

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (" TELKOM ") merupakan penyedia layanan jaringan serta telekomunikasi terbesar di Indonesia. TELKOM menyediakan layanan InfoComm secara langsung ataupun melalui anak industri, layanan kabel tetap serta tidak bergerak nirkabel, seluler, informasi serta Internet, dan jaringan serta interkoneksi. Awal mulanya merupakan industri swasta yang menyediakan layanan pos serta telegrap dengan nama "JAWATAN".

Pada tahun 1961 status dinas diganti menjadi PN Postel, PN Postel dipecah menjadi PN Pos& Giro serta PN Telekomunikasi. Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diganti menjadi industri telekomunikasi publik (Perumtel) yang menyediakan jasa telekomunikasi dalam negeri serta internasional 14 November 1995, PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan nama industri telekomunikasi terbesar di Indonesia.

1.1.1 Profil Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk.



Gambar 1. 1 Logo PT. Telkom Indonesia,Tbk

Sumber : <https://www.telkom.co.id/>

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) ialah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa teknologi informasi serta komunikasi (TIK) serta jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham utama Telkom

merupakan pemerintah Republik Indonesia sebesar 52, 09%, serta sisanya 47, 91% dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan simbol " TLKM" serta di Bursa Efek New York (NYSE) dengan simbol" TLK".

Dalam rangka bertransformasi menjadi industri telekomunikasi digital, TelkomGroup menjalankan strategi bisnis serta operasional industri yang berorientasi pada pelanggan. Transformasi ini akan menjadikan organisasi TelkomGroup lebih ramping(lean) serta sanggup menyesuaikan diri secara fleksibel dengan industri telekomunikasi yang berubah dengan cepat. Organisasi baru ini juga diharapkan bisa menaikkan efisiensi serta efisiensi dalam menghasilkan pengalaman pelanggan yang bermutu.

Aktivitas usaha TelkomGroup sudah berkembang dan berganti bersamaan dengan pertumbuhan teknologi, informasi dan digitalisasi, tetapi masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Perihal tersebut tampak pada kawasan bisnis yang terus tumbuh memenuhi peninggalan budaya yang ada. Mulai saat ini Telkom hendak membagi bisnisnya menjadi 3 zona bisnis digital:

1. **Digital Connectivity:** Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite
2. **Digital Platform:** Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity
3. **Digital Services:** Enterprise, Consumer

1.1.2 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago

Berikut ini adalah susunan organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago yang beralamat di Jl. Sadang Serang, Sekeloa, Kecamatan Coblong, Kota Bandung tahun 2021:



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago

1.1.3 Tujuan, Visi Dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk.

Berikut adalah Tujuan, Visi dan Misi dari PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk.

a. Tujuan

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

b. Visi

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat

c. Misi

1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

1.1.4 Bidang Usaha

PT. Telkom ialah industri yang bergerak di bidang telekomunikasi, tetapi PT. Telkom tidak hanya di bidang telekomunikasi, namun juga mempunyai bidang usaha yang lebih baik serta lebih luas. Berikut merupakan ruang lingkup bisnis PT. Telkom Indonesia.

1. Telecommunication

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis heritage PT. Telkom. Selaku ikon bisnis industri, PT. Telkom melayani telepon kabel tidak bergerak Plan Normal Telepon Administration(POTS), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi information, satelit, broadband, penyewaan jaringan serta interkoneksi, dan telepon seluler yang dilayani oleh anak industri yakni Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom sudah menjangkau bermacam- macam segmen pasar, mulai dari pelanggan individu sampai Usaha Kecil Menengah(UKM) serta korporasi.

2. Information

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dibesarkan Telkom dalam ranah New Economy Business(NEB). Layanan ini mempunyai ciri selaku layanan terintegrasi untuk kemudahan compositions kerja serta transaksi yang mencakup Worth Added Administration(VAS) serta Oversight Application/ IT Reevaluating(ITO), e- Installment serta IT empowering agent Administration(ITeS).

3. Media

Media merupakan salah satu model bisnis PT. Telkom yang dibesarkan selaku bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan Free To Air(FTA) serta Pay Televisi untuk gaya hidup digital yang modern.

4. Edutainment

Edutainment sebagai salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB PT. Telkom dengan menargetkan segmen pasar remaja serta anak muda. PT. Telkom menawarkan bermacam- macam layanan yang cocok dengan segmennya antara lain Ring Back Tone(RBT), SMS Content, entrance dan lain- lain.

5. Services

Services merupakan salah satu bisnis PT. Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Hal ini sejalan dengan Customer Porfolio Telkom kepada pelanggan Personal, Consumer/ Home, Enterprise, Wholesale, serta Internasional.

1.1.5 IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk.



Gambar 1. 3 Logo IndiHome

Sumber : <https://indihome.co.id/>

Indonesia Digital Home (disingkat IndiHome) merupakan salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi dan informasi semacam telepon rumah (voice), internet (Internet on Fiber maupun High Speed Internet), dan layanan televisi interaktif (USee Tv Cable, IP Tv). Karena penawaran inilah Telkom membagi label IndiHome menjadi 3 layanan dalam satu paket (3in-1) karena tidak hanya internet, pelanggan dapat mendapatkan siaran TV berbayar dan saluran telepon.

Paket IndiHome dilengkapi dengan konten semacam layanan portal musik digital dan Home Automation. Sejak diluncurkannya IndiHome, pelanggan yang berlangganan paket internet Speedy satu- per- satu dimohon untuk beralih menggunakan IndiHome, karena layanan dagang Speedy akan mulai diberhentikan pada tahun 2015.

IndiHome resmi diluncurkan pada tahun 2015. IndiHome pula merupakan salah satu program dari proyek utama Telkom, Indonesia Digital Network 2015. Dalam penyelenggaraannya, Telkom menggandeng sebagian pengembang teknologi telekomunikasi buat membangun rumah berkonsep digital.

Untuk infrastruktur yang masih menggunakan Multi Service Access Node (MSAN), IndiHome menawarkan paket kecepatan sampai dengan 5 Mbps. IndiHome pada MSAN diposisikan untuk mendukung posisi market leadership dari IndiHome Fiber. Kebalikannya yang mengenakan infrastruktur copper wire, optimal pada kecepatan sampai dengan 2 Mbps, akan terus dikurangi.

My IndiHome merupakan Aplikasi yang memberikan layanan, mulai dari pengecekan ketersediaan jaringan fiber optic untuk IndiHome dan memudahkan konsumen dalam berhubungan dengan IndiHome yang dimana memiliki fitur dalam melakukan registrasi nomer produk IndiHome, aktivasi On The Top (OTT) Tv, registrasi fitur bonus, memberikan penyelesaian tentang hambatan IndiHome, cek tagihan, cek point reward, dan layanan menarik yang lain. Wifi. id seamless yakni layanan yang diberikan kepada pelanggan IndiHome, biar tetap bisa terkoneksi dengan mudah dan murah melalui akses internet wifi kilat ke jaringan@wifi. id di seluruh Indonesia secara otomatis (seamless)(indihome. co. id, 2015).

1.1.5.1 Produk Layanan IndiHome

Pada dasarnya IndiHome adalah layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Internet on Fiber ataupun High Speed Internet, Phone (Telepon Rumah), serta IPTV (UseTV Cable). Layanan tripleplay IndiHome memakai infrastruktur Fibe To The Home (FTTH) diucap dengan IndiHome Fiber.

1. Internet Fiber (Internet Cepat)

Internet telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam melakukan kehidupan sehari-hari. Disaat ini, hampir sebagian orang telah bergantung dengan konsumsi internet. Sebagaimana diketahui jika internet memberikan banyak kemudahan

kepada para penggunanya buat dapat menyelesaikan segala pekerjaan jadi lebih cepat. Dikala ini, internet telah sukses mencuri perhatian dari segala kalangan. Terlebih tidak sedikit para orang tua yang ikut memakai internet secara optimal.

Oleh karena itu IndiHome menghadirkan Internet Fiber untuk membantu mendapatkan koneksi internet yang wajar dan dilengkapi dengan kualitas terbaik. Dengan adanya Internet Fiber, segala urusan akan terselesaikan dengan lebih cepat. Dengan berbagai keunggulan antara lain ialah:

a. Cepat

Internet Fiber dilengkapi dengan jaringan fiber optic memiliki tingkatan kecepatan yang besar yaitu mampu mentransfer data hingga 100 Mbps. Mengenai ini tentu jauh lebih cepat dibandingkan dengan jaringan kabel koaksial maupun kabel tembaga.

b. Stabil

Sebagai provider internet terbaik, Internet Fiber melalui jaringan fiber optik memiliki kualitas jauh lebih baik apabila dibandingkan dengan jaringan kabel koaksial maupun kabel tembaga pada disaat dicoba akses internet secara bertepatan.

c. Andal

Internet Fiber dilengkapi dengan Kabel fiber optik yang lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun semacam serbuan petir dan hambatan elektromagnetik dibandingkan dengan kabel koaksial maupun kabel tembaga.

d. Canggih

Tidak hanya itu, terlebih teknologi fiber optik yang dimiliki oleh Internet Fiber yakni teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan fixed broadband.

Berikut adalah pilihan paket dari layanan internet yang ditawarkan oleh IndiHome:

Tabel 1. 1 Pilihan Kecepatan Paket Internet IndiHome

| Kecepatan | Rekomendasi Jumlah Perangkat |
|------------------|-------------------------------------|
| 10 Mbps | 1 - 3 Perangkat |
| 20 Mbps | 3 – 5 Perangkat |
| 30 Mbps | 5 – 7 Perangkat |
| 40 Mbps | 7 – 10 Perangkat |
| 50 Mbps | 10 – 12 Perangkat |
| 100 Mbps | 12 – 18 Perangkat |
| 200 Mbps | 18 – 25 Perangkat |
| 300 Mbps | 25 – 30 Perangkat |

Sumber : <https://indihome.co.id/>

2. Telepon Rumah

Pada saat ini, sebagian orang sudah tidak lagi mengenakan Telepon Rumah. Ditambah lagi pada masa modern seperti saat ini, telah muncul berbagai smartphome yang dapat mengambil alih peran Telepon Rumah. Meski demikian, hingga disaat ini masih tetap ada keluarga yang mengenakan Telepon Rumah.

Tanpa disadari, sebenarnya konsumsi Telepon Rumah akan memudahkan dalam urusan perbankan. Karena jika memiliki suatu masalah peminjaman, nasabah harus memberikan data alamat dan biodata yang jelas. Mengenai ini tentu akan membuat pihak bank yakin saat akan mengajukan pinjaman maupun kartu kredit ke pihak bank. Ini menggambarkan salah satu contoh dari berbagai makna yang didapatkan melalui konsumsi telepon.

Tidak hanya itu, Telepon Rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan bayaran yang murah dan dilengkapi dengan kualitas suara yang jernih. Untuk yang akan memulai berlangganan dengan Paket IndiHome Fiber, konsumen akan

mendapatkan bebas telepon 1000 menit maupun yang setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan untuk lokal maupun interlokal secara leluasa. Dengan begitu, bayaran pengeluaran Telepon Rumah akan menjadi lebih murah. Berikut merupakan bayaran telepon lokal yang ditawarkan oleh IndiHome dengan paket sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Paket Telepon IndiHome

Sumber : <https://indihome.co.id/>

Tabel 1. 2 Biaya Telepon Lokal IndiHome

| Jarak | Pukul | Durasi per Pulsa | Harga per Pulsa |
|-------------|---------------|------------------|-----------------|
| 0 s.d 20 km | 00.00 – 06.00 | 3 Menit | Rp250 |
| | 06.00 – 18.00 | 2 Menit | Rp300 |
| | 18.00 – 24.00 | 3 Menit | Rp250 |
| > 20 km | 00.00 – 06.00 | 2 Menit | Rp250 |
| | 06.00 – 18.00 | 1,5 Menit | Rp300 |
| | 18.00 – 06.00 | 2 Menit | Rp250 |

Sumber : <https://indihome.co.id/>

3. TV Interaktif (IndiHome TV)

Pada dasarnya IndiHome TV yakni layanan TV Interaktif dini di Indonesia. Dengan keuntungan dapat melihat aktivitas TV kesukaan, film seru dan berita terkini dengan memberikan banyak opsi channel yang bermutu. Tidak hanya memberikan siaran yang bermutu IndiHome TV juga menghadirkan berbagai berbagai fitur yang tidak dimiliki penyedia layanan yang lain. Berikut fitur– fitur yang dimiliki IndiHome TV:

a. Playback, Pause, and Rewind

Fitur ini bisa digunakan buat memutar serta menyaksikan kembali siaran kesukaan sampai 7 hari ke belakang. Tidak hanya itu, pula dapat memakai fitur Pause and Rewind pada siaran yang lagi ditonton.

b. Televisi Storage

Fitur ini bisa digunakan buat menaruh rekaman siaran kesukaan. Pada fitur ini, penyimpanan rekaman siaran film kesukaan mempunyai durasi setara kurang lebih 600 menit buat mutu SD serta 240 menit buat HD. Tidak hanya itu, pula bisa menikmati kapasitas penyimpanan baru dengan Upgrade Storage IndiHome sampai 10 GB.

c. Televisi on Demand

Televisi on Demand mempunyai guna buat menayangkan ulang acara- acara live Televisi tertentu dengan rentang waktu 7 hari ke balik. Jadi tidak butuh bimbang kala tidak bisa menyaksikan kegiatan live Televisi sebab tingkatan banyak aktivitas yang besar.

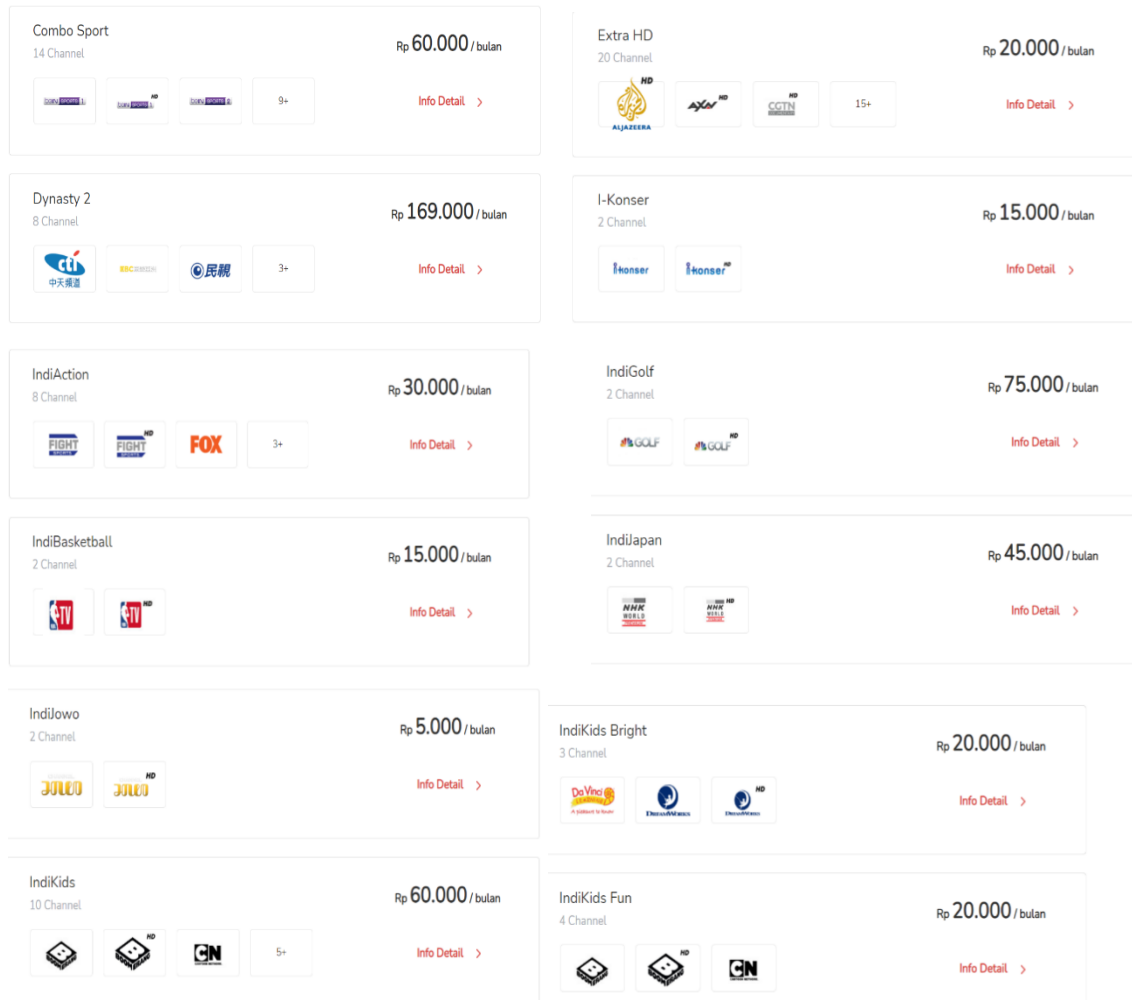
d. Video on Demand

Terdapatnya fitur Video on Demand yang didatangkan oleh IndiHome Televisi membuat pelanggan bisa mengendalikan ataupun memilah sendiri program video yang mau ditonton. Untuk yang mempunyai bermacam program video kesukaan, jadi tidak butuh bimbang lagi buat memilihnya.

e. Karaoke

Karaoke jadi salah satu metode jitu buat melenyapkan rasa penat di otak. Tingkatan banyak aktivitas yang terus menjadi besar pasti hendak membuat susah buat melaksanakan aktivitas seru yang mengasyikkan. Oleh sebab itu, Karaoke bisa dijadikan selaku pemecahan terbaik buat melenyapkan rasa penat.

Berikut adalah beberapa pilihan minipack channel TV yang ditawarkan IndiHome:



Gambar 1. 5 Pilihan Channel TV IndiHome

Sumber : <https://indihome.co.id/>

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada saat sekarang ini, teknologi telah bukan perihal asing dan sangat erat dalam kehidupan tiap harinya. Yang diartikan teknologi merupakan tata cara ilmiah untuk menggapai tujuan secara instan, ilmu pengetahuan terapan ataupun bisa pula diterjemahkan sebagai totalitas fasilitas untuk menyediakan benda yang dibutuhkan untuk

kelangsungan hidup manusia. Pertumbuhan teknologi data serta telekomunikasi pada dikala ini terus menjadi kemajuan dalam kebutuhan berbicara antar orang bermacam lapisan– lapisan masyarakat.

Dengan pertumbuhan dikala ini, internet telah menjadi kebutuhan pokok untuk masyarakat luas yang tidak dapat ditinggalkan. Internet saat ini bukan lagi benda elegan serta telah sangat mudah didapat serta diakses. Maka dari itu, IndiHome menawarkan sebagian ragam paket yang terbaik dengan harga yang terjangkau dengan memakai 100% jaringan Fiber maksudnya memakai kabel jaringan fiber optic serta dipasang langsung kerumah, dari variasi paket triple play yang terdiri dari internet dengan kecepatan akses besar, telepon rumah, serta interaktif Televisi serta paket dual play dilengkapi dengan layanan free telpon lokal serta interlokal sampai 1. 000 menit jadi pelanggan tinggal memilah paket yang cocok dengan kemauan.

IndiHome ialah salah satu provider terbaik di Indonesia. Tiap tahunnya IndiHome mempunyai reaksi pelanggan yang besar, tetapi ditengah pertumbuhan dikala ini banyak industri dari kompetitor lain yang menghasilkan produk provider terkini selaku pesaing di bidang bisnis. Pertumbuhan dunia bisnis yang terus menjadi kompetitif, persaingan bersifat global juga pula terus menjadi bertambah. Tiap industri wajib menghasilkan strategi untuk bisa memenangkan persaingan. Perihal ini menjadi tantangan bagi PT. Telkom Indonesia STO Dago untuk memilah strategi pemasaran yang pas sehingga sanggup menaikkan segmentasi pasar, mempertahankan pelanggan IndiHome serta sanggup memenangkan persaingan di bisnis layanan multi service.

Pengertian minat beli menurut Kotler dan Keller(2009: 15),“ Minat beli ialah perilaku yang timbul selaku reaksi terhadap objek yang menampilkan kemauan konsumen untuk melaksanakan pembelian”. Salah satu upaya yang dicoba PT. Telkom Indonesia STO Dago dalam menaikkan minat beli konsumen untuk produk IndiHome yakni dengan melaksanakan aktivitas pemasaran secara langsung ataupun Direct Marketing yaitu melalui Face to Face Selling, Catalog Marketing serta The On- Line Customer.

PT. Telkom Indonesia STO Dago dalam memasarkan produk serta jasa nya memakai aktivitas pemasaran untuk menganalisis, merancang, mengawasi kegiatan-kegiatan terhadap progam- progam yang sudah direncanakan dan dilaksanakan. Untuk

terus mempertahankan pelanggan yang sudah terdapat serta meningkatkan pasar, PT. Telkom Indonesia STO Dago mengadakan penilaian terhadap elemen aktivitas promosi yang tidak hanya berperan selaku alat komunikasi saja antara pihak PT. Telkom Indonesia STO Dago dengan konsumen, tetapi selaku alat untuk mempengaruhi konsumen dalam aktivitas pembelian ataupun pemakaian jasa sesuai dengan kemauan serta kebutuhannya.

Suasana persaingan yang dialami oleh PT. Telkom Indonesia STO Dago cukup ketat terutama persaingan dengan kompetitor yang lain dari segi harga jual, layanan tambahan yang disediakan, opsi channel, dan aktivitas pemasaran yang cukup besar intensitasnya. Menghadapi suasana yang demikian, kasus yang dialami PT. Telkom Indonesia STO Dago merupakan strategi pemasaran agar lebih terkoordinasi secara baik untuk lebih dapat mempertahankan pengguna IndiHome di masyarakat serta menaikkan pengembangan pasar. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Strategi *Direct Marketing* Dalam Rangka Merangsang Minat Penggunaan Produk IndiHome”** pada studi kasus **PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021**

Berikut data pesaing IndiHome dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Yang ada di Kota Bandung.

Tabel 1. 3 Data Pesaing IndiHome di Kota Bandung

| No. | Data Kompetitor IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. |
|-----|--|
| 1. | Megavision (PT Cemerlang Multimedia) Alamat : Jl. Karang Layung No.27 Sukajadi Bandung Jl. AH. Nasution Blok A5 No.10 Cipadung Bandung Call Center <u>(022) 86017999</u> |
| 2. | Firstmedia (PT First Media Tbk.) Alamat : |

| | |
|----|---|
| | Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 35-36 Bandung 40275 Jln Gatot Subroto No. 236 Call Center (021)2559 6688 |
| 3. | MNC Play (PT. MNC Kabel Mediacom) Alamat : Jalan Soekarno Hatta No 538, Kecamatan Buah Batu, Kelurahan Sekejati, Bandung Call Center 1500 121 |
| 4. | CBN (PT Cyberindo Aditama) Alamat : Ruko Paskal Hyper Square Blok no 25 D 12, Jl. HOS Tjokroaminoto No.25- 27, Kb. Jeruk, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181 Call Center 1500 780 |
| 5. | Biznet (PT. Supra Primatama Nusantara) Alamat : Jl. Asia Afrika No. 129 Kota Bandung Call Center 1500 933 |

Sumber : Data Analisis Penulis,2021

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi *telemarketing* dalam *Direct Marketing* produk IndiHome yang dilakukan pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021?

2. Bagaimana strategi *direct respon media* dalam *Direct Marketing* produk IndiHome yang dilakukan pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021 ?
3. Bagaimana strategi katalog dalam *Direct Marketing* produk IndiHome yang dilakukan pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021?
4. Bagaimana strategi *internet* dalam *Direct Marketing* produk IndiHome yang dilakukan pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021?
5. Bagaimana minat konsumen untuk menggunakan produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami penerapan strategi *telemarketing* dalam *Direct Marketing* produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021.
2. Untuk mengetahui dan memahami penerapan strategi *direct respon media* dalam *Direct Marketing* produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021.
3. Untuk mengetahui dan memahami penerapan strategi katalog dalam *Direct Marketing* produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021.
4. Untuk mengetahui dan memahami penerapan strategi *internet* dalam *Direct Marketing* produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021.
5. Untuk mengetahui dan memahami minat konsumen untuk menggunakan produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat menjadi acuan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan direct marketing dalam usaha untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Pembaca Lainnya

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan penambah informasi dan pedoman bagi penelitian selanjutnya, sehingga bisa dijadikan perbandingan di masa yang akan datang dan bisa menambah pengetahuan dan wawasan mengenai penerapan direct marketing.

1.6 Batasan Penelitian

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. Hal ini dilakukan agar pembahasannya tidak terlalu luas kepada aspek-aspek yang jauh dari relevansi sehingga penelitian itu bisa lebih fokus untuk dilakukan. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Direct Marketing dan Minat Penggunaan Produk
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pelanggan STO Dago
3. Jangka waktu penelitian adalah dari bulan Januari - Juli

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian teoritik mengenai tinjauan pustaka bagi teori-teori yang mendasari, relevan dan terkait dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.