

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN *BRAND EXPERIENCE* PADA

PT. TELKOM INDONESIA WITEL JATENG SELATAN

TUGAS MAGANG

Ditulis dan diajukan guna memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam

Indonesia



Disusun oleh:

Nama : Ryan Sanusi

Nomor Mahasiswa : 12311431

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan magang ini tidak terdapat karya tulis yang pernah diajukan dan ditulis oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana dari suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacukan dalam naskah laporan ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima sanksi atau hukuman apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 22 Februari 2016

Penulis



Ryan Sanusi

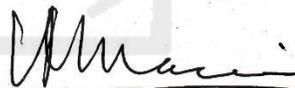
**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN BRAND EXPERIENCE PADA
PT. TELKOM INDONESIA WITEL JATENG SELATAN**

Nama : Ryan Sanusi
NIM : 12311431
Jurusan : Manajemen
Bidang konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 27 Februari 2016

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Alhasin. MBA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN BRAND EXPERIENCE PADA PT. TELKOM
INDONESIA RITEL JATENG SELATAN**

Disusun Oleh : **RYAN SANUSI**

Nomor Mahasiswa : **12311431**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 15 Maret 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Al Hasin, Drs., MBA.

Penguji : Muchsin Muthohar, Drs., MBA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

SURAT KETERANGAN

Nama : Setyo Purwono
Pekerjaan : PGS. Mgr HR WITEL Jateng Selatan Magelang

Menerangkan bahwa :

Nama : Ryan Sanusi
NIS : 12311431
Prodi : S1 Manajemen

Telah menyelesaikan Praktek Kerja Lapangan mahasiswa S1Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (Yogyakarta) di PT.Telkom WITEL Jateng Selatan Magelang dari tanggal 16 Nopember sampai dengan 18 Desember 2015.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Magelang, 18 Desember 2015

Mengetahui,



**Telkom
Indonesia**
the world in your hand

SETYO PURWONO
PGS MGR HR WITEL MAGELANG



MOTTO

”The Most Virtuous are Those Who Content Themselves With Being Virtuous Without Seeking to Appear So” –Plato-

”The True Sign of Intelligence Is Not Knowledge But Imagination” – Einstein-

“All humans are dead except those who have knowledge;and all those who have knowledge are asleep, except those who do good deeds;and those who do good deeds are deceived, except those who are sincere;and those who are sincere are always in a state of worry.”

Imam Shafi’i (rahimullah)

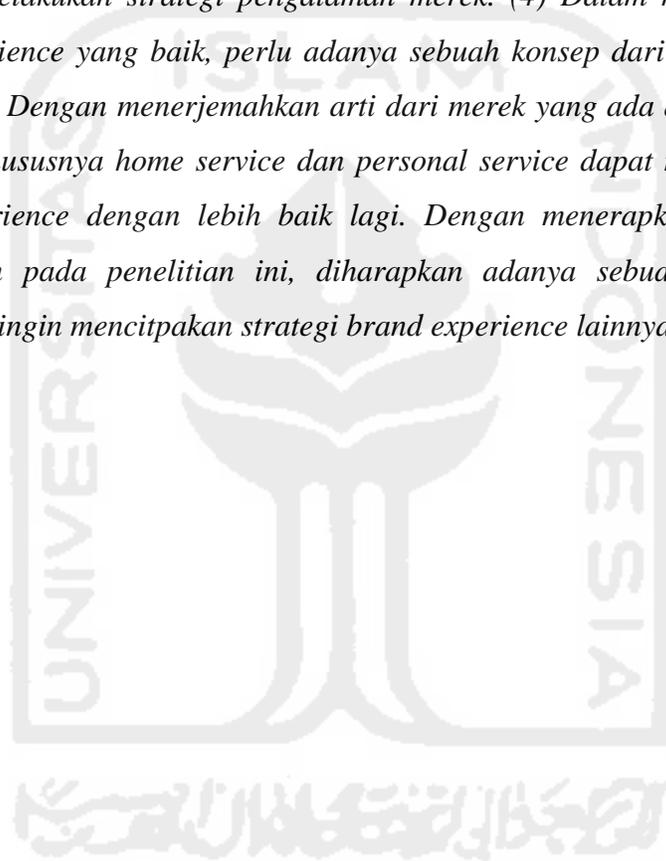
Abstraksi

Dalam laporan magang ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan dari strategi pemasaran brand experience di dalam perusahaan PT. Telkom Indonesia witel Jateng Selatan. Bagaimana penerapan brand experience yang ada melalui komponen yang ada yaitu Product experience, Shopping experience, dan Consumption Experience, sebagai sebuah touch points, dimana ketiga touch points tersebut merupakan titik dimana praktik strategi brand experience yang ada di PT. Telkom witel Jateng Selatan, disampaikan kepada konsumen mereka secara langsung. Selain bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran brand experience, laporan ini juga bertujuan mencari tahu permasalahan yang ada di perusahaan dalam menerapkan strategi brand experience.

Dalam laporan ini, penulis menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif, dimana penelitian ini bertujuan menggambarkan dan melihat bagaimana penerapan dari strategi brand experience. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara kepada tiga narasumber yang bertanggung jawab pada tiga sub-divisi yang ada di dalam divisi Customer Service dan EBIS. Pengumpulan data juga dilakukan dengan menggunakan cara observasi di lapangan.

Berdasarkan hasil dari penelitian dari kegiatan magang, penulis memberikan 4 rekomendasi kepada perusahaan terkait dengan perbaikan strategi brand experience, (1) Untuk menciptakan strategi pemasaran brand experience, perusahaan tetap mempertahankan dan tetap menjalin hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat aktif secara langsung, seperti menjalin kerja sama melalui komunitas atau event, dan yang bersifat pasif tidak secara langsung, seperti hadiah. (2) Dalam menciptakan strategi brand experience yang baik, diperlukan sebuah sistem yang dapat membangun budaya yang menciptakan nilai dalam setiap karyawan yang terlibat dalam strategi brand experience. Hendaknya perusahaan menciptakan nilai dan budaya tersebut dalam usahanya melakukan strategi

pengalaman merek, sehingga setiap manusia yang ada didalamnya dapat berintegrasi dalam membangun pengalaman bagi konsumen. (3) Dalam menciptakan strategi brand experience yang baik, diperlukan sebuah sistem yang dapat membangun budaya yang menciptakan nilai dalam setiap karyawan yang terlibat dalam strategi brand experience. Hendaknya perusahaan menciptakan nilai dan budaya tersebut dalam usahanya melakukan strategi pengalaman merek. (4) Dalam menciptakan strategi brand experience yang baik, perlu adanya sebuah konsep dari brand yang dimiliki perusahaan. Dengan menerjemahkan arti dari merek yang ada di perusahaan, divisi yang ada khususnya home service dan personal service dapat menciptakan strategi brand experience dengan lebih baik lagi. Dengan menerapkan teori yang telah dicantumkan pada penelitian ini, diharapkan adanya sebuah panduan apabila perusahaan ingin menciptakan strategi brand experience lainnya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan laporan akhir tugas magang dengan judul "Penerapan Strategi Pemasaran *Brand experience* pada PT. Telkom Indonesia Witel Jateng Selatan". Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat-Nya, sehingga kita dapat menikmati nikmat islam dan keimanan hingga sampat saat ini.

Penyusunan laporan akhir magang ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata – 1 dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam penulisan laporan ini, tentu telah melibatkan banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, rezeki, dan hidayahnya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan dan suri tauladan bagi penulis selaku umat muslim, serta telah berjuang demi kebenaran islam sebagai rahmatan lil alamin, sehingga penulis dapat menjadi mukmin yang baik.

3. Bapak Dr. Drs. Dwiprptono Agus Harjito, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Drs. AlHasin MBA selaku dosen pembimbing penulis, terima kasih atas waktu, saran, kritik, dan arahan yang telah diberikan sehingga penulisan tugas akhir ini dapat selesai dengan baik
5. Seluruh dosen, staf, dan karyawan yang telah membantu proses studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
6. Orang tua, Ir. Anwar Sanusi dan ibu Eha Saliha, yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril dan materil, serta kasih sayang yang dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Kepada adik – adik tekasih, Reza Syahputera, Cesario N. Anwar, Ruby M. Ramadhan, terimakasih doa dan dukungannya.
7. Terima kasih kepada ibu Sugiyono, nenek tercinta, beserta seluruh keluarga di Yogyakarta, yang telah direpotkan oleh penulis selama berkuliah di Yogyakarta, terima kasih atas dukungan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Bapak Setyo Purwono selaku manajer HR PT. Telkom Indonesia Witel Jateng Selatan (Magelang) atas izinnya untuk dapat melakukan magang
9. Bapak Sugeng Yunianto selaku dosen pembimbing lapangan, terimakasih atas peran dan dukungannya selama kegiatan magang berlangsung. Terima kasih kepada personil divisi *WarRoom*, bapak Widi, bapak Redi, Bapak Tri, dan mbak Vita, terima kasih atas bantuannya selama kegiatan magang.

10. Seluruh karyawan dan karyawan di PT. Telkom Witel Jateng Selatan yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas dukungan selama kegiatan magang berlangsung
11. Terima kasih teman – teman, *Bridging Class 2012*, Adi, Uyek, Ucup, Bayu, Wahyu, Angger, Cintya, Arif, Gilang, Putri, teman – teman satu konsentrasi pemasaran, dan teman – teman lain yang tak dapat disebutkan satu persatu namanya disini, terima kasih untuk doa dan dukungannya selama perkuliahan berlangsung.
12. Teman – Teman KKN unit 119, Dio, Hana, Alif, Imam, Ancal, Indira, Mia, Rizki, terima kasih bantuannya selama KKN di desa keprabon, kecamatan Polanharjo, Kab. Sleman.

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini masih jauh dari kata sempurna, maka saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi dari sebelumnya. Akhirnya kepada Allah SWT kita kembalikan segala urusan, karena hanya dengan seizin Allah-SWT semuanya dapat terjadi, dan semoga laporan magang ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya

Yogyakarta, 22 Februari 2016

Penulis