

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2    Tujuan Magang.....	2
1.3    Target Magang.....	3
1.4    Bidang Magang.....	3
1.5    Lokasi Magang.....	3
1.6    Jadwal Magang.....	4
1.7    Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7

2.1	Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
2.2	Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> (STP).....	8
2.2.1	Segmentasi Pasar ( <i>Segmenting</i> ).....	8
2.2.2	Target Pasar ( <i>Targeting</i> ).....	10
2.2.3	<i>Positioning</i> .....	12
2.3	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	14
2.3.1	Produk ( <i>Product</i> ).....	14
2.3.2	Harga ( <i>Price</i> ).....	15
2.3.3	Tempat ( <i>Place</i> ).....	16
2.3.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	16
2.4	Konsep Distribusi.....	17
2.4.1	Pengertian Distribusi.....	17
2.4.2	Saluran Distribusi.....	18
2.4.3	Jenis-jenis Saluran Distribusi.....	19
2.5	Peningkatan Target Penjualan dengan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	21
2.5.1	Pengertian Penjualan.....	21
2.5.2	Tujuan Penjualan.....	21
2.5.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	22
2.5.4	Jenis-Jenis Penjualan.....	23

2.5.5	Meningkatkan <i>Volume</i> Penjualan .....	25
2.5.6	<i>Key Performance Indicator</i> (KPI) .....	26
2.5.7	Indikator <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	26
BAB III .....		28
ANALISIS DESKRIPTIF .....		28
3.1	Data Umum .....	28
3.1.1	Sejarah PT Telekomunika Anugerah Mandiri .....	28
3.1.2	Visi, Misi, dan Nilai PT Telekomunika Anugerah Mandiri .....	29
3.1.3	Struktur Organisasi PT Telekomunika Anugerah Mandiri.....	30
3.1.4	Produk Yang Dijual .....	35
3.2	Data Khusus.....	36
3.2.1	Strategi Pemasaran PT TAM Dalam Meningkatkan Target Penjualan.....	36
3.2.2	Hambatan dalam Strategi Pemasaran Penjualan PT TAM .....	51
BAB IV .....		55
KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
4.1	Kesimpulan.....	55
4.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA .....		59
LAMPIRAN.....		62