



**STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS
BAGI PELANGGAN INTERNET SERVICE PROVIDER
(Studi Kasus pada PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang)**

SKRIPSI

Oleh:

DANY EKA YANUAR

080210301005

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS
BAGI PELANGGAN INTERNET SERVICE PROVIDER
(Studi Kasus pada PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

DANY EKA YANUAR

080210301005

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT dan junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW, kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku. Ayahku Supangkat serta Ibuku Zulila Iskanti
2. Adikku yang kubanggakan (Sandy Setyawan).
3. Saudara-saudaraku (Bulik Nila, Paklik Shofwan, Paklik Bambang, Bulik Ninik, Azil, Mas Andik).
4. Kartika Ayu Kinanti tersayang, terimakasih atas semangat dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga ARPELU dan Keluarga LAPAS 23.
6. Semua teman-temanku dari Pendidikan Ekonomi yang tidak bisa kusebutkan satu persatu. Terima kasih.

MOTTO

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.

(Andrew Jackson)

Jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Al-Baqarah: 153)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dany Eka Yanuar

NIM : 080210301005

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Promosi Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Bagi Pelanggan Internet Service Provider** (Studi Kasus pada PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Desember 2013

Yang menyatakan,

Dany Eka Yanuar

NIM 080210301005

PERSETUJUAN

**Strategi Promosi Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Bagi Pelanggan Internet
Service Provider** (Studi Kasus pada PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh

Nama : Dany Eka Yanuar
NIM : 080210301005
Angkatan : 2008
Tempat tanggal lahir : Lumajang, 1 Januari 1990
Jurusan/program : P. IPS/Pendidikan Ekonomi

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

Dra. Retna Ngesti S, M. P
NIP: 19670715 199403 2 004

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Strategi Promosi Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Bagi Pelanggan Internet Service Provider** (Studi Kasus pada PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

hari, tanggal : Desember 2013

tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Sukidin, M.Pd

NIP. 19660323 199301 1 001

Anggota I,

Dra. Retna Ngesti S, M. P

NIP: 19670715 199403 2 004

Anggota II,

Drs. Pujo Suharso, M.Si

NIP. 19591116 196601 1 001

Drs. Joko Widodo, M.M

NIP. 19600217 198603 1 003

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember,

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd

NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

“Strategi Promosi dalam Upaya Menjaga Loyalitas Bagi Pelanggan Internet Service Provider (Studi Kasus pada PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang). Dany Eka Yanuar, 080210301005; 2013 : 86 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat dan menggantikan posisi perpustakaan atau buku yang merupakan gudang ilmu pengetahuan.

Berdasarkan hal tersebut maka banyak perusahaan-perusahaan yang bersaing untuk terus mengembangkan internet ini. Jasa penyedia internet ini disebut dengan *Internet Service Provider* (ISP) yaitu merupakan perusahaan atau badan usaha yang menjual koneksi internet atau sejenisnya kepada pelanggan.

Telkomsel merupakan perusahaan telekomunikasi raksasa dan juga jasa penyedia internet yang merajai industri telekomunikasi seluler di Indonesia. Adapun kelebihan dari Telkomsel adalah jaringan sinyal yang kuat dan berkualitas.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang ditujukan untuk mengetahui strategi. Dalam penelitian ini terdapat empat informan yang menjadi subyek penelitian, 2 informan (PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang) dan 2 informan lainnya (Pelanggan Telkomsel) di Lumajang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil gambaran mengenai strategi promosi PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang. Adapun beberapa strategi promosi yang dilakukan PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang adalah melalui periklanan dan promosi penjualan yang selalu menjadi andalan dari PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang.

Periklanan merupakan salah satu cara promosi yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memperkenalkan produknya dalam media tertentu. Dalam

hal ini PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang menggunakan periklanan dengan maksud agar konsumen yang belum mengenal PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang menjadi tahu akan adanya produk dan jasa-jasa Telkomsel. PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang menggunakan dua cara melakukan periklanan yaitu *Above the line* (Koran Lokal, berkeliling, di Radio atau sponsor dalam sebuah acara tertentu) dan *Below the line* (*pamflet* serta brosur yang di sediakan di galeri-galeri Telkomsel juga papan reklame dipasang di ujung jalan, persimpangan atau di jalan raya). Kemudian melakukan promosi penjualan dengan cara mengadakan *event - event* yang mengikutsertakan pelanggannya seperti *event workshop*, acara *live music* di kafe-kafe, juga *out bond*, bakti sosial, jalan sehat, dan *event-event* lain yang mendukung promosi penjualan. Terselenggaranya promosi penjualan ini erat kaitannya dengan adanya CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Dengan adanya suatu strategi promosi yang baik dapat menggugah minat dari masyarakat yang dibuktikan dengan pelayanan, csr, produk, dan cara-cara promosi yang baik pula. Disamping itu, pengenalan Telkomsel melalui promosi juga diutamakan, karena dengan promosi masyarakat akan bisa tahu dan pastinya memilih Telkomsel sebagai citra positif di dalam hati pelanggan. Hal ini membuat PT. Telkomsel menjadi andalan dan selalu mendapatkan hati di benak pelanggannya.

Kata kunci: Strategi Promosi, Loyalitas Pelanggan

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Bagi Pelanggan Internet Service Provider (Studi Kasus pada PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Pujo Suharso, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dr. Sukidin M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Retna Ngesti S. M.P selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta Drs. Pujo Suharso, M.Si selaku dosen pembahas dan Drs. Joko Widodo M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
6. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Supangkat dan Ibunda Zulila Iskanti terima kasih atas segala kasih sayang, bimbingan,dukungan dan doa yang tiada henti.

7. Saudara-saudaraku Sandy Setyawan, Bulik Nila, Paklik Shofwan, Paklik Bambang, Bulik Ninik, Azil, Mas Andik yang senantiasa mendukung dan mendoakan untuk terselesainya skripsi ini.
8. Kartika Ayu Kinanti tercinta dan tersayang, yang selalu ada untuk meluangkan waktu, menghibur, mendukung, membantu dan mendoakan, terimakasih atas semangat dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Semua teman-teman Arpelu (Arek PE Rongewu wolu) serta anak-anak Kost Lapaz 23.
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, Desember 2013
Dany Eka Yanuar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Promosi	13
2.2.1 Pengertian Promosi	13
2.2.2 Perangkat Strategi Bauran Promosi	14
2.2.3 Tujuan Promosi	17
2.3 Pengertian Loyalitas.....	20
2.4 Pengertian Loyalitas Pelanggan	21
2.4.1 Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perilaku dan Sikap	23
2.4.2 Loyalitas dan Siklus Pembelian Pelanggan.....	23
2.5 Kerangka Berfikir.....	25

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.3 Lokasi dan Subyek Penelitian.....	23
3.3.1 Lokasi.....	27
3.3.2 Subyek Penelitian.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6 Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis selama di lapangan.....	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.2 Struktur Organisasi.....	34
4.3 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	38
4.4 Temuan Penelitian.....	39
4.4.1 Deskripsi Proses Pelaksanaan Strategi Promosi.....	39
4.4.2 Program CSR PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang.....	46
4.4.3 Perbandingan Daftar Tarif Provider.....	52
4.4.4 Alat-alat Strategi Promosi PT.Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang.....	53
4.5 Faktor yang Mendukung Strategi Promosi.....	56
4.6 Faktor yang Menghambat Strategi Promosi.....	58
4.7 Bentuk Loyalitas Pelanggan.....	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR BACAAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peringkat ISP terbesar di Indonesia	3
Tabel 1.2. Paket Data Provider	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.2 Tugas-tugas Staf Broadband	37
Tabel 4.3.1 Staf PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang	38
Tabel 4.3.2 Subyek Pelanggan Setia Telkomsel di Lumajang	39
Tabel 4.4.3 Perbandingan Provider	52
Tabel 4.7 Tingkat Kesetiaan Pelanggan PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.5 Tahapan Proses Pengambilan Data	25
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang	35
Gambar 4.4.1 Latihan Dasar Kepemimpinan.....	43
Gambar 4.4.2 <i>Workshop IT</i>	47
Gambar 4.4.3 Bersih itu Sehat dan Santun	48
Gambar 4.4.4 Jalan Sehat.....	49
Gambar 4.4.5 Gaharu Lumajang <i>Community</i>	50
Gambar 4.4.6 <i>Universal Service Obligation</i>	51
Gambar Logo beserta alamat PT.Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang.....	87
Gambar PT.Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang bagian Marketing	87
Gambar Wawancara di PT. Telkomsel Tbk.Cabang Lumajang	88
Gambar Kinerja Karyawan PT.Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang.....	88
Gambar Kendaraan PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang untuk berpromosi	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik Penelitian	65
Lampiran B. Pedoman Penelitian.....	67
Lampiran C. Hasil Wawancara	68
Lampiran D. Transkrip Wawancara	76
Lampiran E. Lembar Bimbingan.....	82
Lampiran F. Daftar Riwayat Hidup	84
Lampiran G. Surat Ijin Penelitian	85
Lampiran H. Surat Hasil Penelitian	86
Lampiran J. Denah PT. Telkomsel Tbk. Cabang Lumajang	90