

## **RINGKASAN**

**Evaluasi Efektivitas Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di PT Indonesia Comnets Plus SBU Regional Jawa Timur**, Alifia Vazqiyatur Rahmah, NIM D43222776, Manajemen Pemasaran Internasional, Jurusan Bisnis, politeknik Negeri Jember, Ratih puspitorini Yekti A. S.E., M.M. (Dosen Pembimbing) dan Bella Wati Novita Sari (Pembimbing Lapangan).

Program magang di PT Indonesia Comnet Plus (ICON+) dirancang sebagai wadah pembelajaran langsung bagi mahasiswa untuk memahami proses kerja industri telekomunikasi berbasis jaringan. Dalam program ini, peserta magang diperkenalkan dengan struktur organisasi perusahaan, ruang lingkup layanan ICON+, serta peran tiap divisi dalam mendukung operasional jaringan dan layanan digital PLN Group. Tahap awal pembelajaran ini mencakup orientasi, pengenalan budaya kerja, serta pemahaman mengenai standar K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) yang diterapkan perusahaan.

PT Indonesia Comnet Plus (ICON+) merupakan anak perusahaan PT PLN (Persero) yang bergerak di bidang penyediaan layanan telekomunikasi, teknologi informasi, dan solusi jaringan berbasis fiber optic. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan infrastruktur digital seperti layanan internet broadband, jaringan data, managed service, hingga solusi smart technology yang mendukung transformasi digital di berbagai sektor. ICON+ juga menyediakan layanan konektivitas untuk PLN serta banyak instansi pemerintah, perusahaan, dan pelanggan retail melalui jaringan telekomunikasi yang luas dan terintegrasi. PT Indonesia Comnet plus berlokasi di Jl. Ketintang Baru No.1, RW.3, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60231.

Pemasaran digital adalah sebuah proses atau strategi pemasaran yang memanfaatkan media dan teknologi digital untuk mempromosikan produk, layanan, atau brand kepada target pelanggan. Pemasaran ini dilakukan melalui berbagai platform online seperti media sosial, website, mesin pencari, email, aplikasi mobile, dan berbagai kanal digital lainnya. Dengan menggunakan pemasaran digital, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, lebih cepat, dan lebih efisien dibandingkan metode pemasaran tradisional. Selain itu,

pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk memantau perilaku konsumen secara real-time melalui data dan analitik. Hal ini membantu perusahaan memahami kebutuhan pelanggan, mengukur efektivitas kampanye, serta membuat strategi yang lebih tepat sasaran.