

LAPORAN AKTIVITAS MAGANG
DI PT INTI
BAGIAN ACCOUNT PRIVATE ENTERPRISE

Disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Mata Kuliah Magang pada program Studi S1

Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Institut Manajemen Telkom



INSTITUT MANAJEMEN
TELKOM

DISUSUN OLEH :

M. Bima Habibi Alamsyah 110400289

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

INSTITUT MANAJEMEN TELKOM

BANDUNG

2013

BAB I

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sekilas PT. INTI (persero)

INTI mulai dikenal sebagai pabrik perakitan pesawat telepon, radio transmisi di awal tahun 1970-an kami membangun kemampuan sebagai produsen sentral telepon digital (SDTI-INTI) di awal tahun 1980-an. Dengan STD1 dan STD1 K, INTI berhasil melakukan digitalisasi seluruh system telekomunikasi di Indonesia.

INTI membangun keunggulan di bidang konstruksi, rekayasa, penelitian dan pengembangan serta menjadi yang terdepan dalam membangun jaringan telekomunikasi baik jaringan tetap maupun bergerak. Memasang 60 persen jaringan system domestic atau lebih dari lima juta satuan sambungan tetap serta 2500 BTS dan MCS sebanyak 4 juta satuan sambungan bergerak di Indonesia.

Mulai tahun 2000, INTI membangun kemampuan di bidang teknologi dan menjadi produsen perangkat multimedia baik untuk konsumsi industry maupun ritel.

Saat ini, INTI memokuskan diri dalam enam bidang layanan solusi yaitu : System integrator jasa maintenance/managed service, pengembangan INTI genuine product, jasa seat management, content development, dan telco manufacturing. Untuk bidang manufaktur ini secara simultan INTI akan membangun kembali fasilitas yang dimilikinya dan sekaligus memperkuat fasilitas yang dioperasikan ana perusahaannya yaitu IPMS.

B. Sejarah PT. INTI

30 desember 1974 berdirilah PT. Industri telekomunikasi Indonesia sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Seiring dengan perkembangannya, PT. INTI memasuki masa keemasan dengan sukses melakukan digitalisasi telepon di seluruh Indonesia selama kurun waktu 1984-1994.

Antara tahun 1994-2000, PT. INTI melakukan transformasi bisnis manufaktur ke bisnis engineering (ISTI-infocom serviced technology integration). Sejak perkembangan tren

konvergenensi antara teknologi komunikasi dan telkonolgi informasi (IT), PT. INTI telah melakukan perubahan orientasi bisnis yang semula berbasis pure manufacture menjadi sebuah industry yang berbasis solusi ke sisteman, khususnya dalam bidang system infokom dan integrasi teknologi.

Di era tahun 2000-2004, PT. INTI mendirikan anak perusahaan dan usaha patungan yang berkaitan dengan core business-nya antara lain bidang CPE (Jtech Internasional), mekanik dan plastic (PT PINDAD bernama PT IMPS) dan bidang switching akses dari transmisi (SAGEM, MOTOROLA, ALCATEL).

Selanjutnya pada tahun 2005 sampai sekarang, sejumlah rangkaian yang terstruktur kini PT. INTI memantapkan langkah transformasi mendasar dari kompetensi berbasis manufacturing ke engineering solution. Hal ini akan membuat PT. INTI menjadi semakin adaktif terhadap kemajuan teknologi dan karakteristik prilaku pasar.

Dari pengalaman panjang PT. INTI sebagai pendukung utama penyediaan infrastruktur telekomunikasi nasional dan dengan kompetensi sumber daya manusia yang terus diarahkan sesuai proses transformasi tersebut, saat ini PT. INTI bertekad untuk menjadi mitra terpercaya dibidang penyediaan jasa profesional dan solusi total yang focus pada Infocom System & Technology Integrartion.

C. Profil PT. INTI

1. Visi

Menjadi pilihan pertama bagi para pelanggan untuk mentransformasikan “MIMPI” menjadi “REALITA”

2. Misi

- a) Fokus bisnis tertuju pada kegiatan jasa engineering yang sesuai dengan spesifikasi dan permintaan konsumen
- b) Memaksimalkan value (nilai) perusahaan serta mengupayakan growth (pertumbuhan) yang berkesinambungan

c) Berperan sebagai prime mover (penggerak utama) bangkitnya industri dalam negeri

3. Nilai

- Integrity

Artinya konsisten dalam tindakan maupun ucapan dengan berdasarkan pada norma-norma, nilai moral, etika profesi, dan bisnis yang berlaku, selalu jujur dan terbuka.

- Network

Membangun, memelihara, dan memanfaatkan jaringan kerja yang luas dan mendayagunakan kontak bisnis yang luas demi kepentingan organisasi

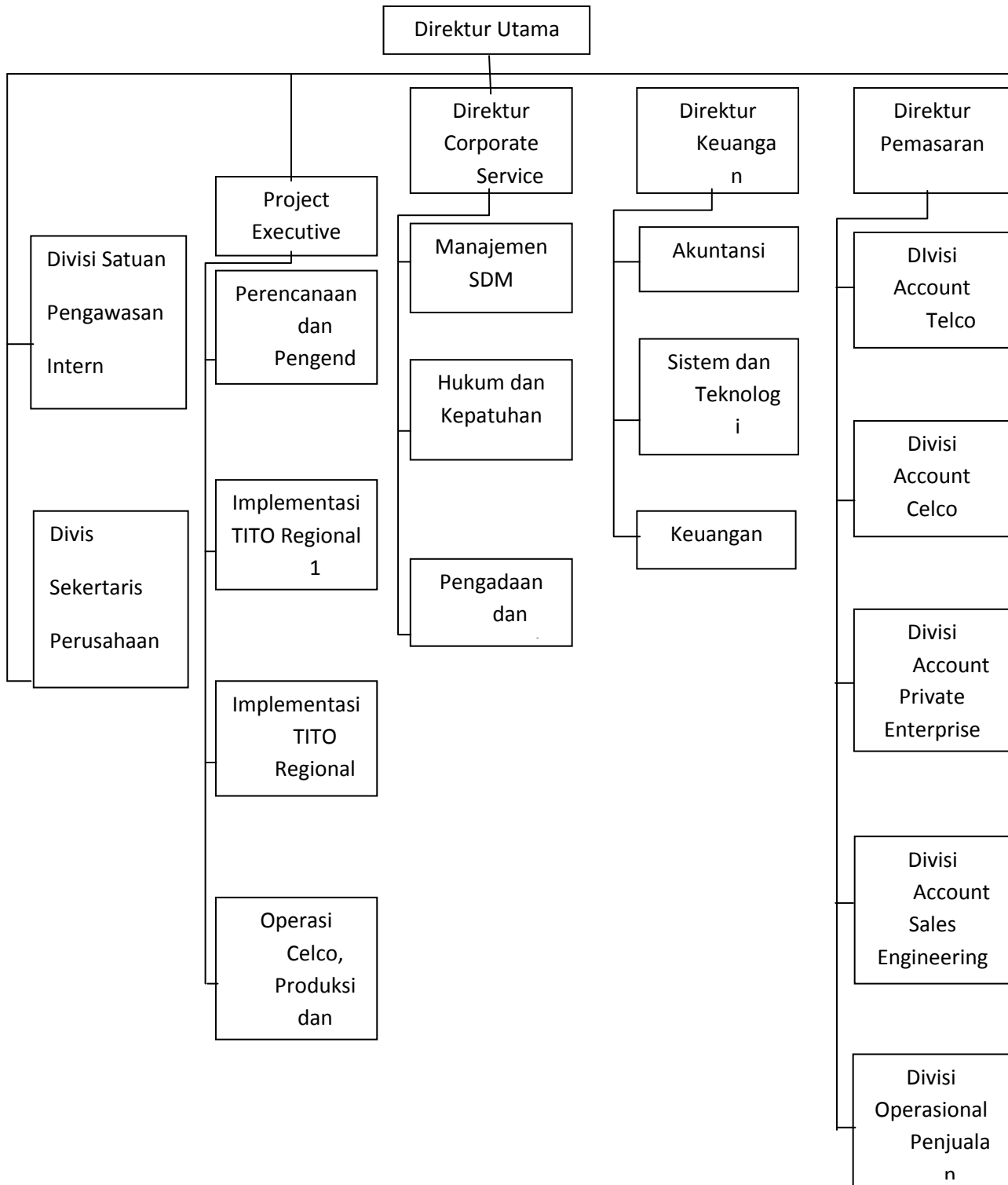
- Trust & teamwork

Kemampuan untuk bias mempercayai orang lain termasuk kepercayaan pada prosedur dan aturan main. Selain itu Mampu bekerja dengan kooperatif dan menempatkan diri dengan kelompok secara sinergi sebagai bagian dari perusahaan.

- Innovative

Menemukan dan menciptakan ide, pemikiran dan cara baru yang lebih baik dari sebelumnya.

4. Struktur Organisasi



D. Produk dan Layanan

PT. INTI memiliki produk baik yang dikembangkan sendiri maupun hasil kerjasama pengembangan dengan mitra R&D eksternal. Berikut produk yang dihasilkan oleh PT. INTI :

- iCN (INTI Compact NGN)
- iNG VWS (INTI Next Generation Video Messaging System)
- iTGW (INTI Trunk Gateway)
- IVAS Interface Monitoring System
- ISLiMS (INTI Subscriber Line Interface Measurement System)
- IMPA (INTI Multi Protocol Analyzer)
- INMS (INTI Network Management System)
- GPA (General Purpose Agen dari SCA (smart controller agent))
- iPMS (INTI Power Management System)
- SPFR (Sistem Pengendali Frekuensi/Radio)

E. Strategi Bisnis PT. INTI

Strategi PT. INTI dalam periode 2006-2010 difokuskan pada bidang jasa pelayanan infokom dengan penekanan pada pengembangan “Infocom System & Technology Integration (ISTI)”. Bisnis PT. INTI dalam kurun waktu 2006-2010 akan dipusatkan untuk memenuhi kebutuhan customer yang berbadan hukum. Jadi sifat bisnis yang akan dikembangkan PT. INTI adalah bersifat B to B. Dengan demikian target utama pembeli atau pengguna produk/jasa PT.INTI adalah operator-operator jasa layanan telekomunikasi, badan-badan pemerintah,khususnya bidang pertahanan dan keamanan, dan perusahaan-perusahaan baik swasta maupun BUMN.

F. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dari PT.INTI adalah sebagai berikut :

1. Aspek Produksi

PT.INTI mengelompokan solusi dan layanan bisnisnya ke dalam 6 (enam) portofolio yaitu :

- System Integrator
- Maintenance/managed service
- Product genuine
- IT-capex to opex
- Content (termasuk games)
- Re-utilize manufacturing

Tiga yang disebut pertama merupakan portofolio bisnis yang telah lama digeluti PT. INTI, sedangkan tiga sisanya merupakan portofolio bisnis yang baru bagi PT INTI . Solusi dan layanan PT INTI dalam system kelompok integrator telah dinikmati oleh operator-operator telkomunikasi Indonesia sejak tahun 1974.

Solusi dan layanan tersebut mencakup mobile communications, fixed communications maupun private communications.

2. Aspek pemasaran

Dalam aspek pemasaran, ditinjau dari 4P :

- Product

Produk yang ditawarkan PT INTI kepada customer adalah produk-produk yang terdapat dalam enam portofolio bisnisnya, seperti yang telah disebutkan sebelumnya PT INTI selalu menciptakan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh customer.

- Price

Mengenai harga, PT INTI menawarkan produk maupun jasa dengan harga serta kualitas yang kompetitif sehingga produk maupun jasa yang ditawarkan oleh PT INTI dapat diterima oleh customer.

- Promotion

PT.INTI memiliki customer yang mayoritas terdapat pada level korporasi, sehingga teknik promosi yang digunakan lebih kepada personal selling, pameran atau seminar maupun melalui website milik PT INTI

- Place

Produk-produk yang dibuat oleh PT INTI diproduksi dan didistribusikan secara langsung kepada customer melalui kantor pusat dan kantor cabangnya, yaitu :

Kantor Pusat Bandung :

Jl. Moch Toha No.77 Bandung-40253

Telp. (62-22) 520 1501

Fax (62-22) 520 2444

Email : info@inti.co.id

Kantor cabang Jakarta: setiabudhi building 2 lt 2,suite 201

Jl. HR . Rusuna said Kav. 62 Kuningan-Jakarta selatan 12920

Telp (62-22) 529 00829- 529 00826

3. Aspek Keuangan

Berdasarkan annual report PT. Inti, total penjualan setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan dan secara otomatis akan menaikkan laba setiap tahunnya. Berikut dijelaskan pada table 3.2 yang menunjukkan proyeksi keuangan dari PT. INTI.

TABEL 1.1
PROYEKSI KEUANGAN PT. INTI (DALAM MILYARAN RUPIAH)

No	Uraian / description	2007	2008	2009
1	Penjualan	724.37	937.52	1,307.58
2	Laba bersih	21.63	31..32	42.83
3	Ekuitas	512.54	536.51	568.69
4	Total Aktiva	679.56	704.05	921.93

Sumber : PT. INTI

4. Aspek SDM

PT. INTI memiliki karyawan berjumlah lebih dari 695 orang (maret 2009). Dalam meningkatkan kompetensi karyawannya PT INTI sering memberikan training yang berkaitan dengan bidang usaha perusahaan.

BAB II

AKTIVITAS DAN PENUGASAN MAGANG

A. LATAR BELAKANG

Menyadari betapa banyaknya tuntutan *profesionalitas* di dalam dunia kerja serta berkembangnya dunia teknologi dan informasi yang menuntut adanya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, keterampilan, dan keunggulan agar bisa bersaing di dunia bisnis dan perekonomian yang terus berkembang pada saat ini. Oleh karena itu, Institut Manajemen Telkom mengadakan program magang sebagai media pembelajaran dan pemahaman langsung di lapangan agar mahasiswa lebih mengenal keadaan dunia kerja sesungguhnya. Kegiatan magang ini mengarahkan para mahasiswanya untuk siap menghadapi dunia kerja nantinya.

Melalui kegiatan magang ini mahasiswa akan mendapat bekal pengalaman di dunia kerja. Mereka akan mendapat pelatihan dan pengembangan diri untuk menghadapi tugas dan lingkungan kerja nyata. Perpaduan antara teori dan praktek di lapangan inilah yang akan memacu mental setiap mahasiswa untuk senantiasa siap menghadapi dunia kerja yang dinamis dan kompetitif. Dengan mengikuti kegiatan magang ini, mahasiswa diharapkan untuk lebih siap dalam menghadapi persaingan di dalam lingkungan kerja.

B. Tujuan Kegiatan Magang

1. Tujuan Akademis

- a. Agar mahasiswa lebih paham dengan dunia kerja yang akan dihadapi.
- b. Mahasiswa tidak hanya memahami ilmu teori akan tetapi bias menerapkan secara baik di lapangan.
- c. Syarat tertulis dalam melengkapi perkuliahan S-1 program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika di Institut Manajemen Telkom.

2. Tujuan Perusahaan

- a. Dengan adanya program magang ini, maka akan membantu aktivitas operasional perusahaan PT. INTI di bidang *Account Private Enterprise*.
- b. Membantu perusahaan dalam memecahkan masalah yang terjadi dalam perusahaan.

C. Manfaat Praktek Magang

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

- Akan menambah wawasan mahasiswa pada dunia kerja.
- Mahasiswa bisa menerapkan teori secara langsung yang didapat saat perkuliahan.
- Mahasiswa akan siap untuk menghadapi dunia kerja setelah lulus nantinya.

2. Manfaat Bagi Institut Manajemen Telkom

- Menjalin hubungan yang baik antara institusi dengan perusahaan tersebut.
- Keberhasilan visi dan misi institusi dapat dilihat dari para mahasiswa yang mengikuti kegiatan magang.
- Mendapat nilai positif dari masyarakat luas.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

- Sebagai informasi media evaluasi yang dapat dijadikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan.
- Membantu perusahaan dalam menyelesaikan tugasnya
- Mahasiswa dapat memberikan kinerja optimal dan menerapkan materi yang telah di pelajari sehingga dapat meringkan beban perusahaan.

D. Ruang Lingkup Magang

Penulis telah melaksanakan kegiatan magang selama 30 hari kerja pada :

Tempat : PT. INTI (persero)

Jl. Moch Tohha No.77 Bandung-40253

Divisi : *Account Private Enterprise* di bawah bimbingan Bapak Agus Fathul.

Waktu : 30 hari kerja, terhitung mulai 4 Maret 2013 sampai dengan 22 April 2013.

E. Aktivitas Magang

Berikut ini adalah rincian aktivitas magang yang dilakukan penulis selama periode Maret - April 2013. Rincian aktivitas magang diuraikan dalam bentuk tabel berdasarkan periode per minggu kegiatan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Aktivitas Magang

No	Periode	Aktivitas Magang
1	Minggu ke- 1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Perkenalan pembimbing magang, pembahasan peraturan kantor, dan pengenalan lingkungan kerja PT. INTI ➤ Proses menentukan harga jual ➤ Meneliti Promosi yang dilakukan PT. INTI
2	Minggu ke- 2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengaudit dokumen pelelangan dengan dinas pekerjaan umum ➤ Mempelajari Surat Penawaran Harga yang dikeluarkan PT. INTI
3	Minggu ke- 3	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mempelajari proses penawaran ➤ Mempelajari kajian bisnis produk i-Perisalah
4	Minggu ke- 4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengikuti rapat intern tentang pengadaan i-Perisalah ➤ Membereskan data penjualan ➤ Meng-<i>install software</i>
5	Minggu ke- 5	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Memeriksa data penjualan i-Perisalah tahun 2012-2013 ➤ Mencari informasi perusahaan yang ingin menggunakan produk i-perisalah ➤ Membahas data penjualan i-Perisalah
6	Minggu ke- 6	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Memeriksa data penjualan i-Perisalah tahun 2011 ➤ Merinci harga fix i-Perisalah

		➤ Membuat SWOT i-Perisalah
7	Minggu ke- 7	➤ Membuat berita acara kerusakan barang ➤ Persentasi hasil laporan magang

F. Uraian Aktivitas Magang

- a) Melakukan rapat pertama, disini dijelaskan oleh pembimbing di PT.INTI bagian *account private enterprise*, Bapak Agus Fathul Barry mengenai PT.INTI, penjelasan aturan kantor dan penjelasan pekerjaan pada setiap divisi yang telah digambar di strukur organisasi.
- b) Diberi pengalaman oleh pembimbing untuk menganalisa harga jual pada saat *tender* untuk beberapa produk, sehingga mengetahui anggaran yang akan dikeluarkan dan anggaran yang akan di dapat setelah dilakukannya proses tender.
- c) Pembimbing member wewenang untuk meneliti promosi yang telah dilakukan oleh PT.INTI seperti promosi di media elektronik, sosialisasi dalam forum dan seminar, mengadakan pameran, wawancara beberapa stasiun TV, pencetakan brosur, dan melakukan audiensi langsung ke pemerintah.
- d) Karena pada saat proses *tender* dengan dinas Pekerjaan Umum bisa dibilang kalah maka dari itu saya diberi wewenang oleh pembimbing magang untuk membaca tender yang ada dan mencari tahu masalah yang menyebabkan *tender* kalah. Hari-hari berikutnya saya mempelajari surat penawaran harga yang diberikan oleh pembimbing.
- e) Di minggu ketiga penulis diberi tugas oleh pembimbing untuk mempelajari proses penawaran, mencari tahu apakah pada saat proses penawaran terjadi keuntungan atau kerugian pada salah satu pihak sehingga pada saat proses penawaran kedua belah pihak merasa nyaman akan harga dan spek barang yang di berikan. Selanjutnya mempelajari kajian bisnis untuk produk i-Perisalah apa kegunaannya, fungsinya untuk apa, dan cara kerjanya bagaimana.
- f) Rapat minggu keempat yaitu membahas dan mengembangkan penjualan i-perisalah. I-Perisalah merupakan salah satu teknologi pengenalan suara yang secara otomatis akan mentranskripkan semua ucapan. Lalu pada hari berikutnya

merapihkan data penjualan yang telah dipakai lalu *menginstal software* untuk menunjang kegiatan perkantoran.

- g) Di minggu kelima, penulis diberi tugas untuk memeriksa data penjualan i-perisalah tahun 2012-2013 sehingga mendapatkan informasi perusahaan mana saja yang telah memakai produk i-perisalah dan membahas data penjualan i-perisalah, lalu mendapat tugas untuk mencari perusahaan yang ingin menggunakan produk i-perisalah setelah di dapatkan data-data lalu diberikan pada pembimbing magang.
- h) Di minggu keenam, penulis diberi tugas untuk memeriksa data penjualan i-perisalah tahun 2011 sehingga mendapatkan informasi perusahaan mana saja yang telah memakai i-perisalah semenjak i-perisalah diluncurkan pada tahun 2010. Hari-hari berikutnya merinci harga *fix* i-perisalah apakah harga yang ditawarkan oleh PT.INTI bisa dikurangi agar harga terlihat lebih murah. Lalu oleh pembimbing diberi tugas untuk membuat SWOT dari produk i-perisalah itu sendiri.
- i) Di minggu ketujuh, penulis membuat berita acara kerusakan barang lalu mengeprint dan memfoto *copy*. Berita kerusakan barang ini bertujuan untuk adanya barang yang rusak dan di harapkan untuk melakukan retur penjualan.
- j) Hari terakhir penulis melakukan evaluasi kegiatan dan persentasi magang dengan pembimbing magang PT.INTI bagian *Account Private enterprise*.

G. Permasalahan Magang

1. Latar Belakang Permasalahan Magang

Manusia selalu menginginkan sesuatu hal yang baru dan seakan tidak pernah puas dengan keadaan yang telah tercapai sebelumnya. Hal ini yang mengakibatkan kegiatan manusia akan semakin meningkat dan kompleks. Manusia menciptakan dan mengembangkan perangkat-perangkat teknologi tinggi yang dapat membantu memudahkan dalam melakukan setiap kegiatan-kegiatannya. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi pada saat ini membuktikan bahwa sangat membutuhkannya untuk membantu setiap kegiatan sehari-hari. Sehingga mau tidak mau manusia harus mengenal dan menguasai perangkat teknologi informasi juga perangkat teknologi komunikasi.

Teknologi informasi dan telekomunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam berbagai aktivitas maupun kegiatan manusia, misalnya saja dalam berbagai kegiatan suatu lembaga atau organisasi yang saat ini sering menggunakan sejumlah perangkat teknologi informasi dan telekomunikasi dalam menjalankan kegiatannya. Mulai dari telepon, mesin fax dan computer itu hanya sebagian dari contoh-contoh hasil dari perkembangan teknologi IT tersebut. Bahkan saat ini sudah ada sebuah alat yang dapat menggantikan seorang notulis dalam sebuah rapat, alat tersebut dapat digunakan untuk melakukan transkripsi dalam sebuah pidato atau rapat secara otomatis. Banyak lembaga-lembaga organisasi baik swasta maupun negeri memiliki masalah yang sama yaitu dalam pembuatan suatu transkrip teks resume dalam suatu rapat, karena keterbatasan kemampuan seorang notulen yang bertugas melakukan tugas tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, PT.INTI yang merupakan satu perusahaan yang memproduksi dan memasarkan alat-alat telekomunikasi membuat suatu gebrakan baru dengan membuat suatu system yang berfungsi untuk membuat teks risalah hasil suatu rapat secara otomatis. Sistem tersebut diberi nama i-Perisalah. i-Perisalah merupakan sistem pengenalan wicara bahasa Indonesia yang digunakan untuk melakukan transkrip pidato atau rapat secara otomatis.

Akan tetapi dengan banyaknya perusahaan yang berkembang di Indonesia, produk i-Perisalah masih bisa di bilang sebagai produk yang masih belum mendapatkan target pasarnya sejak dikeluarkan pada tahun 2010.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan pemasaran produk i-Perisalah di PT.INTI, oleh karena itu dalam melaporkan kegiatan magang penulis mengambil judul “Analisis Peningkatan Penjualan Produk i-Perisalah”

2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana bauran pemasaran yang dimiliki oleh i-Perisalah?
- b. Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk i-Perisalah?

3. Landasan Teori

a. Intelijen pemasaran

Intelijen pemasaran menurut Kotler and Keller (2009:75), Intelijen pemasaran adalah kumpulan prosedur dan sumber daya yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang berbagai perkembangan dalam lingkungan pemasaran. Untuk mengumpulkan intelijen pemasaran dengan membaca buku, surat kabar, dan publikasi dagang, berbicara dengan pelanggan, pemasok, dan distributor, mengamati melalui media di internet.

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran untuk produk i-Perisalah yang meliputi Product, Price, Place, Promotion akan dijelaskan sebagai berikut

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen di dalam pasar. Produk secara luas menawarkan kepuasan atas keinginan dan kebutuhan termasuk barang secara fisik, jasa, informasi, ataupun ide.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah nilai yang dikeluarkan sebagai usaha untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Harga berperan penting sebagai pengganti nilai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga harus sebanding dengan kualitas dari produk yang ditawarkan.

3. Tempat (*Place*)

Place merupakan sarana dari perusahaan dalam menyediakan dan mendistribusikan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Hal ini sangat penting karena berhubungan langsung dalam mendistribusikan produk kepada konsumen.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan semua hal yang berhubungan dengan pemasaran produk atau jasa. Promosi adalah gerakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat.

4.Relevansi Teori dengan permasalahan

a. Bauran Pemasaran I-Perisalah

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi, hal yang harus dilakukan oleh i-Perisalah yaitu menganalisis bauran pemasaran produknya setelah itu menentukan target pasarnya. Seperti yang kita ketahui bauran pemasaran untuk produk dalam bisnis ada 4 yaitu product, price, place, promotion.

1) *Product*

Sitem dokumentasi risalah pertemuan merupakan elemen yang sangat penting bagi kepentingan aktivitas bisnis perusahaan maupun suatu lembaga organisasi. Masalah utama dalam pembuatan risalah pertemuan adalah lamanya proses transkrip yang dilakukan oleh notulasi. Untuk menjawab permasalahan tersebut PT.INTI bekerjasama dengan tim peneliti Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) mengembangkan sebuah system pengenalan wicara berbahasa Indonesia dengan nama i-Perisalah. I-Perisalah ini di bagi menjadi dua,yaitu :

- I-Perisalah Statis
- I-Perisalah Portable

2) *Price*

Kotler mengatakan bahwa harga merupakan salah satu sarana marketing mix yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasaran. Keputusan mengenai harga harus dikoordinasikan dengan keputusan yang berkaitan dengan desain produk, distribusi, promosi atau variabel marketing lainnya.

Hal tersebut juga dilakukan oleh ACC Group PE dalam menentukan sebuah harga produk seperti i-Perisalah. Dikarenakan produk system i-Perisalah hanya dibuat oleh PT.INTI saja dan tidak memiliki pesaing, maka dalam menentukan harga produk ini tidak berdasarkan pada harga competitor melainkan harga ditetapkan sesuai dengan desain produk, distribusi, promosi dan lain-lain. Berikut pada gambar 2.2 dijelaskan rincian harga i-Perisalah :

Gambar 2.2
Rincian Harga i-Perisalah

NO	DESKRIPSI	SPESIFIKASI	QTY	HARGA SATUAN (RP)	JUMLAH HARGA (RP)
1	Base, Unlimited Microfon Digital				
1.a	Base Platform i- Perisalah -Sistem Pengenal Wicara - Sistem Perisalah -Sistem Pendukung	Mampu menangani sampai dengan 255 mikrofon digital Transkip, Editing dan Iktisar	1	447,218,300	447,218,300
1b	Controller dan Transcription Melakukan transkripsi otomastis dan	Proses Multi Core Clock, \geq 2.13 GHz, Memory \geq 12 Gbytes, Storage \geq 2x146 GB,	1	44,900,000	44,900,000

	menyimpan data suara dan hasil transkripsi	Transcription Module			
1c	Monitor	17" LCD Monitor (Termasuk Mouse dan Keyboard)	1	1,320,000	1,320,000
1d	Segmentor V.2 Melakukan segmentasi terhadap audio yang masuk ke system serta menangkap id mikrofon, automatic amplification and compression, pengendali keamanan.	Mampu mensegmentasi suara yang masuk berdasarkan jeda bicara atau per periode waktu (untuk kondisi noise), serta mampu menangani sampai dengan 8 mikrofon analog dan dapat ditambahkan sampai dengan 88 mikrofon analog (kondisi menggunakan i-Security Box Modular)	1	30,920,200	30,920,200
1.e	Editor Mengoreksi kesalahan	Prosesor dengan clock $\geq 1.6\text{GHz}$, Memory $\geq 2\text{GB}$	1	5,417,000	5,417,000

	transkripsi	Storage \geq 146 GB			
2	Additional				
2.a	i-Security Box Modular Menangkap id mikrofon, automatic amplification and compression, pengendali keamanan	Menangani sampai 88 mikrofon analog	0	22,772,200	22,772,200
3	Material Installation				
3.a	Mounting Material	-UTP cable, connector cable UTP, Serial cable, Audio cable with connector RCA. - Standard close rack 19” rackmount Rack Unit	1	9,168,500	9,168,500
		TOTAL HARGA			538,944,000
		PPN 10%			53,894,400
		TOTAL HARGA + PPN 10%			592,838,400

(*sumber* : PT.INTI)

Kondisi :

1. Harga berlaku :
 - Untuk area Jakarta dan Jawa Barat
 - Tiga bulan sejak tanggal penawaran
2. Training dilakukan di tempat customer
3. Harga termasuk pendampingan selama 1 bulan

Optional :

Untuk pendampingan berikutnya per bulan adalah sebesar Rp. 40,927,900

4. Harga termasuk PPN 10% dan pajak lainnya
5. Garansi berlaku satu tahun sejak serah terima
6. Harga dapat berubah sesuai desain hasil survei

3) *Place*

Agar kekuatan penetrasi produk i-Perisalah sebanding dengan jumlah target pasar yang begitu besar, maka diperlukan distribusi yang mencukupi. Untuk itu perlu dipilih perusahaan distribusi yang mampu membantu PT.INTI untuk mengintensifkan penjualan. Pemilihan distributor yang qualified sangat perlu dilakukan untuk menjamin kegiatan distribusi. Kualifikasi yang harus dimiliki distributor untuk produk i-Perisalah adalah :

1. Memiliki kapabilitas dalam memasarkan produk teknologi informasi
2. Memiliki jaringan / akses terhadap target pasar
3. Memiliki familiarity terhadap proses pengadaan target pasar
4. Memiliki reputasi positif dalam usaha distribusi

4) *Promotion*

Promotion yang dilakukan PT.INTI untuk produk i-Perisalah adalah dengan cara :

- Melalui media elektronik seperti wawancara di stasiun TV.
- Sosialisasi dalam forum seminar – seminar.
- Mengadakan Pameran.
- Mencetak dan menyebarkan brosur.
- Melakukan audiensi langsung pemerintah dalam bentuk persentasi dan demo produk

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pengamatan yang telah dilakukan selama mengikuti kegiatan magang di PT. INTI ada beberapa hal yang dapat kami simpulkan berkaitan dengan permasalahan penjualan i-Perisalah di PT. INTI memiliki keunggulan produk yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Kualitas barang pun i-Perisalah memberikan yang terbaik untuk produk ini sehingga konsumen merasa nyaman untuk produk ini. Dari segi harga yang cukup mahal i-Perisalah cukup cocok dengan kemampuannya sebagai produk yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga perusahaan tidak perlu repot-repot lagi untuk membuat risalah secara manual dan memakan waktu yang cukup lama. Akan tetapi dengan promosi yang masih kurang produk i-Perisalah itu sendiri kurang dilihat oleh perusahaan-perusahaan sehingga perlu banyak promosi untuk produk itu sendiri.

B. Saran

1. Saran untuk PT.INTI

Berdasarkan kegiatan magang yang telah dilaksanakan oleh penulis selama 30 hari kerja serta pemahaman penulis mengenai Divisi Account Private Enterprise mencakup permasalahan kecil yang ada, maka penulis memiliki beberapa saran dan masukan yang mungkin dapat menjadi bahan untuk meningkatkan penjualan i-Perisalah, adalah:

- a) Perlu sekali melakukan modifikasi produk i-Perisalah ini, dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Contohnya dimodifikasi agar noise yang ditimbulkan oleh perisalah bisa dikurangi atau dihilangkan, i-Perisalah bisa digunakan dengan microphone analog dan membuat i-Perisalah berbasis b.inggris
- b) Melakukan riset bisnis untuk memperoleh target pasar yang baru
- c) Pada intinya, perlu diadakan suatu evaluasi menyeluruh terhadap produk ini, termasuk didalamnya strategi internal perusahaan yang bersifat adaptif.