

ABSTRAK

Menurut www.dimensiondata.com per tahun 2015, industri *service providers* and *telecommunications* menempati posisi kedua sebesar 12,9% di industry dunia saat ini. di Indonesia sendiri, industri *service providers* and *telecommunications* yang cukup berkembang adalah industri *contact center*. Menurut sumber www.kompas.com , “Sekalipun telah bertumbuh 20 persen per tahunnya, jumlah *call center* di Indonesia masih rendah, tidak sebanding dengan jumlah penduduk”.

Beberapa perusahaan mempertimbangkan antara membangun *contact center* sendiri atau menggunakan pihak ketiga yang ahli di bidang *contact center*. Dari data survei yang di dapatkan, 73% perusahaan menggunakan tenaga *outsourc*e dalam kegiatan operasionalnya, sedangkan yang lainnya yaitu 27% tidak menggunakan tenaga *outsourc*e. PT Wahana Mandiri Sydratama (WMS) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri *Contact Center*. PT WMS memiliki solusi dan produk untuk kendala *Contact Center* yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan saat ini. namun beberapa kendala yang dihadapi oleh PT WMS saat ini adalah mengalami penurunan penjualan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, perlunya strategi baru untuk memecahkan kendala penurunan penjualan yang terjadi dalam kurun 3 tahun terakhir.

Melihat kendala yang dihadapi oleh PT WMS, penulis mencoba untuk menganalisa dan memberikan strategi bisnis baru yang dapat digunakan oleh PT WMS dalam mengatasi penurunan penjualan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Metode yang akan digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan metode dari Kottler & Keller manajemen *strategic*. Hasil implementasi dan strategi yang di usulkan adalah *market penetration* dan *product development*.

Keywords : *Contact Center*, PT WMS, Pemasaran, *Deskriptif Kualitatif*

ABSTRACT

According to www.dimensiondata.com per year 2015, the service providers and telecommunications industry occupies the second position of 12.9% in the world's industry today. In Indonesia itself, the industry service providers and telecommunications that quite developed is the contact center industry. According to sources www.kompas.com , "Even though it has grown 20 percent per year, the number of call centers in Indonesia is still low, not proportional to the population".

Some companies consider building their own contact center or using an expert third party in the contact center field. From the survey data obtained, 73% of companies use outsourced power in operational activities, while the other is 27% do not use outsourced power. PT Wahana Mandiri Sydratama (WMS) is one of the companies engaged in the Contact Center industry. PT WMS has solutions and products for Contact Center constraints faced by companies today. But some of the obstacles faced by PT WMS today are decreasing sales in the last 3 years, the need for new strategy to solve the problem of sales decrease in the last 3 years.

Looking at the constraints faced by PT WMS, the author tries to analyze and provide new business strategy that can be used by PT WMS in overcoming sales decline in the last 3 years. The method to be used is descriptive qualitative research method. This study also uses the Kottler & Keller strategic management method. The result of the implementation and the proposed strategy is market penetration and product development.

Keywords : Contact Center, PT WMS, Outsourced, Deskriptif Kualitatif