



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

Agustika Farell Renawati (44310110072)
Strategi *Promosi Layanan Paket Blackberry PT. Axis Telekom Indonesia* dalam
Meningkatkan Penjualannya Tahun 2012
(i-xi) halaman + 84 halaman : Lampiran : Daftar Pustaka (2000-2012)

ABSTRAKS

PT. Axis Telekom Indonesia adalah sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia. PT. Axis Telekom Indonesia mempunyai produk GSM dengan nama sama, "AXIS". PT. Axis Telekom Indonesia meluncurkan layanannya pada April 2008 dan kini tersedia di lebih dari 400 kota di seluruh pulau-pulau besar Indonesia, termasuk Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali, dan Lombok. Mengikuti perkembangan industri telekomunikasi yang selalu berinovasi, pada Axis sendiri, layanan paket blackberry *launcing* pada bulan Juni 2009 dan pada Tahun 2012 PT Axis Telekom Indonesia, khususnya Layanan paket Blackberry yang meningkat dari 200 ribu pelanggan menjadi 850 ribu pelanggan.

Penelitian ini mengacu pada pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan kualitatif yang digunakan adalah teori dari Freddy Ranguti lebih menfokus strategi Promosi. Strategi sales promotion merupakan strategi *sales promotion* terdiri atas serangkaian alat- alat prmosi yang digunakan untuk menambah nilai produk atau jasa sehingga tercapai tujuan penjualan.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada melalui observasi dan wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang telah dilakukan oleh layanan Paket Blackberry PT. Axis Telekom Indonesia dalam melalui strategi- strategi yang ada dalam teori *pull strategy* diantaranya berupa strategi premium, Strategi save melalui bundling, strategi cash back. Kesimpulannya, layanan Paket Blackberry PT. Axis Telekom Indonesia hanya menggunakan beberapa strategi menarik dalam mempromosikan guna meningkatkan jumlah pelanggan tahun 2012.

Kesimpulan berdasarkan penelitian ini layanan Paket Blackberry PT. Axis Telekom Indonesia menggunakan strategi promposisi *pull strategy* dan tidak semua jenis pull strategi promotion digunakan layanan Paket Blackberry PT. Axis Telekom Indonesia, yaitu Strategi Premium, Strategi *Bundling* dan Strategi *Cash Back*.