

Strategi peningkatan kontribusi pendapatan bisnis fixed telephone PT Telkom Divisi Regional II Jakarta

Hermawan Alfianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70760&lokasi=lokal>

Abstrak

Divisi Regional II Jakarta yang merupakan kontributor pendapatan terbesar PT Telkom (53%), masih mengandalkan bisnis telepon sebagai bisnis utamanya sekaligus merupakan sumber. pendapatan utamanya (76%). Permasalahan penurunan pertumbuhan pelanggan dan penurunan pertumbuhan produksi pulsa merupakan ancaman terhadap pertumbuhan pendapatan Divisi maupun PT. Telkom secara keseluruhan. Selain krisis ekonomi yang melanda Indonesia hingga saat ini sebagai salah satu faktor yang harus dihadapi, penurunan pertumbuhan pelanggan dan produksi merupakan gejala tahap kedewasaan produk telepon. Disisi lain, gejala semakin mendesaknya era pasar dan perdagangan bebas adalah tantangan yang tidak dapat dihindari.

Strategi yang berdasarkan pemanfaatan kekuatan dan kesempatan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman diperlukan untuk mengamankan bisnis telepon Divre H Jakarta. Dengan menyadari tahap kedewasaan produk maka strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat memberikan suatu solusi dalam upaya peningkatan kontribusi pendapatan telepon.

Strategi modifikasi pasar, modifikasi produk dan bauran pemasaran dipergunakan dalam upaya peningkatan pendapatan telepon, yaitu melalui peningkatan pertumbuhan pelanggan dan peningkatan produksi pulsa. Untuk menjamin keberhasilan upaya tersebut, diperlukan penerapan ketiga strategi tersebut secara bersamaan, hal ini dibuktikan dengan model perhitungan yang mengukur pengaruh penambahan saluran berbayar (LIS), peningkatan rate pulsa dan modifikasi segmen penambahan LIS terhadap peningkatan pendapatan telepon DIVRE II.

Regional Division II Jakarta as the biggest contributor of PT. Telkom revenue (53%), still hanging on the POTS business, as the main business while as the main source of revenue (76%). The revenue of Divre II is influenced by the growth of the telephone usage and the growth of customer number. The decreasing of the telephone usage is influenced by many parameters as economic crisis and the maturity of technology are deployed. On other hand, the open market and free trade era, come as a challenge that can't be avoided.

Refer to the actual condition of the POTS business, Divre II should implement the good strategy to enforcement the strength of company and to take the opportunity on existing market. Marketing strategy, the part of company strategy is implemented to solve the marketing problem for the maturity technology was deployed.

The simultaneous market modification, product modification and marketing-mix are used to increase the growth of the telephone usage and the number of customer for increase the pots revenue. Those conclusions proved by the calculating contributor simulations.