

INTISARI

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Telkom Madiun dalam menjual produk barunya, yaitu Triple Play Indihome. Selain itu, penulis juga membahas profil perusahaan dan profil dari Telkom Madiun itu sendiri beserta visi dan misi perusahaan.

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan observasi langsung melalui program magang pada bulan Februari hingga Maret 2016 di Telkom Madiun yang terletak di Jalan D.I. Panjaitan No. 19 Madiun. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara langsung pada staff dan karyawan pada divisi Consumer Service. Untuk studi pustaka dan internet, penulis mengambil beberapa referensi buku yang terkait tentang strategi pemasaran dan artikel yang bersumber dari internet untuk memperoleh informasi tambahan.

Dari observasi yang telah penulis lakukan, Telkom yang telah dikenal sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia telah melakukan inovasi dalam produk layanannya. Produk Indihome yang merupakan inovasi dari layanan Internet Speedy yang kita kenal telah dijual ke berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di dalamnya Madiun. Strategi pemasarannya menerapkan teknik 7P yang terdiri dari Product, Place, Price, Promotion, People, Process dan Physical Evidence.

Dari ke tujuh marketing mix oleh Kotler dan Keller di atas, Telkom menggunakan promotion untuk produk barunya, yaitu Indihome. Dengan promosi yang baik, Indihome akan semakin dikenal luas di masyarakat.

Kata kunci: Indihome, Telkom Madiun, strategi pemasaran

ABSTRACT

This paper aims to examine the marketing strategies that have been conducted by Telkom madiun in selling their new product which is Indihome Triple Play. The writer also describes the company profile of Telkom and Telkom Madiun along with vision and mission of the company.

To collect the data of this research, the writer joined an internship program on February until March 2016 in Telkom Madiun located in Jalan D.I. Panjaitan No. 19 Madiun. The writer interviewed the staffs and employees in Consumer Service Division. For internet and library research, the writer took some book about management and marketing and then articles from internet to get further information.

From the observations, Telkom, that is known as the biggest telecommunication company, have been creating an innovation in their service products. The Indihome product that become the product innovation from Internet Speedy, has been sold in many regions especially in Madiun. Telkom applied the marketing strategies from Kotler and Keller 7Ps marketing strategies theories, which are Product, Place, Price, Promotion, People, Process and Physical Evidence.

From those 7Ps of marketing mix by Kotler and Keller above. Telkom mostly use promotion for the new product, Indihome. By making a good promotion, Indihome can be known by people.

Keywords: Indihome, Telkom Madiun, marketing strategies