Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strategi pemasaran produk jasa Satelindo Telecast Services (Asia Link) di Direktorat Satelit PT. Satelindo (Indosat)

Yusup Widayanto, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=93073&lokasi=lokal

---

Abstrak

Satelindo Telecast Services (Asia Link) merupakan suatu jenis layanan produk telekomunikasi dengan memanfaatkan teknologi transmisi satelit yang memiliki peluang bisnis yang cukup besar untuk meningkatkan pendapatan PT. Satelindo. Pada kenyataannya tingkat penggunaan layanan jasa telecast sejak mulai diluncurkan pada tahun 1998 hingga sekarang angka pertumbuhannya kecil dan cenderung fluktuatif serta sangat bergantung pada kondisi sosial, politik serta keamanan nasional.

Tulisan ini membahas tentang bagaimana perkembangan bisnis layanan jasa telecast dilihat dari produk yang sudah dipasarkan, dimana bila ditinjau dari sisi pertumbuhan pendapatan menunjukkan kurangnya minat pelanggan untuk menggunakan layanan jasa telecast.

Pembahasan dilakukan dengan menggunakan alat bantu matrik internal dan eksternal, metode analisa SWOT, analisa produk serta analisa persaingan industri, dan dari hasil analisa tersebut diperoleh altematif strategi yang dianalisa dengan menggunakan matrik QSPM.

Dibandingkan dengan pesaingnya (PT Telkom), Asia Link masih lebih unggul dengan skor total 3,45 (skor PT Telkom: 3,32), serta berada pada kuadran I dengan strategi S-0 atau strategi agresif yaitu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan hasil analisa diperoleh strategi pemasaran yang diusulkan, yaitu: Peningkatan jangkauan serta kualitas layanan dengan melakukan promosi yang lebih efektif serta diiringi dengan penyesuaian tarif yang sesuai bagi pelanggan atau pengguna layanan.