

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Kerja Praktek (KP) merupakan salah satu matakuliah pada semester VII dalam silabus Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia. Dalam pelaksanaan Kerja Praktek ini, mahasiswa dibimbing oleh pembimbing yang berasal dari tempat pelaksanaan KP dan oleh dosen jurusan manajemen dalam penulisan laporan kerja praktek. Penulis mengajukan permohonan pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, kemudian setelah disetujui penulis ditempatkan di kantor divisi home service, STO Ahmadyani Witel Bandung yaitu divisi yang menangani penjualan salah satu produk Telkom yaitu Indihome.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom Group mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkom Group menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas

Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melingkupi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. Salah satu produk yang dipasarkan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah indihome.

Indihome merupakan layanan digital terdepan menggunakan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan Triple Play yang terdiri dari Internet Rumah (Fixed Broadband Internet), Telepon Rumah (Fixed Phone) dan TV Interaktif (UseeTV). IndiHome juga menawarkan layanan Dual Play yang terdiri Internet Fiber (Internet Cepat) dan Telepon Rumah (Fixed Phone) atau Internet Fiber (Internet Cepat) dan TV Interaktif (UseeTV).

Dengan berkembang pesatnya fasilitas internet dewasa ini maka timbulnya celah bagi perusahaan untuk masuk kedalam bisnis internet. Indihome bukanlah satu – satunya penyedia layanan internet melainkan banyak pesaingnya diantaranya firstmedia, biznet, megavision, dll. Akan tetapi sampai sekarang, penulis pun akui bahwa dari sekian banyak penyedia layanan indihome lah yang akrab ditelinga masyarakat, tak heran jika Indihome menjadi pilihan favorit masyarakat, mengapa demikian?. Alasan mengambil judul ini adalah untuk menunjukkan bagaimana cara divisi *Home Service* melakukan promosi sehingga produknya, yaitu Indihome lebih dikenal oleh masyarakat dari pada pesaing – pesaingnya.

Promosi merupakan senjata yang paling ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Suatu barang dan jasa tidak akan digunakan/dipakai bahkan tidak dikenal apabila konsumen tidak mengetahui

kegunaannya, keunggulannya, dimana barang dan jasa dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itulah pelanggan yang menjadi sasaran penjualan barang dan jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas.

Maka peranan promosi berguna untuk memperkenalkan suatu barang dan jasa baru, oleh karenanya adalah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melakukan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran penjualan barang dan jasa yang efektif. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan. Dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang diperoleh dari kegiatan promosi yang dijalankan perusahaan. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan pada umumnya dan pada bidang penjualan pada khususnya.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis seringkali terdapat perubahan kebijakan promo pada produk yang dipasarkan merubah kebijakan Promo dengan sebelah pihak, Perubahan tersebut meliputi perubahan paket internet unlimited tanpa FUP menjadi unlimited dengan FUP. Selain itu hilangnya beberapa stasiun TV yang sebelumnya sudah dijanjikan oleh pihak Telkom. Sebenarnya, Telkom saja yang memanfaatkan situasi seperti ini. Dari dulu sudah banyak kasus perubahan peraturan oleh pihak penyedia karena memang mereka sudah menyertakan peraturan tersebut pada FAQ dan EULA yang diberikan kepada pengguna. Biasanya, pengembang akan mencantumkan sebuah poin di peraturan tersebut yang

menyatakan bahwa user setuju untuk memberikan penyedia jasa kewenangan untuk mengubah setiap paket dan fitur yang ada secara sepihak.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang “IMPLEMENTASI PROMOSI PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK.”

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan pelaksanaan kerja Praktek adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi promosi pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.
2. Untuk mengetahui hambatan yang ada pada implementasi promosi pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk
3. Untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan untuk menghadapi hambatan dalam implementasi promosi pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

1.3 Kegunan Kerja Praktek

a) Bagi penulis

1. Penuli dapat memperoleh pengalaman kerja yang nyata dengan langsung terjun ke lapangan.
2. Menambah wawasan, pemahaman bagaimana sebuah produk lebih dapat dikenal dara pada pesaing – pesaingnya.

3. Memenuhi salah satu syarat pada mata kuliah Kerja Praktek Semester VII Program Studi Manajemen (S1)
 - b) Bagi Perusahaan
 1. Dapat menjadi masukan atau saran bagi perusahaan.
 - c) Bagi Pihak Lain
 1. Dapat menjadi sumber informasi tambahan atau pengetahuan tentang implementasi promosi pada suatu perusahaan

1.4 Tempat dan Waktu Kerja Praktek

Dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penyusunan Laporan Kerja Praktek, penulis melakukan kegiatan pelaksanaan Kerja Praktek yang bertempat di:

Tempat : STO Telkom Ahmad Yani

Waktu : 6 Agustus 2018 sampai dengan 6 September 2018

Waktu pelaksanaan kerja praktek adalah, sebagai berikut:

- 1) Senin – Jumat : 08.00 – 17.00
- 2) Libur disesuaikan

Berikut adalah alur waktu kegiatan yang saya lakukan di kantor divisi STO Telkom Ahmad Yani Mulai dari 6 Agustus 2018 – 6 September 2018.

Tabel 1.1 Timeline Kegiatan Kerja Praktek

Kegiatan	2018							
	Agustus				September			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengenalan jenis – jenis promosi yang dilakukan Indihome								
Penginputan kegiatan sales ke database								
Pembuatan scoring berdasarkan hasil input sales ke database								
Administrator akun media sosial								