

ABSTRAK

Nama : Zafran Aly
Program Studi : Manajemen Bisnis
Judul : Strategi Pemasaran Kelompok Kerja *Managed Service* PT.
Telekomunikasi Indonesia

Permasalahan yang diangkat yaitu bagaimana strategi pemasaran Divisi *Managed Service* PT. Telekomunikasi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran Divisi *Managed Service* PT. Telekomunikasi Indonesia. Ruang lingkup dari penelitian ini adalah pemasaran pada divisi *Managed Service* PT. Telekomunikasi Indonesia. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang menjadi dasar pembuatan strategi pemasaran dan beberapa analisis yang dilakukan pada saat melakukan pengambilan data dari Divisi *Managed Service*. Teori yang digunakan merupakan *segmenting, targeting, dan positioning* yang dilanjutkan dengan teori 7P (*product, price, place, promotion, physical evidence, process, people*). Ditambah dengan beberapa analisis *competition, market, company*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Melakukan beberapa wawancara kepada beberapa *senior manager* dan *staff* yang bekerja di Divisi *Managed Service* dengan pengalaman pada bidang pemasaran dan penanganan produk. Berdasarkan analisis data yang diperoleh, bahwa Divisi *Managed Service* terdapat beberapa kelemahan dalam implementasi strategi pemasaran yang dilakukan sekarang. Sehingga peneliti bertujuan untuk menghasilkan beberapa *alternative* strategi pemasaran yang dapat diadopsi kedalam proses bisnis pada Divisi *Managed Service* yang bertujuan meningkatkan *market share* sebanyak 10% di Indonesia. Dan didalam strategi pemasaran yang menjadi fokus strategi merupakan strategi *product* dan *price*. Dengan mengimplementasikan strategi tersebut kinerja dari *Managed Service* akan lebih maksimal.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, *Competition, Market share*.