

ABSTRAKSI

Judul Penelitian : STRATEGI PEMASARAN TELKOM FLEXI PT.
TELKOM
Nama : Nova Sri Minarti
NIM : D0G006037
Program Studi : DIII Pemasaran
Approved : -

PT. Telkom adalah salah satu perusahaan telekomunikasi yang berani bersaing dengan perusahaan lain untuk mencapai target pasar. Dalam menghadapi persaingan tersebut PT. Telkom menggunakan strategi pemasaran yang mencakup perkembangan produk, penetapan harga, pelaksanaan promosi serta pendistribusian barang yang tepat, maka kesulitan-kesulitan yang dihadapi perusahaan diharapkan akan dapat teratasi.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan meminta penjelasan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi serta di analisis dengan metode deskriptif analisis.

Strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan PT. Telkom adalah *Strategi pengembangan produk* flexi yaitu pengembangan sebuah produk untuk mengikuti perkembangan pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen karena mengingat perkembangan teknologi pada jaman sekarang yang semakin maju, *Strategi penetapan harga* yaitu biaya komunikasi dengan menggunakan TelkomFlexi sangat hemat karena biaya pemakaiannya mengacu pada tariff telepon rumah, sedangkan pada produk lain atau pesaing penentuan tarifnya tidak mengacu pada telepon rumah *Strategi promosi* yaitu pemasaran produk dengan promosi, biasanya dilakukan melalui beberapa media above the line, below the line, bauran promosi, launching, *Strategi distribusi* hal ini berhubungan bagaimana penyampaian produk kepada konsumen.

Kebijakan dalam melakukan kegiatan pemasaran yang selama ini di jalankan hendaknya dapat dipertahankan. Perusahaan harus cepat tanggap terhadap gejolak pasar dengan mengadakan penelitian pasar untuk mengetahui selera pasar yang sedang diminati.