

ABSTRAK

MUHAMMAD DAFFA FARRAS.14819075. Strategi Komunikasi Pemasaran Unit *Business Service* PT.Telkom Witel Sukabumi dalam Meningkatkan Revenue

Kata Kunci: Strategi komunikasi Pemasaran, meningkatkan revenue, Unit *Business Service* PT. Telkom Witel Sukabumi

(xii+72+Lampiran)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Unit *Business Service* PT. Telkom Witel Sukabumi dalam meningkatkan revenue. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode kualitatif dan dianalisis menggunakan *Integrated Marketing Communications* (IMC). Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Unit *Business Service* PT. Telkom Witel Sukabumi dalam meningkatkan revenue adalah menggunakan konsep IMC antara lain yaitu seperti advertising yaitu menggunakan media social seperti youtube, facebook dan Instagram sedangkan media cetak yang digunakan yaitu brosur, sales promotion yaitu terdapat promo produk terbatas dan fitur kebijakan SBR, personal selling yaitu dengan mendatangi pelanggan, direct marketing yaitu dengan menggunakan telemarketing whatsapp, email, sms blast, telepon, interactive marketing yaitu dengan menggunakan whatsapp atau telepon sebagai media interactive dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau solusi, word of mouth yaitu terjadi secara otomatis dari pelanggan dilihat dari after sales, dan event marketing yaitu dengan mendatangi suatu event komunitas yang ada di Sukabumi, diantara strategi IMC tersebut yang paling menghasilkan revenue adalah personal selling karena personal selling adalah salah satu kegiatan pemasaran yang paling sering dilakukan dan menjadi prioritas untuk dilakukan, Selain itu, itu semua terjadi karena sudah membuat profiling dalam bentuk Segmentasi, Targeting dan Positioning. kemudian strategi komunikasi pemasaran yang tidak efektif akan dilakukan evaluasi dan di improve agar menjadi lebih baik.

Daftar Pustaka (2013 – 2022)