

**EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME SEGMENT  
*APC (Apartment dan Premium Cluster)* PADA PT. TELKOM INDONESIA  
REGIONAL IV (WITEL SEMARANG)**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Sebutan

Ahli Madya Manajemen Bisnis

**Oleh :**

**TIKA RELLYANA NOVIA FATMAWATI**

**F3517048**

**SEKOLAH VOKASI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

**2020**

**ABSTRAK**

**EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME SEGMENT  
APC (*Apartment dan Premium Cluster*) PADA PT. TELKOM INDONESIA  
REGIONAL IV (WITEL SEMARANG)**

**Tika Rellyana Novia Fatmawati**

**F3517048**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk Indihome segmen APC dalam PT. Telkom Indonesia Regional IV (Witel Semarang) agar dapat meningkatkan penjualan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Dalam pengamatan ini penulis menggunakan metode deskriptif dengan cara menganalisa suatu hasil penelitian. Dengan metode ini diperoleh dari hasil strategi pemasaran produk Indihome yang diterapkan di PT. Telkom Indonesia Regional IV (Witel Semarang). Dan penulis juga melakukan wawancara dengan TIM APC selaku CAM (Customer Account Manager) APC Witel Semarang.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk Indihome segmen APC dalam PT. Telkom Indonesia Regional IV (Witel Semarang) sudah dilakukan dengan baik sesuai dengan arahan PT. Telkom Regional IV Jateng-DIY. Meski dalam penerapan strategi terdapat beberapa kendala namun dapat segera diatasi dengan cepat dengan solusi yang sudah ada.

Mengingat pentingnya kerjasama antar tim, maka sangat perlu Tim APC Witel Semarang untuk meningkatkan koordinasi antar tim APC secara khusus. Koordinasi internal tim APC harus terus ditingkatkan agar dapat tercipta hubungan baik antar tim, sehingga akan muncul rasa saling memiliki yang akan meningkatkan kerjasama yang baik. Dengan kerjasama dan koordinasi yang baik akan berpengaruh pada hasil kerja yang memuaskan. Selain hubungan antar tim APC, meningkatkan hubungan baik dengan mitra (*developer/building management*) dengan membangun *emotional bounding* juga sangat penting. Hubungan baik yang tercipta antara Tim APC dan pihak mitra akan menciptakan suatu kerjasama jangka panjang yang saling menguntungkan.

**Kata Kunci :Pemasaran, Indihome**

**ABSTRACT**

***EVALUATION OF MARKETING PRODUCT INDIHOME SEGMENT APC  
(Apartment and Premium Cluster) STRATEGY IN PT. TELKOM INDONESIA  
REGIONAL IV (WITEL SEMARANG)***

**Tika Rellyana Novia Fatmawati**

**F3517048**

*The purpose of this study was to determine the marketing strategy of Indihome APC products in PT. Telkom Indonesia Regional IV (Semarang Witel) in order to increase sales and create customer loyalty.*

*In this observation the authors use descriptive methods by analyzing a research result. With this method obtained from the results of Indihome product marketing strategies applied at PT. Telkom Indonesia Regional IV (Witel Semarang). And the authors also conducted interviews with APC TEAM as the CAM's (Customer Account Manager) APC Witel Semarang.*

*The results of the study concluded that the marketing strategy of Indihome APC products in PT. Telkom Indonesia Regional IV (Witel Semarang) has been done well in accordance with the direction of PT. Telkom Regional IV Jateng-DIY. Even though the implementation of the strategy has several obstacles, it can be overcome quickly with existing solutions.*

*Given the importance of inter-team collaboration, it is essential that the Witel Semarang APC Team to improve the coordination between APC teams specifically. The APC team's internal coordination must continue to be improved in order to create good relations between teams, so that a sense of belonging will emerge that will enhance good collaboration. With good cooperation and coordination will have an effect on satisfying work results. In addition to relationships between APC teams, increasing good relations with partners (developer / building management) by building emotional bonding is also very important. The good relations created between the APC Team and the partners will create a long-term, mutually beneficial partnership.*

***Keywords: Marketing, Indihome***

## **PERSETUJUAN**

### **“EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME SEGMENT APC (*Apartment dan Premium Cluster*) PADA PT. TELKOM INDONESIA REGIONAL IV (WITEL SEMARANG)”**

Disusun Oleh :

TIKA RELLYANA NOVIA FATMAWATI

F3517048

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis

Sekolah Vokasi

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 6 Juli 2020

Pembimbing,



(Risgiyanti, S.E., M.S.i)

NIP. 1992060120180320

**PENGESAHAN****“EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME SEGMENT  
APC (*Apartment dan Premium Cluster*) PADA PT. TELKOM INDONESIA  
REGIONAL IV (WITEL SEMARANG)”**

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis

Sekolah Vokasi

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 8 Juli 2020

Disusun Oleh :

TIKA RELLYANA NOVIA FATMAWATI

F3517048

Panitia Ujian Tugas Akhir

Nama

1. Penguji 1

Haryanto, S.E., M.Si

NIP. 197403092006041001

2. Penguji 2

Risgiyanti, S.E., M.Si

NIP. 199206012018032001

Mengetahui,

Direktur

Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.

NIP. 196909241994021001

Kepala Progra Studi

D3 Manajemen Bisnis



Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si

NIP. 19740112200012200

**SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)**

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Sebelas

Maret:

Nama : Tika Rellyana Novia Fatmawati

Nim : F3517048

Program Studi : Diploma III Manajemen Bisnis

Judul Tugas Akhir : EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK  
INDIHOME SEGMENT APC (Apartment dan Premium  
Cluster) PADA PT. TELKOM INDONESIA REGIONAL  
IV (WITEL SEMARANG)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, 29 Mei 2020

Mahasiswa

Tika Rellyana





## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah,6-8)

“Jadilah perempuan yang cerdas, karena perempuan yang cerdas, akan melahirkan anak yang pintar.”



Karya ini dipersembahkan kepada:

- Allah SWT
- Ibu, adik dan nenek tercinta
- Almamater

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Karunia-Nya serta Rahmat-nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan judul **EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK APC (*Apartment dan Premium Cluster*) PADA PT. TELKOM INDONESIA REGIONAL IV (WITEL SEMARANG)** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan laporan tugas akhir ini:

1. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hans),Ph.D.,Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Yeni Fajariyanti, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Pak Adnan Effendi, S.E.,M.M selaku Pembimbing Akademik yang membantu, membimbing dan mengarahkan selama perkuliahan berlangsung.
4. Ibu Risgiyanti, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan dan saran selama penyusunan tugas akhir.
5. Bapak Djati Wiyono, IR.MMManajer HR Service PT. Telkom Regional IV Semarang yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan magang kerja dan penelitian.



6. Bapak Edi Purwanto, S.T selaku Pembimbing Instansi sekaligus Manajer Marketing APC PT. Telkom Regional IV Semarang yang telah berkenan membimbing selama magang kerja.
7. Bapak Awang selaku Executive Account Manager CCM PT. Telkom Regional IV yang telah berkenan membimbing selama magang kerja.
8. Ibu dan Bapak Dosen selaku Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan.
9. Ibu, Adik, Nenek dan Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
10. Budhe Dwi sekeluarga yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
11. Azizah Nur Jannah dan Fitria Indah yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
12. Keluarga Tin (Fathia, Syarifah, Hasti, Istin, Arin, Nindi, Syafira, Zana, Ikhvan, Champy, Arif, Aji) yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
13. Almira Callista Mahendra yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
14. Vitdayafa Febri yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
15. Mas Nanda dan Mas Gendar selaku Customer Account Manager PT. Telkom Witel Semarang yang selalu membantu proses pengumpulan data dan memberikan dukungan.
16. Teman-teman Telkom Regional IV (Mas Fandi, Mas Glen, Mbak Iva, Mbak Maria) yang membantu dalam proses magang dan selalu memberikan dukungan.

17. Sahabat dan teman-teman DIII Manajemen Bisnis 2017 terima kasih untuk kerjasama, dukungan dan kebersamaan kalian selama ini.

18. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 29 Mei 2020

Penulis

Tika Rellyana N.F.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Tujuan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Manfaat .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Mengenal Manajemen Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Pengertian Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Konsep Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Proses Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Strategi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Orang ( <i>People</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Proses ( <i>Process</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III.PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Gambaran Objek Magang Kerja .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sejarah PT. TelekomunikasiIndonesia....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia WitelSemarang	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Visi dan Misi PT Telkom Regional IV Jateng &DIY ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Skema Kerjasama PT Telkom Witel Semarang Segmen APC	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Produk dan Harga Produk PT Telkom Witel Semarang Segmen APC	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Laporan Magang Kerja.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Lokasi Magang Kerja.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Jangka Waktu Magang Kerja .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV.PENUTUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

### GAMBAR

1.1 Pencapaian Penjualan Produk Indihome Segmen Premium Cluster Witel Semarang & Witel Yogyakarta .....	4
2.1 Model Simple dari Proses <i>Marketing</i> .....	15
3.1 Tampilan depan PT. Telkom Regional IV (Jateng-DIY) .....	35
3.2 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Semarang .....	43
3.3 Paket Indihome.....	47
3.4 <i>FlowChart</i> Kerjasama.....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan *Customer Account Manager (CAM)*

Lampiran 2. Surat Keterangan Nilai

Lampiran 3. Daftar Hadir Peserta Kegiatan Kuliah Magang Kerja

Lampiran 4. Laporan Kegiatan Harian Peserta Kuliah Magang Kerja

Lampiran 5. Foto Magang Kerja

Lampiran 6. Foto bersama Tim CAM dan *Building Management*

Lampiran 7. Foto saat *Teleconference Meeting* bersama Tim APC PT. Telkom Regional IV Semarang

Lampiran 8. Foto PT. Telkom Regional IV Jalan Pahlawan No. 10 Semarang



