

ABSTRAK

ROBERT SUMANTRI, Strategi Pemasaran Pager Yang Efektif Dalam Menghadapi Pengaruh Keberadaan Handphone Pada PT. Intan Sriwijaya Elektronik Palembang, (dibawah bimbingan Drs. Amiruddin, MM, MBA dan Lina, SE).

Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang efektif dalam memasarkan *pager* untuk mengatasi keberadaan *handphone*. Dengan keberadaan *handphone* yang banyak memberikan kemudahan bagi para pemakai untuk berkomunikasi, menggeser posisi *pager* sebagai media komunikasi jarak jauh yang utama. Hal ini dimungkinkan karena banyaknya fasilitas yang dapat ditawarkan oleh *handphone* daripada yang dapat ditawarkan oleh *pager* yang hanya berfungsi sebagai penerima pesan. Salah satu fasilitas yang ditawarkan oleh *handphone* adalah fasilitas SMS (*Short Message Service*). SMS ini sifatnya hampir sama dengan *pager* yaitu untuk pengiriman dan penerimaan pesan. Pengiriman pesan melalui SMS ini dilakukan tanpa melalui operator, tetapi pesan yang dikirim langsung diketik di *handphone* kemudian dikirimkan ke nomor telepon yang dituju sedangkan pengiriman pesan melalui *pager* harus melalui operator. Dengan adanya SMS inilah keberadaan *pager* semakin tergeser. Yang menjadi objek penelitian pada skripsi ini adalah PT. Intan Sriwijaya Elektronik Palembang.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui penyimpangan-penyimpangan yang ada mengenai strategi pemasaran *pager* pada PT. Intan Sriwijaya Elektronik dan untuk mengetahui strategi pemasaran *pager* yang efektif.

Sebagai salah satu penyelenggara jasa layanan *pager*, PT. Intan Sriwijaya Elektronik berusaha untuk mengatasi pengaruh *handphone* yang begitu besar terhadap tingkat penjualan *pager* dengan menerapkan strategi pemasarannya. Antara lain dengan melakukan pengaturan strategi penetapan harga jual yang dipergunakan untuk mempertahankan minat konsumen untuk memakai *pager*, strategi promosi yang dipergunakan untuk mempertahankan tingkat penjualan dan pelanggan perusahaan dan strategi pelayanan purna jual (*after sales service*) dengan memberikan biaya jasa layanan secara gratis selama tiga bulan. Walaupun banyak usaha yang dilakukan oleh perusahaan tetapi hal itu tidaklah memberikan hasil yang optimal untuk jangka panjang.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi perusahaan, maka penulis mencoba memberikan kesimpulan bahwa usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan hanyalah *survive*, karena keberadaan produk dalam hal ini *pager* sudah tergantikan oleh *handphone* dengan berbagai macam fasilitas yang mendukung terutama fasilitas SMS-nya dan menunggu sampai fungsi *pager* dalam masyarakat sudah benar-benar tenggelam.