
STRATEGI PEMASARAN DAN DAYA SAING PT. TELEKOMUNIKASI SELULER

*by***Ary Wira Andika****Undiknas Graduate School**

Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

*arywira@gmail.com***ABSTRACT**

The title of the study is "Marketing Strategy and Competitiveness PT. Telekomunikasi Selluler (Telkomsel) Denpasar Bali". The purpose of this study was to determine management strategies PT. Telekomunikasi Selluler (Telkomsel) face the opportunities, threats, strengths and weaknesses in marketing their products and the right of marketing strategy for PT. Telekomunikasi Selluler (Telkomsel) to face competition, with analysis of the IE Matrix (Internal External) and a SWOT analysis of the strengths (strengths), weakness (weakness), opportunities (opportunities), threats (threats) at PT. Telekomunikasi Selluler (Telkomsel) Denpasar Bali.

The research method used is descriptive qualitative research method of analysis, SWOT Matrix, IFAS Matrix (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS Matrix (External Factors Analysis Summary).

The results were analyzed using matrix after IE indicates that the current PT. Cellular Telecommunications (Telkomsel) Denpasar Bali, can harvest or divestment strategy. Using a SWOT matrix shows the right strategy for Telkomsel is the strategy SO (Strengths Opportunities), which utilize all the power to seize and exploit opportunities as much as possible. Marketing strategy implemented by Telkomsel Denpasar Bali is correctly by using STP strategy (Segmenting, Targeting, Positioning) and 7P marketing mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence).

Keywords: SWOT Analysis, Analysis of IE, Management Strategy, Marketing Strategy

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah "Strategi Pemasaran dan Daya Saing PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) Denpasar Bali". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) menghadapi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan dalam memasarkan produknya serta strategi pemasaran yang tepat bagi PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) untuk menghadapi persaingan, dengan analisis Matriks IE (Internal Eksternal) dan analisis SWOT yaitu kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), ancaman (Threats) pada PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) Denpasar Bali.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis deskriptif kualitatif, Matriks SWOT, Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary) dan Matriks EFAS (External Factors Analysis Summary).

Hasil penelitian setelah dianalisis menggunakan Matriks IE menunjukkan bahwa saat ini PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) Denpasar Bali, dapat menerapkan strategi panen atau divestasi. Menggunakan Matriks SWOT menunjukkan strategi yang tepat diterapkan Telkomsel adalah strategi SO (Strengths Opportunities), yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi pemasaran

yang diterapkan oleh Telkomsel Denpasar Bali sudah tepat dengan menggunakan strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan strategi bauran pemasaran 7P (Produk, Price, Promotion, Place, People, Proses, dan Physical Evidence).

Kata Kunci: Analisis SWOT, Analisis IE, Strategi Manajemen, Strategi Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernard, J., and Ajay, K. (1993). Market Orientation: Review, Refinement, dan Roadmap, *Journal of Market Focused Management* **2**(12): 78-80.
- Basu. S., and Irawan. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan ketujuh. Yogyakarta.
- Darma, G.S. (2012). *100 Konsultasi Praktis Strategi Bisnis*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2006). The Impact of Information Technology Investment on the Hospitality Industry, *Jurnal MAKSI*, **6**(1): 1-22.
- Darma, G.S. (2006). *Optimalisasi Penggunaan Teknologi Informasi dan Kinerja Organisasi*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2006). *Manajemen Strategi: Solusi dalam Dunia Nir Kabel*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2006). *Mobile Marketing: Sebuah Strategi Keunggulan Bersaing Online*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2005). Teknologi Informasi, Kepuasan User, Kinerja User dan Kinerja Hotel di Bali, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, **17**(2):93-102.
- Darma, G.S. (2005). *88 Konsultasi Praktis Marketing Strategy*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (1999). *Information Technology and Organisational Performance: A Study of the Hospital Industry*, Southern Cross University, Lismore New South Wales Australia.
- Darma, G.S., and Lo, B.W.N. (1998). *Information Technology and Organisational Performance: A Survey of the Hospitality Industry*, Working Paper SoMIT 98/1, Australia: School of Multimedia and Information Technology Southern Cross University.
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia, Segmenting, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2002). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Lo, B., and Darma, G.S. (2000). Employee Perception of the Impact of Information Technology Investment in Organisations: A Survey of the Hotel Industry, *Australasian Journal of Information Systems*, **7**(2) : 32-51.
- Michael, E.P. (2003). *Keunggulan bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Michael, E.P. (2007). *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Jakarta: Kharisma Publishing Group.

Michael E. Porter. (1997). *Strategi bersaing teknik menganalisis industry dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.

Robinson, R.B., and Pearce, J.A. (1997). *Manajemen Strategis. Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi 1. Jakarta: Salemba.

Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT dan Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Steiner, G.M. (1977). *Management Policy and Strategy*. New York: Macmillan.

Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2.