SEGMENTASI PASAR PADA STRATEGIC BUSINESS UNIT (SBU) COSTUMER PREMISES EQUIPMENT (CPE) PT. INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO)

Laporan Kerja Praktek

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan dalam Mata

Kuliah Kerja Praktek

Oleh :

Verawati Sinaga

21201129

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

2004

LEMBAR PENGESAHAN KERJA PRAKTEK

JUDUL	:	Segmentasi Pasar Pada Strategic Business Unit (SBU) Costumer Premises Equipment (CPE) Pada PT. Industri telekomunikasi Indonesia (Persero).
NAMA PENULIS	:	Verawati Sinaga
NIM	:	21201129
JURUSAN	:	Manajemen
FAKULTAS	:	Ekonomi
NILAI KERJA PRAKTEK	:	A

Mengetahui

Pembimbing Kerja Praktek

Anastasurya Ginting SE., MM
NIP : 4127.34.02.016

Ketua Jurusan

Dra. Tutty S. Martadireja, M.Si.
NIP : 131.124.775

Pembimbing Perusahaan

Supriyadi Suhadi
NIP 197702016

ABSTRAK

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

Penelitian ini ditujukan untuk mempelajari segmentasi pasar pada PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (PT. INTI) yang merupakan salah satu perusahaan yang berbentuk Persero yang melaksanakan aktivitas usahanya dalam bidang manufaktur perangkat Telekomunikasi.

Seiring dengan perkembangan Ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat bermunculan pula perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, oleh karena itu dalam melakukan kegiatan pemasaran harus menggunakan strategi yang sesuai dengan kondisi pasar dan terus berusaha mengungguli para pesaing yang terus berubah dan bertambah banyak. Perusahaan dituntut untuk melakukan strategi pemasaran, salah satunya dengan segmentasi pasar mengingat perusahaan tidak dapat melayani semua kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif, dengan melaksanakan teknik studi lapangan diantaranya dengan melakukan observasi, wawancara, serta menggunakan studi kepustakaan.

PT. INTI (Persero) membagi pembeli berdasarkan jenis pasarnya menjadi beberapa segmen, yaitu segmen pasar konsumen,segmen pasar industri, segmen pasar perantara, dan segmen pasar

pemerintah. Dengan melihat letak geografis wilayah Indonesia perusahaan membagi pasar menjadi 7 bagian. Perusahaan juga melakukan concentrated Marketing pada PT. TELKOM.

KATA PENGANTAR

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

Puji Tuhan, penulis bersyukur atas berkat kasih dan karunia–Nya karena pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan Kerja Praktek ini yang merupakan salah satu tugas dari mata kuliah Kerja Praktek pada semester VII Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia.

Setelah melaksanakan Kerja Praktek selama kurang lebih satu bulan penuh yaitu terhitung sejak tanggal 12 Juli 2004 sampai dengan 13 Agustus 2004 di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) yang berlokasi di Jl. Moch. Toha No. 77 Bandung, maka penulis dapat berhasil menyusun laporan ini.

Penulis akan sangat berterimakasih apabila ada masukan-masukan yang dapat membangun dalam kekurangan penyusunan laporan ini yang masih jauh dari sempurna.

Laporan ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang banyak mendukung dan membantu sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto, M.Sc. selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Ria Ratna Ariawati. MS. Ak. selaku Dekan fakultas Ekonomi.

3. Ibu Dra. Tutty S. Martadiredja, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan sekaligus sebagai dosen wali.
4. Bapak Anastasurya Ginting SE., MM selaku Dosen pembimbing mata kuliah Kerja Praktek yang telah membantu dan meluangkan waktu.
5. Bapak Supriyadi Suhadi, selaku pembimbing di PT. INTI (Persero) yang telah memberikan kesempatan untuk saya banyak belajar.
6. Seluruh staff dosen pengajar Jurusan Manajemen fakultas ekonomi Universitas Komputer Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan.
7. Kedua orangtua ku yang tercinta, Mamie dan Papie yang selalu mendukung dalam doa dan tenaga.
8. Kakak ku Ernawati Sinaga, SE. yang tidak pernah bosan menasehati, memberikan semangat, dukungan dan doa.
9. Seluruh keluarga ku Opung,Tulang, Tante, Uda, dan adik-adik semua.
10. Abangku Iyank atas doa, semangat, bantuan dan kasih sayangnya tidak pernah bosan mendengarkan segala keluh dan kesah .
11. Teman-teman ku, Katrin, Pia, Amey Aant, Bu dosen Eka, dan Nufus yang sudah selesai menyelesaikan perjuangannya kuliah di Unikom.
12. Ferawati Ria, yang selalu menemaniku dalam suka dan duka selama Kerja Praktek .

13. Teman-teman di kelas Mn 3 dan seluruh angkatan 2001 yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu .

Akhirnya, penulis berharap agar laporan Kerja Praktek ini kelak dapat bermanfaat bagi para pembaca dan rekan-rekan yang ingin menyusun laporan.

Bandung, Desember 2004

Penulis,
Verawati Sinaga

DAFTAR ISI

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

LEMBAR PENGESAHAN
ABSTRAK i
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR vii

BAB. I PENDAHULUAN
1.1 Latar belakang Kerja Praktek 1
1.2 Tujuan Kerja Praktek 3
1.3 Kegunaan Kerja Praktek 4
1.4 Lokasi Kerja Praktek 4

BAB. II GAMBARAN UMUM OBJEK KERJA PRAKTEK
2.1 Sejarah Singkat PT. INTI (Persero) 5
2.2 Struktur Organisasi 8
2.2.1 Struktur Organisasi PT. INTI (Persero) 8
2.2.2 Struktur Organisasi SBU CPE PT. INTI (Persero) 9
2.3 Job Description 9
2.3.1 Gambaran umum SBU CPE PT. INTI (Persero) 17
2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan 22

BAB. III PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK
3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek 25
3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek 25
3.3 Hasil Pelaksanaan 26
3.3.1 Pengertian segmentasi pasar 26
3.3.2 Pelaksanaan segmentasi pasar oleh PT. INTI (Persero) 28
3.3.3 Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pem bentukan segmentasi pasar pada PT. INTI (Persero).... 35

3.3.4 Manfaat Segmentasi pasar bagi PT. INTI (Persero) 36

3.3.5 Analisa SWOT yang berkaitan dengan segmentasi Pasar pada PT. INTi (Persero) 37

BAB. IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan 40

4.2 Saran 42

DAFTAR PUSTAKA 44

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. INTI (Persero) 8

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Divisi SBU CPE PT. INTI (Persero) .. 9

Gambar 3.1 Penjualan Lansung Kepada Konsumen 29

Gambar 3.2 Penjualan Melalui Distributor 30

Gambar 3.3 Penjualan melalui Agen 30