

ABSTRAKSI

Penentuan strategi pemasaran merupakan sebuah proses yang sangat menentukan kemajuan suatu perusahaan. Sebuah perusahaan akan menjadi maju dan tetap eksis dalam persaingan merebut pelanggan apabila perusahaan tersebut mampu melakukan proses pemasaran terhadap produk yang dimilikinya dengan baik. Untuk mengelola upaya pemasaran secara efektif, perusahaan harus menguasai pengukuran permintaan pada saat ini serta meramalkan jumlah pelanggan masa depan. Dalam penentuan strategi pemasaran diperlukan data-data dan informasi yang akurat mengenai kondisi wilayah pasar dan bauran pemasarannya. Selain itu perlu juga alat bantu yang efektif untuk mengolah data-data tersebut sehingga dihasilkan suatu sistem informasi yang dapat membantu meramalkan jumlah pelanggan.

Maka untuk memenuhi tuntutan itu diperlukan sebuah sistem informasi pemasaran yang berbasis pada sistem informasi geografis. Sistem Informasi Geografis atau biasa disebut GIS (Geographic Information System) merupakan tool yang dapat mengumpulkan, menyimpan, mengintegrasikan, mengolah, dan menganalisis objek-objek dan fenomena dimana lokasi geografi merupakan karakteristik yang penting atau kritis untuk dianalisis. Selain itu GIS bisa memberikan suatu output data atribut yang terintegrasi dengan peta serta memberikan informasi visual dalam bentuk peta tematik sehingga kondisi peramalan pertumbuhan pelanggan suatu wilayah atau daerah bisa disajikan dalam bentuk visualisasi peta tematik sehingga hal ini bisa mempermudah user dalam memahami informasi yang disampaikan.

Agar dapat meramalkan jumlah pelanggan masa depan perlu dilakukan pengukuran peramalan pelanggan menggunakan analisis time series dengan metode *Semi Average* dan *Least Square*. Sedangkan untuk analisis regresi menggunakan metode *Regresi Sederhana*. Untuk menghitung peramalan menggunakan analisis time series digunakan data jumlah pelanggan masa lalu, sedangkan untuk menghitung peramalan menggunakan analisis regresi digunakan data pertumbuhan pelanggan eksisting yang tergantung pada variabel bebas diantaranya : (1) biaya iklan, (2) biaya publikasi, (3) biaya public relation, dan (4) jumlah dealer. Dari setiap metode peramalan tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan sehingga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Secara garis besar, proses yang terjadi dalam sistem ini adalah: (1) Proses persiapan data, (2) Proses perhitungan peramalan pelanggan, dan (3) Proses output hasil peramalan yang meliputi visualisasi peta tematik, grafik dan tabel data tingkat pertumbuhan pelanggan

Sistem informasi ini dapat memberikan informasi bauran promosi dan distribusi, kondisi wilayah, serta dapat digunakan untuk menghitung peramalan pelanggan pada tiap cabang pemasaran Indosat Jawa Barat. Output informasi dan hasil peramalan tersebut dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam penentuan strategi pemasaran Indosat Jawa Barat. Namun demikian, tingkat keakuratan hasil yang didapat dari sistem ini sangat berkaitan erat dengan data-data atribut yang diinputkan, sehingga untuk mendapatkan hasil yang akurat, diperlukan data-data atribut yang akurat juga.