

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

Pemasaran adalah sebuah fungsi dari organisasi dimana suatu rangkaian proses penciptaan, melakukan komunikasi, menyampaikan nilai bagi konsumen serta bagaimana mengelola hubungan antara konsumen dengan perusahaan agar dapat memberikan manfaat kepada konsumen [4]. Dalam melakukan pemasaran setiap perusahaan memiliki strategi yang bermacam-macam, pemasaran atau dalam bahasa Inggris *marketing* adalah sebuah bentuk penawaran oleh individu atau kelompok yang melakukan iklan dan menawarkan produk berupa layanan atau jasa. Dalam melakukan penawaran kepada pelanggan, pemasar harus mengetahui dan menguasai produk-produk perusahaan baik layanan atau jasa yang akan ditawarkan. Beberapa produk digital yang ada di Telkom Indonesia yaitu *High Speed Internet*, VPN IP, *Metro ethernet*, *Voice*, beragam CPE atau *customer premise equipment*, dan layanan digital lainnya [5].

PT. Telkom Indonesia yang bergerak dibidang Telekomunikasi. berbagai macam produk usaha baik berupa layanan dan jasa, hal ini tentunya membuat Telkom Indonesia memiliki tenaga *marketing* yang handal dan tanggap adalah sebuah keharusan. Dalam melakukan pemasaran, tenaga *marketing* baiknya memiliki pengetahuan umum mengenai calon *customer* yang akan dilakukan penawaran, misalnya sifat calon pelanggan, memahami apa saja kebutuhan pelanggan, serta bagaimana membangun hubungan yang baik dengan pelanggan adalah hal yang harus dimiliki tiap tenaga pemasar [6].

B. Unit Business Government and Enterprise Service

PT Telkom Indonesia melalui Witel Pekalongan memiliki unit *business government enterprise service* (BGES) dimana unit ini memiliki wilayah kerja untuk menghubungkan dan menawarkan layanan serta jasa PT Telkom Indonesia dengan calon pelanggan seperti sekolah, layanan fasilitas kesehatan, instansi pemerintah daerah, dan lain-lain. *Business* sendiri mencakup usaha kecil menengah (UKM), perusahaan swasta, dan bisnis yang dijalankan perorangan. Bidang *Government* yaitu instansi pemerintah daerah seperti dinas

pendidikan, dinas pariwisata, dan dinas terkait dan terakhir adalah *Enterprise* yaitu mencakup perusahaan-perusahaan skala nasional atau korporasi dimana ketiga segmen tersebut adalah sasaran dan target pasar dari unit BGES untuk melakukan penawaran dan mengenalkan produk dan layanan yang ada di Telkom Indonesia serta dengan mendengarkan sekiranya produk, jasa atau layanan seperti apa yang diinginkan oleh para pelanggan untuk dapat dilakukan kerjasama jika dari pihak pelanggan memiliki permintaan yang mungkin dapat ditawarkan dan dicarikan solusinya oleh Telkom Indonesia, karena Telkom Indonesia sendiri tidak hanya bergerak dibidang telekomunikasi saja melainkan juga merambah ke berbagai produk dan layanan baik melalui entitas anak perusahaan atau melalui rekanan yang bekerjasama dengan Telkom Indonesia, sebagai contoh pada bidang *Internet of Things* melalui Telkom IoT dengan *platform antares*, sehingga memungkinkan Telkom Indonesia mengatasi dan memberikan solusi terhadap permasalahan-permasalahan akan layanan *internet of things* pada calon pelanggan [7].

C. Contoh Layanan Yang Ditawarkan Telkom Indonesia

Sejatinya kebutuhan akan layanan yang dapat ditawarkan di kabupaten brebes dan pemalang sangat bervariasi dan beragam, salah satu contohnya yaitu untuk layanan sekolah ada *pijarsekolah*, dimana layanan ini adalah sebuah *platform* pembelajaran digital kepada siswa yang berisikan modul belajar, video pembelajaran, dan ribuan konten digital untuk mendukung digitalisasi di sekolah [8]. Selanjutnya produk layanan Telkom yang ditawarkan oleh Telkom Witel Pekalongan kepada usaha mikro kecil menengah yaitu *mysooltan*. Layanan digital ini ditawarkan oleh Telkom Indonesia dalam rangka mendukung digitalisasi UMKM di Indonesia, dimana salah satu layanannya adalah *sooltanpay*. *Sooltanpay* sendiri adalah aplikasi pembayaran non tunai dengan memanfaatkan Qr code yang menerima semua pembayaran Qris dari dompet digital manapun[9]. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis melakukan *profiling* mengenai calon pelanggan untuk nantinya dilakukan penawaran produk dan layanan PT Telkom Indonesia.