

Perencanaan pemasaran jasa power line communications (PLC) PT.Indonesia Comnets Plus di Indonesia

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=72644&lokasi=lokal>

Abstrak

[Tujuan utama dari powerline communications (PLC) adalah untuk mengurangi investasi sekitar 50% dengan menggunakan jaringan listrik sebagai media akses yang menyalurkan komunikasi data, suara dan gambar. Inovatif teknologi ini dapat menyalurkan data diatas 1,5 Mbps sehingga PLC merupakan salah satu teknologi alternatif untuk akses internet pita lebar (broadband internet access).

PT. Indonesia Comnet Plus yang merupakan anak perusahaan PLN telah merencanakan implementasi PLC di Indonesia. Dalam mengimplementasikan teknologi ini dibutuhkan perencanaan yang sangat matang khususnya dalam bidang pemasaran.

Perencanaan pemasaran memerlukan beberapa analisa, diantaranya analisa peluang pasar, segmentasi pasar, menentukan target pasar dan melakukan posisi pasar atau positionng agar bisa merumuskan strategi bauran pemasaran yang merupakan strategi perencanaan pemasaran.

Berdasarkan analisa bauran pemasaran, untuk strategi produk/jasa PLC di Indonesia, segmentasinya dibagi menjadi 2 tahapan, yaitu segmentasi jangka pendek dan jangka panjang.

Untuk tahap jangka pendek yang bisa di implemetasikan adalah jasa akses internet berkecepatan tinggi, sedangkan untuk jasa komunikasi suaratelepon dipersiapkan untuk jangka panjang karena masih ada beberapa hambatan dalam pengimplemetasiannya.

, The main idea of powerline communications (PLC) is to reduce cost about 50% of investements by using the existing electrical grids to transfer data, voice and image. This inovative technology provides transmission up to 1 Mbps and make it become one of the alternative technology for broadband internet access.

PT. Indonesia Comnet Plus has been planned to implement powerline communications .in Indonesia. In order to implement this technology, PT. Indonesia Comnet Plus have to do some research in bisnis include

in marketing. And few analysis is needed to make a marketing plan, such as marketing opportunity analysis, segment market analysis, select target market, positioning and develop marketing mix strategy.

In develop marketing mix strategy that's consist of four strategy (product, price, place and promotion), one of the strategy is to decide the product or the services of powerline communications. There are two services that reliable for indonesian market, broadband access internet and telephony. To implement telephony services in Indonesia, there're so many constraint that have to be solved first and it will be reliable for the next 3 or 5 years, but for broadband access internet can be implement soon.

]