

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Telkom sebagai perusahaan penyedia jasa layanan internet dengan produk unggulan terbarunya yaitu *Indihome*. *Indihome* merupakan produk internet yang di luncurkan oleh Telkom sejak akhir tahun 2014, lebih mengutamakan kalangan rumah tangga sebagai target sasaran. Oleh karena itu, strategi *personal selling* yang diterapkan merupakan strategi yang paling efektif hal tersebut di dukung oleh beberapa faktor antara lain strategi *personal selling* PT. Telkom WITEL Yogyakarta merupakan strategi yang murah meriah karena tidak mengeluarkan biaya apapun.

Strategi *personal selling* PT. Telkom WITEL Yogyakarta terbagi menjadi tiga yakni *open table*, *door to door*, dan *outbond call*, ketiganya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dan merupakan bagian dari *push channel*. *Push channel* merupakan istilah PT. Telkom WITEL Yogyakarta untuk menyebut cara berpromosi dengan mendatangi pelanggan. *Open table* dan *door to door* merupakan strategi *personal selling* yang dilakukan secara *face to face* maksudnya tenaga penjual (*sales avenger*) terjun langsung mendatangi pelanggan. Namun keduanya memiliki perbedaan, *open table* dilakukan dengan cara *sales avenger* mendirikan *stand* di lokasi strategis yang telah di tentukan. Nantinya *sales avenger* akan menunggu pelanggan untuk mendatangi *stand open table*. Sedangkan

door to door merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara tenaga penjual (*sales avenger*) mendatangi calon pelanggan langsung kerumah untuk menawarkan produk *Indihome*. Berbeda dari keduanya, *outbond call* merupakan bagian dari strategi *personal selling* yang di lakukan oleh tenaga penjual (*costumer service*) dengan cara menghubungi pelanggan lama untuk menawarkan migrasi dari perangkat lama (*speedy*) ke perangkat baru (*Indihome*) melalui telepon.

Strategi *personal selling* PT. Telkom WITEL Yogyakarta juga saling melengkapi, dimana ketiga macam cara strategi *personal selling* tersebut saling meng'*handle* dalam perluasan pelanggan. Selain itu strategi *personal selling* merupakan alat promosi yang efektif untuk mencapai target penjualan jangka pendek maupun jangka panjang.

Dari ketiga strategi *personal selling* tersebut, *door to door* merupakan strategi yang paling efektif digunakan untuk perluasan pelanggan PT. Telkom WITEL Yogyakarta. Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa faktor yakni, *door to door* sebagai satu-satunya strategi *personal selling* yang dilakukan dengan mendatangi calon pelanggan langsung hal ini tentunya menjadi efektif untuk mempromosikan produk *Indihome* karena target sasaran utamanya merupakan rumah tangga. Selain itu dengan mendatangi pelanggan, tenaga penjual (*sales avenger*) dapat menganalisis calon pelanggan secara langsung, hal ini akan mempermudah tenaga penjual dalam menyesuaikan apa yang di butuhkan dan

bagaimana cara menghadapi calon pelanggan. Mempromosikan produk secara langsung kepada pelanggan juga akan membuat calon merasa di beri layanan yang baik. Berbeda dengan *open table* yang harus menunggu pelanggan untuk mendatangi *stand* dan juga *outbond call* karena pelaksanaannya hanya melalui telepon, tenaga penjual tidak bertemu langsung dengan calon pelanggan sehingga tidak dapat menganalisis calon pelanggan secara langsung. Selain itu dalam pelaksanaannya *door to door* rutin dilakukan setiap hari oleh sekitar 60 *sales avenger* yang terjun ke lapangan, berbeda dengan *open table* yang pelaksanaannya tidak tentu.

B. SARAN

1. Tenaga penjual (*sales avenger* dan *costumer service*) sebaiknya lebih sering diberikan sosialisasi dan arahan khusus mengenai produk *knowladge* agar dapat menginformasikan produk kepada pelanggan dengan tepat sehingga lebih mudah dalam menawarkan produk dan menarik minat konsumen.
2. Untuk kegiatan *door to door* dan *open table* sebaiknya dibuatkan jadwal khusus setiap minggu mengenai pelaksanaan jadwal kegiatan dan target lokasi yang harus di tuju. Hal ini akan membuat pelaksanaan kegiatan personal selling lebih mudah dan terarah.

3. Saat pelaksanaan *open table* sebaiknya *sales avenger* memberikan pemberitahuan seperti pengumuman melalui alat bantu pengeras suara, sehingga hal tersebut dapat mengundang perhatian masyarakat sekitar untuk mendatangi *stand*. Atau beberapa hari sebelum pelaksanaan *open table*, pihak PT. Telkom WITEL Yogyakarta membuat iklan mengenai pemberitahuan akan diadakannya *open table* di lokasi tersebut sehingga masyarakat yang berminat untuk datang akan menyiapkan waktu khusus untuk mendatangi *stand*.