ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI SBU TERMINAL PT. INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) BANDUNG

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya
Jurusan Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh :

NAMA	: DENY FERDIANSYAH
NIM	: 21498009
NIRM	: 43B63402990499

PROGRAM DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2001

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM
PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI SBU TERMINAL PT. INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) BANDUNG

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya
Pada Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia
Bandung

Menyetujui,

Bandung, Oktober 2001

Pembimbing,

Iis Ismawati.,SE.,M.Si
NIP. 4127.34.02.003

Mengetahui,

Pembantu Dekan,I

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI

Drs. Prasetyo Utomo, MM.
NIP. 4127.34.03.008

Ketua Jurusan,

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
JURUSAN MANAJEMEN

Ir. Julius Faisal, SE., MM.
NIP. 4127.34.02.002

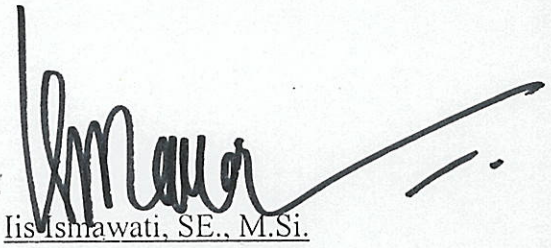
PERSETUJUAN REVISI TUGAS AKHIR

JUDUL TUGAS AKHIR	: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI SBU TERMINAL PT. INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) BANDUNG
NAMA	: DENY FERDIANSYAH
NIM	: 21498009
NIRM	: 43B63402990499
PROGAM STUDI	: DIPLOMA III
JURUSAN	: MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS	: EKONOMI

Bandung, Oktober 2001

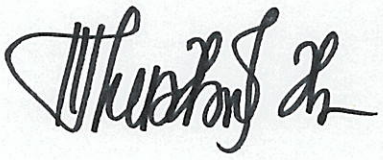
Menyetujui,

Pembimbing,



Iis Ismawati, SE., M.Si.
NIP : 4127.34.02.003

Penguji,



Trustorini Handayani, SE.
NIP : 4127.34.02.012

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI SBU TERMINAL PT. INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) BANDUNG

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya
Jurusan Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia

Disusun Oleh :

NAMA : DENY FERDIANSYAH
NIM : 21498009
NIRM : 43B63402990499

Bandung, Oktober 2001

Menyetujui,

Pembimbing Perusahaan

(Supriyadi Suhadi)
Ass. Man Penjualan SBU Terminal

Bergegas menuju Allah SWT

Bukan dengan bekal makanan atau harta

Namun dengan taqwa dan amal Shaleh

Amal kebangkitan yang dijanjikan
Sabar dalam jihad fi sabilillah
Bekal, makanan, harta, simpanan hidup, dan wanita
Hanyalah kekayaan yang 'kan musnah
Raib tak berbekas

Kecuali ketaqwaan, kebaikan, dan perolehan hidayah

Yang akan menuntun kita bahagia di dunia dan akhirat nanti

TUGAS AKHIR INI PENULIS PERSEMBAHKAN UNTUK :
AYAH DAN BUNDA TERCINTA
DESSY DAN D'SRIE ADIKKU TERSAYANG
SEMOGA ALLAH SWT TERUS MEMBERIKAN RAHMAT DAN KARUNIA- NYA
UNTUK KEBAHAGIAAN KAMI DI DUNIA DAN AKHIRAT
AMIN.

ABSTRAKSI

PT. Industri Telekomunikasi Indonesia atau yang kita kenal dengan nama PT. INTI (Persero) adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, telekomunikasi, dan informasi. PT. INTI (Persero) diakui di Indonesia dalam bidang sentral telepon digital, perangkat terminal dan perangkat transmisi. PT. INTI (Persero) adalah produsen telepon umum di Indonesia sejak 1984 hingga sekarang. Adapun tujuan utama PT. INTI (Persero) adalah untuk meningkatkan tingkat penjualan produk, dan mencari cara yang tepat untuk mencari pasar sasaran yang baru untuk meningkatkan penjualan.

Perkembangan dunia usaha di Indonesia pada dewasa ini dirasakan sangar maju dengan pesat. Ini disebabkan oleh banyaknya peluang-peluang usaha yang banyak dimanfaatkan oleh para insvestor, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Dalam menghadapi persaingan yang cukup berat, maka tiap-tiap perusahaan memerlukan suatu strategi untuk menghadapi para pesaing.

Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Keinginan manusia adalah hasrat untuk memperoleh pemuasan-pemuasan tertentu untuk kebutuhan yang lebih mendalam. Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membeli produk itu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptip analisis dengan cara menggambarkan keadaan dan membandingkan hasil penjualan pertahun dan pencapaian keberhasilan perealisasian target penjualan pesawat telepon pada SBU Terminal PT. INTI (Persero).

Keberhasilan strategi pemasaran, menunjukan eratnya hubungan antara strategi bisnis yang dijalankan dengan program pemasaran yang ada. Apabila strategi pemasaran telah dijalankan dengan baik, maka diharapkan perusahaan akan memproduksi produk yang berbeda, mengembangkan program pemasaran yang lebih agresif, membangun citra merek yang kuat, dan membangun jaringan kerja distribusi global.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI SBU TERMINAL PT. INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) BANDUNG**".

Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Mananjemen Pemasaran Program Diploma III Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) Bandung. Laporan ini penulis susun berdasarkan kerja praktek yang penulis laksanakan di PT.INTI (Persero) yang berlokasi di jalan Muhammad Toha No.77 Bandung.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna akan tetapi dengan kemampuan yang sangat terbatas penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyusun laporan ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis banyak sekali mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagi pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Maka pada kesempatan ini pula, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang terhormat :

1. Ayah, Bunda serta adik-adik tercinta yang telah memberikan dukungan serta semangat dan do'a restunya serta segala pengorbanannya baik dari segi materi maupun moril.

2. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto., MSc. selaku Rektor UNIKOM.
3. Ibu Iis Ismawati.,SE.,MSi, sebagai dosen Pembimbing dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, "Semoga Allah membalas semua Kebaikan Ibu dengan balasan yang lebih".
4. Bapak Ir. Julius Faisal., SE., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran UNIKOM.
5. Ibu Linna Ismawati., SE selaku Koordinator UNIKOM.
6. Bapak Supriyadi Suhadi selaku Pembimbing Tugas Akhir di PT. INTI (Persero) Bandung.
7. Bapak Elvijn May H., SE., MM sebagai dosen wali UNIKOM
8. Adikku, Rita yang memberikan dukungan dan bantuannya serta pinjaman komputernya.
9. Ayang, yang penulis sayangi dan kasihi.
10. Teman – teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan : Tedy, Rafiq, Bayu, Joko, Dedy, I-efol, Ratih, Devi, Rully, Alise, Dian, Widuri, Vera, Dewi, dan sahabat – sahabat yang lain yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu namanya.

Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua dan semoga laporan ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca umumnya.

Bandung, 12 Juli 2001

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman

Lembar Pengesahan i
Motto ii
Abstraksi iii
Kata Pengantar iv
Daftar Isi vi
Daftar Tabel viii
Daftar Lampiran ix

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah 2
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 3
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian 3
1.5. Kerangka Pemikiran 4
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1. Pengertian Pemasaran 7
2.1.1. Unsur-Unsur Pemasaran 8
2.2. Pengertian Strategi 10
2.2.1. Jenis-Jenis Strategi 12
2.3. Pengertian Strategi Pemasaran 14
2.3.1. Langkah-Langkah Penyusunan Strategi Pemasaran 15
2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mernpengaruhi Strategi Pemasaran. 16
2.4. PengaruhStrategi Pemasaran Bagi Perusahaan 18

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1. Objek Penelitian 20
3.2. Metode Penelitian 20
3.2.1. Unit Penelitian 20
3.2.2. Operasional Variabel Penelitian 21
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data 21
3.2.3.1. Jenis dan Sumber Data 22
3.2.4. Analisis Data 23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN
4.1. Hasil Penelitian 24
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan 24
4.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan PT. INTI (Persero). 24
4.1.1.1.1. Misi, Tujuan dan Sasaran Perusahaan. 27
4.1.1.1.2. Tujuan Perusahaan 27
4.1.1.1.3. Sasaran Perusahaan 29
4.1.1.2. Struktur Organisasi 30
4.1.1.3. Job Deskription 31
4.1.2. Gambaran Umum SBU Terminal PT. INTI (Persero) 37
4.1.2.1. Tugas Pokok SBU Terminal 37
4.1.2.2. Hubungan Kerja SBU Terminal 38
4.1.2.3. Wewenang SBU Terminal 39
4.1.2.4. Tanggung Jawab SBU Terminal 39
4.1.2.5. Susunan Organisasi SBU Terminal 40
4.1.2.6. Produk-Produk SBU Terminal 42
4.2. Pembahasan Penelitian 44
4.2.1. Tujuan SBU Terminal Menyusun Strategi Pemasaran 45
4.2.2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran di SBU Terminal 46
4.2.2.1. Hambatan dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran di SBU Terminal PT. INTI (Persero) 53
4.2.2.1. Cara Penanggulangan Hambatan dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran di SBU Terminal PT.INTI (Persero) 54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan 56
5.2. Saran 56

Daftar Pustaka 58
Lampiran-Lampiran 59
Riwayat Hidup 68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Oprasional Variabel Penelitian 21
Tabel 4.1. Harga Jual Perangkat Terminal PT. INTI (Persero) tahun 1999 50
Tabel 4.2. Target Penjualan Produk Terminal Tahun 1996-1998 51
Tabel 4.3. Realisasi Penjualan Produk Terminal Tahun 1996-1998 51
Tabel 4.4. Target, Realisasi, dan Prosentase Pencapaian Penjualan Produk SBU Terminal 52

DAFTAR LAMPIRAN

Struktur Organisasi PT. INTI (Persero) Bandung 60
Struktur Organisasi SBU Terminal PT. INTI (Persero) Bandung 61
Surat Persetujuan Pengumpulan Data..... 62
Produk-Produk SBU Terminal..... 63
Pesawat Telepon Umum Multi Koin (PTUMK) 64
Pesawat Telepon Kartu, Kiostel, I D Caller, Telepon Coin ITD-100 65
Pesawat Telepon Elektronik (PTE) 66
Handphone 67