

## ABSTRAK

### **PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK INDIHOME PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA WITEL LAMPUNG**

oleh:

**Muhammad Al Aqsha**

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom saja adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia dengan salah satu produk Indihome yang merupakan *bundling* dari internet cepat, telepon rumah, dan *usestv*. Telkom mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta. Telkom merupakan salah satu BUMN yang 52,09% sahamnya saat ini dimiliki oleh Pemerintah Indonesia, dan 47,91% dimiliki oleh publik.

Permasalahan dalam penulisan laporan ini adalah: Apakah penerapan strategi promosi produk IndiHome pada PT Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung sudah dilakukan dengan baik? Tujuan penulisan laporan akhir ini untuk mengetahui penerapan strategi promosi produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung apakah sudah baik". Metode yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah desain penulisan deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan data primer dan sekunder. Dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pihak yang terlibat selama PKL di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung.

Hasil penulisan dan penelitian dalam pelaksanaan bauran promosi penerapan strategi promosi produk IndiHome pada PT Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung menggunakan promosi yang meliputi: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan pemasaran langsung dan digital (*direct and digital marketing*) teridentifikasi beberapa komponen promosi belum sepenuhnya berjalan dengan baik dan dapat dikatakan masih tidak efektif dalam pelaksanaannya. Contohnya penjualan perorangan. Promosi tersebut belum dilakukan dengan baik dalam penerapan strategi promosi pada produk IndiHome. Sehingga perlu adanya peningkatan pada pelaksanaan promosi tersebut.

**Kata Kunci : IndiHome, Strategi Promosi, Bauran Promosi.**