

ABSTRAK

Heru Sugianto, Tahun 2018 **Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan IndiHome Di Witel Makassar**, Skripsi Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I **Andi Mappatempo Badawi**, dan Pembimbing II **Muchriana Muchran**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana implementasi strategi pemasaran produk indihome yang efektif pada PT. Telkom Indonesia, Tbk yang berada di Wilayah Usaha Telekomunikasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini diambil langsung dari Manajer Pemasaran IndiHome sendiri yang berada diberbagai titik Makassar.

PT. Telkom Indonesia, merupakan perusahaan yang usahanya bergerak dalam bidang telekomunikasi dengan produk unggulannya Indihome yang memiliki tiga layanan atau disebut dengan *triple play*, diantaranya : Layanan data internet, telepon, dan UseeTV. Dimana Indihome mengandalkan fiber optik yang memiliki kecepatan koneksi hingga 100Mbps atau 1000Kbps untuk memancarkan jaringannya. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran terhadap penjualan IndiHome, PT. Telkom Indonesia, Tbk Witel Makassar adalah sebagai berikut : (1) Pihak IndiHome memiliki empat bentuk pemasaran, yaitu : *open table*, *grabke castrle*, *carpay day*, *door to door*. (2) Dari berbagai Pemasaran yang dilakukan *door to door* menjadi strategi yang paling ampuh dalam meyakinkan konsumen. (3) Konsumen atau Masyarakat masih ada sebagian yang belum mengetahui tentang IndiHome. (4) IndiHome mengeluarkan promosi harga di hari nasional.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan IndiHome, triple play.

ABSTRACT

Heru Sugianto, 2018, Analysis of marketing strategy to the IndiHome sales in Witel Makassar, Thesis Faculty of Economics and Bussines Departement of Management (S1) Muhammadiyah Universitas of Makassar. Guided by Supervisor I Mr. Andi Mappatempo Badawi, and Advisor II Mrs. Muchriana Muchran.

This study aims to find out about how implentasi marketing strategy indihome effective prod ucts at PT. Telkom Indonesia, Tbk located in Telecommunication Business Region. The type of research used in this research is case study research with qualitative descriptive approach. The data from this study is taken directly from IndiHome Marketing Manager itself which is located in various points Makassar.

PT. Telkom Indonesian, is a company whose business is engaged in telecommunication with Indihome superior products that have three services or called triple play, including: internet data services, telephone, and UseeTV. Where Indihome rely on optical fibres that have connection speeds up to 100Mbps or 1000Kbps to transmit the network. The results showed that marketing strategy to IndiHome sales, PT. Telkom Indonesia, Tbk Witel Makassar is as follows: (1) IndiHome party has four forms of marketing, namely: open table, grabke castrle, carpay day, door to door. (2) From a variety of Marketing conducted door to door to be the most powerful strategy in convincing consumers. (3) Consumers or Communities still have some who do not know about IndiHome. (4) IndiHome issues price promotion on nationality day.