ABSTRAK

USULAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA PRODUK KARTU PRABAYAR TELKOMSEL *BRANCH* TASIKMALAYA

Oleh:
Desy Maria Dewi

MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG

Telkomsel *Branch* Tasikmalaya merupakan salah satu unit pelaksana fungsi pemasaran dari perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang bernama Telkomsel. Produk yang ditawarkan berupa kartu perdana dan jasa layanan telekomunikasi dalam bentuk *voice*, SMS dan data. Pada tahun 2017 terjadi penurunan penjualan yang mengakibatkan pertumbuhan pendapatan perusahaan cenderung menurun.

Untuk mengatasi masalah ini, analisis situasi perusahaan dilakukan untuk melihat strategi pemasaran yang sudah dijalankan oleh Telkomsel *Branch* Tasikmalaya (*segmenting, targeting, postitioning, marketing mix*), kondisi lingkungan internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT, serta analisis bisnis model dengan pendekatan *Business Model Canvas* untuk mengambarkan bagaimana perusahaan bekerja untuk menghasilkan pendapatan. Rekomendasi strategi pemasaran yang diusulkan untuk meningkatkan pendapatan yaitu akuisisi dan retensi. Akuisisi berfokus pada meningkatkan jumlah pelanggan baru dengan program: menambah jumlah outlet, mendorong penjualan, *winning youth and battlefield*, dan akuisisi pelanggan pesaing. Sedangkan retensi berfokus pada meningkatkan penggunaan layanan oleh pelanggan dengan program: 4G *migration* dan *Micro Campaign*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pendapatan, Pertumbuhan Pendapatan.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY RECOMMENDATION TO INCREASE REVENUE FROM PREPAID CARD PRODUCTS TELKOMSEL BRANCH TASIKMALAYA

by
Desy Maria Dewi

MAGISTER MANAJEMEN
WIDYATAMA UNIVERSITY
BANDUNG

Telkomsel Branch Tasikmalaya is one of the implementing unit of marketing function of telecommunication service provider company called Telkomsel. The offered products are in the form of starter pack and telecommunication services in the form of voice, SMS and data. In 2017 there was a decline in sales which resulted in a decline in the company's revenue growth.

To solve this problem, the company's situation analysis is carried out to see the marketing strategy implemented by Telkomsel Branch Tasikmalaya (segmenting, targeting, positioning, marketing mix), internal and external environment conditions using SWOT analysis, and business model analysis with Business Model Canvas approach describes how companies work to generate income. Recommended marketing strategies proposed to increase revenue is acquisition and retention. The acquisition focuses on increasing the number of new customers with the program: add outlet, push sales, winning youth and battlefield, and acquisition competitor. While retention focuses on increasing customer service usage with programs: 4G migration and Micro Campaign.

Keywords: Marketing Strategy, Revenue, Revenue Growth.