

## ABSTRACT

*The objective of this research was to analyze the effectiveness of web access application strategy and the marketing strategy activities for the next five years to increase sales and customer in PT Tugu Pratama Indonesia.*

*Secondary data as from company resources and primary data using questionnaires distributed to selected customer and end user were taken interviews with official group/department*

*The marketing strategy revealed that the company want to focus to improve marketing mix concept such as product with more features, price which is competitive, promotion will be more aggressive and people more qualified to increasing of sales and improvement of services*

*The result of this research concludes that it is important to have strategic marketing plan to increasing of sales and improvement service as competitive advantage as internal or external perspective.*

*Keywords : marketing plan, sales concepts, service concepts, web access*

## ABSTRAK

*Penulis mengidentifikasi efektifitas aplikasi web access dan kegiatan strategi pemasaran untuk 5 tahun kedepan dalam meningkatkan penjualan dan pelayanan nasabah pada PT. Tugu Pratama Indonesia*

*Pengumpulan data yang diperoleh dari perusahaan dan data utama yang dilakukan dengan distribusi kuesioner pada pelanggan tertentu dan pengguna aplikasi melalui interview dengan personel pada group / bagian terkait.*

*Strategi pemasaran menunjukkan bahwa perusahaan focus untuk meningkatkan konsep bauran pemasaran antara lain produk yang memiliki banyak fitur , harga yang lebih murah, promosi yang lebih agresif dan sumber daya manusia yang lebih memiliki kualifikasi yang kesemuanya untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan*

*Hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan strategic marketing plan mampu meningkatkan penjualan dan peningkatan layanan sebagai suatu keunggulan baik pada internal maupun eksternal perusahaan.*

*Kata kunci : marketing plan, konsep penjualan , konsep layanan, web access*