

ABSTRAKSI

Judul Penelitian : STRATEGI PROMOSI FLEXI PADA PT TELKOM
KANCATEL KUDUS
Nama : ONIK HAPSARI
NIM : D0G 006 039
Program Studi : DIII PEMASARAN
Approved : Maret 2010

Strategi promosi merupakan salah satu hal yang paling penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk kepada masyarakat. Dengan adanya kegiatan promosi tersebut, maka barang atau jasa yang ditawarkan akan diminati oleh calon konsumen.

Metode penelitian dari Tugas Akhir ini menggunakan metode deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, interview dan studi pustaka.

Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Telkom Kancatel Kudus adalah melalui *Personal selling* dengan tenaga team sales force yang di maksudkan bahwa salesman dapat menjual produk Telkom Flexi, yang terlebih dahulu melakukan penawaran atau presentasi kepada calon konsumen. *Periklanan* dengan menggunakan media elektronik (radio, TV), media cetak (surat kabar) dan menggunakan media luar ruang (billboard, banner, dan poster). *Publisitas* dengan menjadi sponsorship pada saat pelaksanaan even-even tertentu dan memberi bantuan kepada para korban bencana alam. *Promosi Penjualan* dengan melakukan pameran dan pemberian hadiah ataupun diskon. Tujuan promosi yang dilakukan oleh PT. Telkom Kancatel Kudus yaitu memberitahu, menjaga image, dan membujuk / mempengaruhi.

Sebaiknya tempat pelaksanaan personal selling dilakukan di daerah-daerah. Kegiatan periklanan flexi melalui radio supaya ditingkatkan lagi. Akan lebih baik lagi jika kegiatan publisitas tidak hanya menjadi sponsorship dan pemberian bantuan kepada korban bencana alam tetapi dapat juga memberikan beasiswa kepada para siswa berprestasi yang kurang mampu. Dalam melaksanakan promosi penjualan supaya lebih banyak mengadakan pameran, pemberian diskon ataupun hadiah.