

## Strategi pemasaran produk jasa layanan JAPATI di divisi network-Telkom

Ambarukmi D.S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70743&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Jaringan Pintar Teknologi Informasi (JAPATI) merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi telekomunikasi yang memberikan berbagai bentuk layanan Baru yang beraneka ragam dengan memanfaatkan sarana telekomunikasi yang sudah ada sekarang ini dengan menggunakan teknologi (IN). Di Indonesia bisnis ini dikelola oleh TELKOM dimana Divisi Network (DIVNET) sebagai penyelenggara JAPATI Nasional telah memasarkan produk jasa Iayanan FreeCall (0-800) dan PremiumCall (0-809). Kedua jenis Iayanan tersebut mempunyai peluang bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan TELKOM pada umumnya dan khususnya untuk Divisi Network (DIVNET) sebagai pengelola JAPATI. Namun Bila ditinjau dari sisi pertumbuhan pendapatan menunjukkan kurangnya minat pelanggan (service user) untuk memanfaatkan dan menggunakan produk jasa Iayanan JAPATI. Hal ini dapat dilihat dari hasil pendapatan rata-rata yang diperoleh TELKOM (DIVNET) yang menunjukkan pertumbuhan sangat rendah. Tujuan dari penulisan tesis ini adalah memberikan usulan mengenai strategi pemasaran untuk mendapatkan nilai tambah kepada TELKOM khususnya maupun pelanggan pada umumnya. Usulan tersebut dengan mempertimbangkan aspek kebutuhan dan keinginan masyarakat pelanggan PSTN yang diperoleh dari hasil analisa.

Metode analisa yang digunakan adalah matrik internal dan eksternal, SWOT, matrik grand strategy, BGG dan hasil survei, serta analisa persaingan. Dan dari hasil seluruh analisa tersebut diperoleh alternatif strategi yang dianalisa dengan menggunakan matrik QSPM.

Berdasarkan hasil analisa diperoleh strategi pemasaran yang diusulkan, yaitu : strategi pembenahan dan peningkatan mutu isi produk dengan tarif yang disesuaikan berdasarkan isi kandungan informasi ataupun manfaat produk yang dijual ke pelanggan atau pengguna layanan.

<hr><i>One of telecommunication technologies which is provide a various advanced and new services in Indonesian telecommunication is Jaringan Pintar Teknologi Informasi; Information Technology intelegent Network (JAPATI).

In Indonesia, this service managed and operated by Network Division (DIVNET), one of Divisions of PT Telekomunikasi Indonesia (TELKOM). As a provider, DIVNET has already marketed FreeCall (0-800) and PremiumCall (0-809).

These two kinds of services have a big business opportunity, which can improve TELKOM revenue's, particulary DIVNET's. Unfortunately, this opportunity has not had enough impact yet in revenue. Market is still not interest to use this service. Revenue growth of this service still low.

Based on this fact, the goal of this research is to provide solution in marketing strategy, hopefully, it can boost the revenue of TELKOM and value for customers. This solution considered needs and wants of fixed telephone customer (PSTN).

By using internal and external matrix, SWOT analysis, grand strategy matrix, BCG matrix and the result of survey analysis, also the competitive analysis method, this thesis trying to find alternative strategy for

DIVNET which analysed by QSPM matrix.

Finally, this thesis concludes that in order to leading in this service, DIVNET has to improve its quality and services content which is depend on pricing strategy based on information content and value of product to customer or user.</i>