

ABSTRAK

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak terlepas dari kegiatan pemasaran (*marketing*), karena hampir setiap hari manusia melakukan kegiatan pembelian. Untuk itu perusahaan melakukan kegiatan pemasaran sebagai cara untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta untuk memperoleh laba sebanyak – banyaknya. Banyak perusahaan dengan gencar melakukan kegiatan pemasaran sehingga terjadi persaingan antar perusahaan

Dengan adanya persaingan tersebut, maka perusahaan harus mampu merencanakan kegiatan program pemasaran yang tepat sebagai kelangsungan hidup perusahaan yang dapat dikendalikan dengan baik. Banyak upaya-upaya yang dapat diselenggarakan oleh perusahaan dalam kegiatan program pemasaran, dimana perusahaan dapat memanfaatkan kegiatan-kegiatan usaha dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat.

PT. GRATIKA yang berlokasi di Gedung Dana Pensiun Telkom Lt.4, Jl.Letjen. S. Parman Kav. 56, Jakarta 11410 merupakan perusahaan yang bergerak dalam usaha telekomunikasi dan mempunyai beberapa cabang di kota-kota besar lainnya di seluruh Indonesia.

Pelaksanaan program pemasaran yang dilakukan oleh PT. GRATIKA adalah : membentuk produk jasa telekomunikasi, memenangkan persaingan, memudahkan proses penyampaian jasa telekomunikasi, memperkenalkan produk dan layanan serta keunggulannya, dibentuknya tenaga profesional dalam penyampaian jasa, serta menunjukkan kualitas jasa telekomunikasi. Sedangkan hambatan dalam pelaksanaan program pemasaran untuk meningkatkan pasar sasaran pada PT. GRATIKA yaitu: pesaing dan kurangnya kualitas sumber daya manusia. Adapun usaha untuk mengatasi hambatan tersebut yaitu dengan senantiasa mengembangkan ide-ide baru dan memberikan pelayanan yang baik serta melakukan pelatihan dan pengembangan tenaga kerja yang profesional di bidang pemasaran.