

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk IndiHome di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara. Narasumber penelitian ini merupakan Manajer Marketing dan Sales People PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta.

PT Telekomunikasi Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi dengan produk IndiHome yang menjadi produk unggulannya. IndiHome merupakan produk Bundling dari internet cepat, telepon rumah, dan useetv.

Berdasarkan hasil penelitian, Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT Telkom Witel Yogyakarta adalah (1) Bauran pemasaran IndiHome meliputi produk yang ditawarkan dengan bundling *triple play* dengan jaringan *fiber optik* yang lebih cepat dan andal, dan harga yang diberikan unlimited. (2) Bauran Promosi yang dilakukan adalah iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, penjualan langsung dan humas. Seluruh promosi tersebut dilakukan untuk mendapatkan konsumen. dari keseluruhan cara yang dilakukan cara yang paling efektif adalah *door to door*, *open table* (OT) dan penyebaran brosur. Untuk promosi produk IndiHome lebih menekankan dengan cara personal selling yaitu dengan *door to door*, *open table* (OT) dan penyebaran brosur. Cara ini lebih efektif karena sales people dapat berinteraksi langsung dengan calon pelanggan. Bagi calon pelanggan yang ingin berlangganan IndiHome dapat langsung mendatangi Plaza Telkom atau langsung mendaftarkan pada sales people.

Kata kunci: IndiHome, bauran pemasaran, bauran promosi, PT Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta.

ABSTRAK

This study aims to determine the marketing strategy of IndiHome products in PT Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta. The research is a type of descriptive research with data collection methods through interviews. The resource person of this research is Marketing Manager and Sales People of PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta.

PT Telekomunikasi Indonesia is a company engaged in the field of telecommunications with IndiHome products that become superior products. IndiHome is a Bundling product of fast internet, home phone, and useetv.

Based on the results of research, Marketing Strategy conducted by PT Telkom Witel Yogyakarta is (1) IndiHome marketing mix includes products offered with bundling triple play with fiber optic network faster and reliable, and the price given unlimited. (2) Promotional Mix is advertising, personal selling, sales promotion, direct sales and public relations. All promotions are made to get consumers. From the whole way of doing the most effective way is door to door, open table (OT) and brochure spread. For promotion IndiHome products more emphasis by way of personal selling with door to door, open table (OT) and brochure spread. This method is more effective because sales people can interact directly with potential customers. For prospective customers who want to subscribe to IndiHome can directly visit Plaza Telkom or directly register on sales people.

Keywords: IndiHome, marketing mix, promotional mix, PT Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta.