

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN *INTERNET DEDICATED*
PADA PT APLIKANUSA LINTASARTA CABANG PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan untuk memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Niaga*



Oleh:

Marine Sofia Sari
05 086 008



**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**



No. Alumni Universitas	Marine Sofia Sari	No. Alumni Fakultas
------------------------	-------------------	---------------------

BIODATA

a). Tempat/Tanggal Lahir: Padang/06 Oktober 1987 b). Nama Orang Tua: H. Agusri c). Fakultas: Politeknik d). Jurusan: Administrasi Niaga e). No. BP: 05086008 f). Tanggal Lulus:). Prediket Lulus: h). IPK:..... i). Lama Studi: 3 tahun j). Alamat Orang Tua: Jl. Belawan no. 42/10 Tl. Bayur, Padang.

TINJAUAN BAURAN PEMASARAN *INTERNET DEDICATED* PADA PT APLIKANUSA LINTASARTA CABANG PADANG

Tugas Akhir D III Oleh Marine Sofia Sari Pembimbing I Nurhayati, S.E
Pembimbing II Dra. Fitri Adona, M.Si

ABSTRAK

Tinjauan bauran pemasaran *Internet Dedicated* yang dilakukan pada PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang (Lintasarta) bertujuan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan oleh Lintasarta dari segi produk, harga, promosi, distribusi, orang, proses dan sarana fisik. Manfaat penelitian ini adalah agar menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan: metode pengumpulan data (*library research* dan *field research*), metode analisa data menggunakan metode kualitatif yang berbentuk deskriptif.

Bauran pemasaran *Internet Dedicated* dari segi produk, Lintasarta memiliki 2 jenis produk/jasa, yaitu *Internet Dedicated* dan *Frame Relay*. Segi harga Lintasarta memberikan beberapa tingkatan sesuai dengan tingkat kecepatan produknya. Segi promosi, Lintasarta mempromosikan jasanya dengan menggunakan personal selling dan brosur sebagai media periklanannya. Segi distribusi, menggunakan distribusi Nol-Tingkat (langsung). Segi orang, Lintasarta memiliki karyawan yang sesuai dengan keahliannya. Segi proses, Lintasarta hanya melakukannya sesuai dengan prosedur yang diterapkan oleh Lintasarta pusat. Sedangkan dari segi sarana fisik, Lintasarta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan lulus pada tanggal: 25 Agustus 2008

Abstrak ini telah disetujui pengujian:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Nurhayati, SE	Emrizal, SE	Yenida, SE	Yosi Suryani, SE, Msi

Disetujui:

.....

Sarmiadi, SE
Nip.132 282 158



.....
Panda Tangan

..... telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapatkan nomor Alumni

.....	Petugas Fakultas/Universitas	
..... Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
..... Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berkembang dengan teknologi yang semakin canggih. Dalam era globalisasi dan kecanggihan teknologi saat ini telah tumbuh dan berkembang perusahaan milik pemerintah maupun swasta, baik menghasilkan produk baik maupun sebagai pendistributor berupa barang atau jasa. Untuk bisa bertahan dalam pasar yang peka terhadap perubahan dan penuh persaingan saat ini maka sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan untuk didistribusikan ke konsumen.

PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang (Lintasarta) adalah salah satu perusahaan jasa yang melayani konsumen di bidang Jaringan Telekomunikasi Data. Jasa yang ditawarkan oleh Lintasarta berupa *Frame Relay* dan *Internet Dedicated*. Pada industri Jaringan Telekomunikasi ini, PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang memiliki beberapa pesaing. Adapun pesaingnya adalah PT Telkom dan PT Indosat. Adanya beberapa pesaing ini, mengakibatkan Lintasarta harus memperhatikan kualitas jasa yang akan ditawarkan. Dengan adanya pesaing ini tidak membuat Lintasarta mundur, tapi justru menambah motivasi perusahaan untuk memasarkan jasa dengan teknologi yang lebih baik dari pesaingnya.

Dalam suatu kegiatan pemasaran, perusahaan harus mampu melaksanakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran penting dalam sebuah perusahaan, karena selama ini perusahaan sering dalam melakukan

penjualan produk atau jasanya hanya memfokuskan untuk mencari pelanggan sebanyak-banyaknya demi keuntungan perusahaan tanpa memperhatikan strategi bauran pemasaran. Adapun bauran pemasaran menurut Zeithaml dalam buku Huriyati (2000), terdiri dari: produk, harga, promosi, distribusi, orang, proses, dan sarana fisik, agar pelayanan jasa memiliki kepuasan tersendiri di mata masyarakat.

Keberhasilan pemasaran produk dengan kemajuan teknologi ini, membuat Penulis tertarik untuk meninjau bauran pemasaran yang dipakai oleh PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang agar tetap diminati oleh masyarakat, karena selama ini Lintasarta belum sepenuhnya menerapkan strategi bauran pemasaran dalam memasarkan produknya tersebut. Selama ini Lintasarta, dalam memasarkan produk atau jasanya hanya memfokuskan untuk mencari pelanggan sebanyak-banyaknya demi keuntungan perusahaan tanpa memperhatikan strategi pemasaran. Untuk itu Penulis ingin membahasnya dalam sebuah Tugas Akhir yang berjudul "Tinjauan Bauran Pemasaran *Internet Dedicated* Pada PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk bauran pemasaran yang diterapkan pada PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang, yang terdiri dari produk, harga, promosi, distribusi, orang, proses, dan sarana fisik.

BAB V

PENUTUP

Dari uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka sebagai penutup Tugas Akhir ini, Penulis memberikan suatu kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan PT Aplikanusa Lintasarta Cabang Padang.

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari uraian pada bab-bab sebelumnya adalah:

1. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh Lintasarta antara lain: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), distribusi (*place*), orang (*people*), proses (*process*), sarana fisik (*physical evident*).
2. Dari segi produk, Lintasarta memiliki 2 jenis produk atau jasa, yaitu: *Internet Dedicated* dan *Frame Relay*.
3. Dari segi harga Lintasarta memberikan beberapa tingkatan sesuai dengan tingkat kecepatan produknya.
4. Dari segi promosi, Lintasarta mempromosikan jasanya dengan menggunakan *Personal Selling* dan menggunakan brosur sebagai media periklanannya.
5. Dari segi distribusi, Lintasarta menggunakan distribusi Nol-Tingkat (langsung), yaitu produsen langsung menawarkan jasanya ke konsumen tanpa melalui pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2007. *Manual Book Integrated Service and Delivery System (ISDS)*. PT Aplikanusa Lintasarta.
- _____. 2007. *Marketing Planning of PT Aplikanusa Lintasarta*. PT Aplikanusa Lintasarta.
- Huriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Perhalindo.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia: Bogor Selatan
- Purbo, Onno. *Internet Wireless dan Hotspot*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia.
- Tanenbaum, Andrew. 2000. *Jaringan Komputer*. Jakarta: Prenhallindo
- Titik, Nurbiyati. 2005. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Jogyakarta: Kayon.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasta, Basu; Sukotjo, Ibnu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern, Edisi 3*. Yogyakarta: Liberty Offset.

