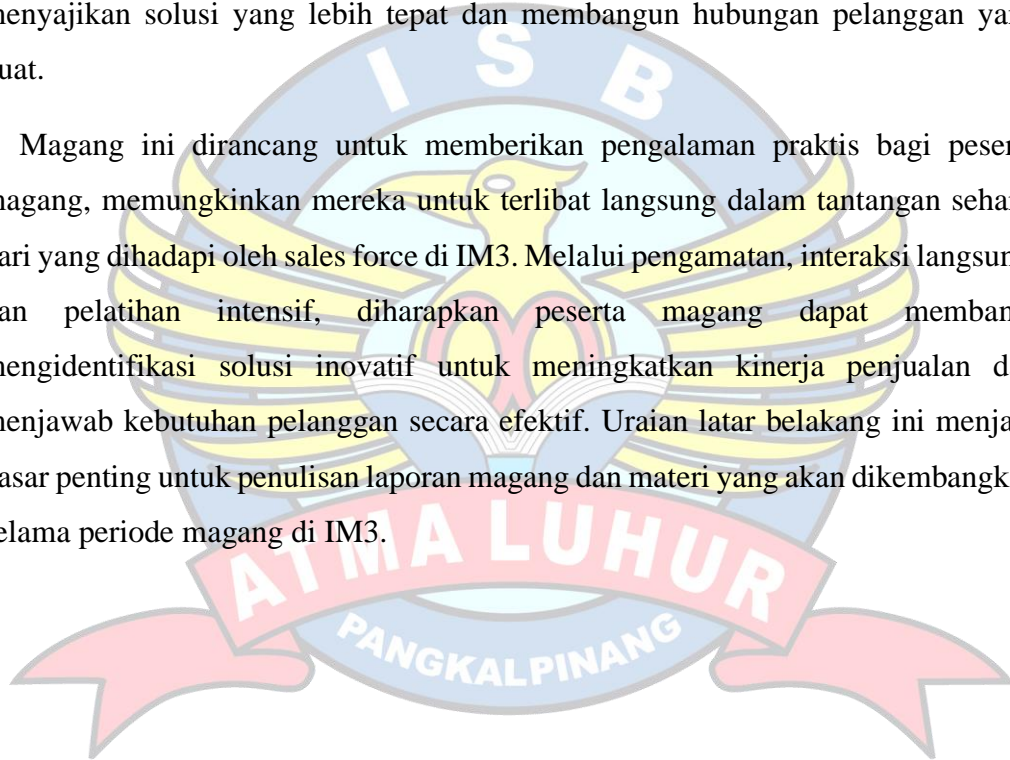
Magang di PT. Indosat Ooredoo sebagai sales force memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika industri telekomunikasi, khususnya dalam konteks penjualan produk dan layanan IM3. Saat ini, perusahaan telekomunikasi menghadapi tantangan besar dalam menjaga dan meningkatkan pangsa pasar di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, masuknya teknologi baru dan perubahan perilaku pelanggan menuntut *sales force* untuk terus beradaptasi dan menyajikan solusi yang inovatif.

Masalah utama yang dihadapi *sales force* di IM3 adalah tingginya persaingan pasar telekomunikasi. Pelanggan memiliki beragam pilihan operator, dan loyalitas pelanggan cenderung berkurang. Selain itu, perubahan regulasi dan teknologi yang

cepat memerlukan adaptasi yang cepat dari *sales force*. Kendala dalam manajemen waktu dan tekanan kinerja juga menjadi fokus, mengingat target penjualan yang ambisius dan tuntutan pelanggan yang semakin kompleks.

Adapun untuk mengatasi masalah ini adalah meningkatkan keterampilan dan pengetahuan *sales force*. Pelatihan yang terarah pada strategi penjualan yang efektif, manajemen waktu yang baik, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi dapat memberikan landasan yang kuat. Selain itu, memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi pelanggan akan memungkinkan *sales force* untuk menyajikan solusi yang lebih tepat dan membangun hubungan pelanggan yang kuat.

Magang ini dirancang untuk memberikan pengalaman praktis bagi peserta magang, memungkinkan mereka untuk terlibat langsung dalam tantangan sehari-hari yang dihadapi oleh sales force di IM3. Melalui pengamatan, interaksi langsung, dan pelatihan intensif, diharapkan peserta magang dapat membantu mengidentifikasi solusi inovatif untuk meningkatkan kinerja penjualan dan menjawab kebutuhan pelanggan secara efektif. Uraian latar belakang ini menjadi dasar penting untuk penulisan laporan magang dan materi yang akan dikembangkan selama periode magang di IM3.



## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran di IM3 diterapkan untuk meningkatkan penetrasi pasar dan menjaga kepuasan pelanggan?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam mengenalkan dan memasarkan produk atau layanan telekomunikasi ditengah persaingan yang ketat?
3. Sejauh mana penggunaan teknologi dan media sosial di integrasikan dalam strategi pemasaran untuk mencapai target audiens yang lebih luas?
4. Bagaimana manajemen hubungan pelanggan (CRM) di IM3 mendukung upaya pemasaran dalam membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan?
5. Apakah terdapat inisiatif khusus yang diambil dari departemen pemasaran untuk mempromosikan layanan atau produk baru, dan bagaimana hasilnya?

## 1.3 Batasan Masalah

### 1. Tantangan Persaingan Pasar

Tantangan tersebut melibatkan tekanan untuk memenangkan dan mempertahankan pelanggan dalam industri telekomunikasi yang sangat kompetitif. Mereka perlu mengembangkan strategi inovatif, memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, dan dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar untuk tetap bersaing.

### 2. Tantangan Teknologi

Tantangan persaingan pasar bagi *sales force* melibatkan tekanan untuk memenangkan dan mempertahankan pelanggan dalam industri telekomunikasi yang sangat kompetitif. Mereka perlu mengembangkan strategi inovatif, memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, dan dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar untuk tetap bersaing.

### 3. Kesulitan Mencapai Target Penjualan

Mencapai target penjualan merupakan kendala utama bagi *sales force*. Mereka perlu memiliki keterampilan negosiasi yang kuat, pemahaman mendalam terhadap produk, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar untuk berhasil menutup kesepakatan.

#### 4. Perubahan Kebijakan atau Prosedur Perusahaan:

Perubahan kebijakan atau prosedur perusahaan merupakan salah satu tantangan bagi *sales force*. Mereka perlu cepat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut untuk tetap efektif dalam menjalankan tugas penjualan.

#### 5. Kendala dalam Manajemen Waktu dan Tekanan Kinerja:

Kendala dalam manajemen waktu dan tekanan kinerja menjadi tantangan bagi saya. Disini dituntut harus efisien mengelola waktu untuk menyelesaikan tugas-tugas penjualan dan menanggapi tekanan kinerja yang tinggi.

Batasan masalah ini bertujuan untuk memberikan fokus yang jelas pada sejumlah tantangan kritis yang dihadapi oleh *sales force* di IM3. Pembatasan ini memungkinkan penelitian dan analisis yang mendalam terhadap aspek-aspek kunci yang memengaruhi kinerja dan pengalaman *sales force*.

### 1.4 Tujuan Penulisan

Laporan ini ditulis dengan beberapa tujuan utama:

#### 1. Mendokumentasikan Pengalaman Magang:

Memberikan gambaran lengkap tentang pengalaman sebagai *sales force*/marketing di PT. Indosat selama periode magang, termasuk tugas, tantangan, dan pencapaian yang dicapai.

#### 2. Menganalisis Tantangan *Sales Force*:

Menyelidiki dengan lebih mendalam tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh *sales force* di IM3, termasuk reaksi pelanggan terhadap produk baru, kendala penetrasi pasar, dan perubahan kebijakan perusahaan.

#### 3. Menjelaskan Strategi Pemasaran:

Merinci strategi pemasaran penjualan yang diterapkan oleh IM3, dengan fokus pada lingkungan geografis tertentu, dan mengevaluasi efektivitas strategi tersebut.

4. Menggambarkan Kontribusi dan Pencapaian:

Menyoroti kontribusi pribadi dalam mencapai target penjualan/marketing, mengidentifikasi pencapaian tertentu, dan memberikan evaluasi terhadap kinerja selama periode magang.

### 1.5 Manfaat Penulisan

1. Pemahaman Mendalam:

Memberikan pemahaman mendalam tentang praktik penjualan/marketing dalam konteks industri telekomunikasi.

2. Pertumbuhan Profesional:

Menyumbangkan pada pertumbuhan profesional melalui pembelajaran dari tantangan dan pengalaman dalam dunia penjualan produk dan layanan.

3. Kontribusi ke Perusahaan:

Memberikan gambaran kontribusi terhadap upaya penjualan dan strategi pemasaran perusahaan, dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar dan kepuasan pelanggan.

4. Dokumentasi Pengalaman:

Membuat catatan dokumenter yang berguna untuk refleksi pribadi dan sebagai referensi bagi mereka yang tertarik pada pengalaman magang di PT. Indosat.

5. Peningkatan Keterampilan:

Melalui evaluasi kinerja, laporan ini dapat memberikan wawasan yang membantu dalam pengembangan keterampilan penjualan, pemasaran, dan manajemen waktu. Dengan mencapai tujuan dan manfaat ini, diharapkan laporan ini dapat memberikan kontribusi positif baik pada pengembangan pribadi maupun pada konteks kerja di PT. Indosat.