

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai *personal selling* PT. Telkom WITEL Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan Wifi.id tahun 2018 dapat disimpulkan bahwa, sebagai produk layanan terbaru dari PT. Telkom, Wifi.id sebagai penyedia layanan *internet* yang baru muncul di tahun 2018, Wifi.id bertujuan untuk mengembangkan usahanya di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta menerapkan strategi *personal selling*.. Wifi.id ingin mengembangkan usahanya dan membuat promosi yang paling efektif untuk dipasarkan dan *personal selling* merupakan strategi yang paling diunggulkan oleh PT. Telkom Indonesia.

*Personal selling* Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta terdiri menjadi tiga, yaitu *door to door*, *open table*, dan *call caring* (telepon). Ketiganya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dan merupakan bagian dari kegiatan yang sudah dilakukan dilapangan. Dimana *door to door*, yaitu kegiatan *personal selling* dengan *sales* yang mendatangi pelanggan langsung ke lapangan, *sales* menawarkan produk Wifi.id. Lalu *open table* yaitu membuat *stand* di titik tertentu yang sudah ditetapkan. Tetapi pada *open table* ini calon pelanggan yang akan mendatangi *sales*. Berbeda dengan *door to door* dan *open table*, *call caring* juga kegiatan dari *personal selling*, tetapi cara

pekerjaannya berbeda. *Call caring* dalam pelaksanaannya tidak terjun ke lapangan, sehingga hanya bertugas dikantor saja, menunggu data yang dari *sales* yang berada di lapangan. Pendekatan kepada calon pelanggan perlu direncanakan sebaik mungkin, seperti pada tahap persiapan yaitu mencari dan mengelompokkan calon pelanggan. Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta perlu mempertimbangkan target sasaran dengan melakukan pemetaan terhadap konsumen potensial sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Mengetahui latar belakang calon pelanggan dari hasil pengamatan menjadi hal penting dalam menerapkan strategi *personal selling* ini. Selain itu penting bagi PT. Telkom WITEL Yogyakarta untuk mempersiapkan berbagai perlakuan terhadap berbagai situasi yang mungkin muncul saat bertemu atau bertatap muka langsung dengan calon pelanggan.

Dari tahap kegiatan *personal selling* yang dilakukan Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta saling melengkapi, dimana ketiga cara *personal selling* tersebut dapat saling menangani dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu *personal selling* merupakan alat promosi yang efektif untuk mencapai target yang diinginkan. Langkah-langkah yang dilakukan Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta, mulai dari mempersiapkan target sasaran yang akan dikunjungi sehingga dengan mudah menginformasikan produk dan membuat perjanjian untuk melakukan kunjungan. Setelah perencanaan tahap pendekatan *sales* menggunakan alat bantu untuk kegiatan *personal selling* di lapangan.

Terakhir dalam kegiatan *personal selling* perlu dilakukannya kegiatan evaluasi. Evaluasi secara menyeluruh menjadi agenda wajib yang berperan penting dalam memahami faktor penghambat dan pendukung selama proses *personal selling* yang dilakukan oleh *sales* dan tentang pencapaian target yang sudah diperoleh. Dengan itu PT. Telkom WITEL Yogyakarta dapat memperbaiki aktivitas *personal selling* selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Langkah yang disusun oleh Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta lalu di terapkan ke pelaksanaan yang baik dalam penerapan strategi *personal selling* ini berdampak positif bagi penjualan produk Wifi.id.

## **B. Saran**

1. Untuk Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta bisa meningkatkan sumber daya manusia (SDM), sehingga bisa lebih mengoptimalkan kinerja terhadap kegiatan *personal selling*.
2. Kegiatan *door to door* dan *open table* sebaiknya dibuatkan jadwal khusus, setiap minggu mengenai pelaksanaan jadwal kegiatan dan target lokasi yang harus dituju. Jadi hal ini akan membuat pelaksanaan kegiatan *personal selling* lebih terarah dan jelas.
3. Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta seharusnya menggunakan alat promosi lainnya untuk meningkatkan hasil dalam menarik pelanggan, sehingga promosi yang dilakukan dapat lebih maksimal terutama dalam *advertising*.

4. Untuk *sales* dan *costumer service* lebih sering diberikan sosialisasi *public speaking* dan arahan khusus mengenai produk. Tujuannya agar dapat menginformasikan produk kepada pelanggan dengan tepat sehingga lebih mudah dalam menawarkan produk dan menarik minat konsumen.
5. Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta sebaiknya melakukan evaluasi rutin dan terukr setelah pelaksanaan *personal selling*, sehingga apa yang menjadi kendala di lapangan bisa diminimalisir untuk kedepannya