# ABSTRAK

Zaman sekarang, internet merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi banyak orang karena dengan internet kita bisa mengakses dan menemukan segala informasi di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Di Indonesia sendiri jumlah pemakai internet selalu meningkat dengan peningkatan yang cukup besar.

PT Telkom sebagai salah satu penyelenggara layanan internet di Indonesia dengan merek yang diluncurkan yaitu Indihome. Dalam memperoleh konsumen yang loyal terhadap suatu merek tertentu, Indihome haruslah memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya, untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan maka setiap bisnis dituntut untuk membangun strategi yang tepat dan unggul dibandingkan dengan strategi pesaingnya. Maka perlunya pemasaran yang baik dari PT Telkom dapat membuka peluang untuk terus berkembang sehingga dapat mencapai tujuan dari usaha yang sedang dijalani yaitu meningkatkan penjualan, memuaskan konsumen, dan mendapatkan keuntungan.

Tujuan penelitian adalah (1) Mengatahui gambaran umum PT Telkom Dago

(2) Mengidentifikasi strategi pemasaran Indihome yang telah dilakukan oleh PT Telekomunikasi Indonesia dalam penjualan Indihome, (3) Mengetahui strategi bauran pemasaran Indihome yang tepat bagi PT Telekomunikasi Indonesia untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis (4) Mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran produk Indihome Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan penyebaran pertanyaan dengan manajemen perusahaan PT Telkom. Witel Dago Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, internet, literatur atau dokumen perusahaan. Alat analisis yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini adalah Analisis SWOT *(strengths, weakness, opportunities, threats)).* Berdasarkan analisis matriks SWOT dihasilkan 4 alternatif strategi pemasaran yaitu *Market Development Strategy, Product Development Strategy*, dan *Market Penetration Strategy.*

**Kata Kunci**: Indihome

# ABSTRACT

*Today, the Internet is a very important need for many people because with the internet we can access and find all the information around the world quickly and easily. In Indonesia alone the number of internet users always increases with a considerable increase.*

*PT Telkom as one of the internet service providers in Indonesia with the brand that was launched that is Indihome. In obtaining consumers loyal to a particular brand, Indihome must have certain advantages or advantages that are not owned by its competitors, to achieve success in the competition then every business is required to build a strategy that is precise and superior compared to its competitors strategy. So the need for good marketing from PT Telkom can open opportunities to continue to grow so as to achieve the objectives of the business being undertaken that is to increase sales, satisfy consumers, and gain profit.*

*The purpose of the study are (1) Mengatahui the general picture of PT Telkom Dago(2) Identify Indihome's marketing strategy that has been done by PT Telekomunikasi Indonesia in Indihome's sales, (3) Knowing Indihome's marketing mix strategy appropriately for PT Telekomunikasi Indonesia to compete with similar company (4) Know how factors influencing marketing strategy Indihome product The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data was obtained through interview and questioning with PT Telkom company management. Witel Dago Secondary data is obtained from literature studies, internet, literature or corporate documents. The analysis tools used in analyzing this research are SWOT Analysis (strengths, weakness, opportunities, threats)). Based on the SWOT matrix analysis, there are 4 alternative marketing strategies: Market Development Strategy, Product Development Strategy, and Market Penetration Strategy*

***Keywords:*** *Indihome*

# RINGKESAN

Kiwari, Internet mangrupakeun sarat pohara penting pikeun loba jelema alatan tina Internet bisa ngakses jeung manggihan sagala informasi sabudeureun dunya gancang sarta gampang. Di Indonésia sorangan, jumlah pamaké internét geus beuki jeung pamutahiran considerable.

PT Telkom salaku salah sahiji panyadia layanan internét di Indonésia jeung merk nu diawalan nyaéta Indihome. Dina tahap ngumpulkeun pamakéna anu satia ka brand husus, Indihome kudu boga kaunggulan atawa kaunggulan teu kasurupan ku pesaing na tangtu, dina urutan pikeun ngahontal kasuksésan dina kompetisi, unggal bisnis anu diperlukeun pikeun nyieun strategi katuhu sarta punjul dibandingkeun strategi pesaing na. Mangkana butuh pamasaran alus PT Telkom bisa muka kasempetan pikeun terus tumuwuh jadi saperti pikeun ngahontal tujuan usaha keur undertaken nyaéta pikeun ngaronjatkeun jualan, kapuasan customer, sarta kauntungan gain.

Tujuan ieu panalungtikan nya éta (1) ngenalan gambaran umum PT Telkom Dago(2) Nangtukeun Indihome strategi marketing anu geus dipigawé ku PT Telekomunikasi Indonésia jualan Indihome, (3) Nangtukeun strategi marketing campuran Indihome luyu pikeun PT Telekomunikasi Indonésia sangkan bisa bersaing jeung pausahaan sarupa (4) Nyaho kumaha faktor mangaruhan strategi marketing Indihome data produk dipaké dina pangajaran ieu aya data primér jeung data sekunder. Data primér diala ngaliwatan wawancara jeung inquiries jeung manajemén parusahaan PT Telkom. Dina panalitian ieu aya data primér jeung data sekunder. Data primér diala ngaliwatan wawancara jeung daptar patarosan jeung manajemén parusahaan PT Telkom. Data sekundér Dago Witels dicandak ti pustaka, internét, sastra atawa dokumén pausahaan. Alat nu analitik dipaké dina analisa ieu panalungtikan nya éta nganalisis SWOT (kaunggulan, kalemahan, kasempetan, ancaman)). Dumasar analisis matrix SWOT dihasilkeun opat strategi marketing alternatif, nyaéta Pasar Stratégi Kamekaran, Stratégi Development Produk, sarta Stratégi penetrasi Market.

Konci: Indihome