

## MERANCANG STRATEGI PEMASARAN PT. TELKOM UNTUK MEMASRKAN PRODUK FLEXI (Studi Kasus PT. TELKOM DIVRE V JAWA TIMUR)

Diajukan oleh  
Dewi Setiawati Sukarno

### INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Telkom Divre V untuk produk Flexi saat ini dalam menghadapi situasi persaingan pada industri telekomunikasi dengan menggunakan analisis SWOT yang dikembangkan oleh Glen L. Urban & Steven H. Star (1991).

Penelitian ini menggunakan data langsung, baik dengan wawancara maupun dengan mengajukan kuisisioner kepada Marketing Manager, Brand Manajer, Marketing Service Coordinator dan Selling Coordinator dan didukung dengan pengajuan kuesioner kepada konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Telkom Flexi berada dalam kuadran I, yang berarti Telkom Flexi mendukung strategi pengembangan pasar yang intensif (agresif) atau strategi yang berorientasi pertumbuhan (*growth oriented strategy*) untuk memadukan kekuatan dan peluang yang dimiliki Telkom Flexi.

**(Kata kunci:** Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, strategi yang berorientasi pertumbuhan (*growth oriented strategy*))

**DESIGNING MARKETING STRATEGY OF PT. TELKOM  
TO MARKETING FLEXI PRODUCT  
(Case Study of PT. Telkom Divre V East Java)**

**By**

**Dewi Setiawati Sukarno**

**ABSTRACT**

This research is purposed to know marketing strategy applied by Telkom Divre V for current flexi product in face of competition in telecommunication industry by using SWOT analysis developed by Glen L. Urban & Steven H. Star (1991).

This research used primary data, either using interview or giving questionnaires to Marketing Manager, Brand Manager, Marketing Service Coordinator and Selling Coordinator and supported by giving questionnaires to consumers.

Result of this research indicates that Telkom Flexi is staying in quadrant I, it means that Telkom Flexi supports intensive market development strategy (aggressive) or growth oriented strategy) to combine strength and opportunity owned by Telkom Flexi.

*Keywords: (SWOT Analysis, Marketing Strategy, Growth Oriented Strategy)*