

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* PT. TELKOM WITEL YOGYAKARTA DALAM
PERLUASAN PELANGGAN *INDIHOME* PERIODE JANUARI – DESEMBER 2016**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

NADYA NIFERTITI

20130530237

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta:

Hari, Tanggal : Jumat, 18 Agustus 2017

Tempat : Ruang Multi

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc

Penguji I

Penguji II

Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn.

Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
memperoleh gelar sarjana (S-I)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Haryadi Arief Nurasyid, S.IP, M.Sc

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadya Nifertiti

NIM : 20130530237

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Judul Skripsi : *Strategi Personal Selling* PT. Telkom WITEL Yogyakarta dalam Perluasan Pelanggan *Indihome* Periode Januari – Desember 2016.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Semua Sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Agustus 2017

Penulis



Nadya Nifertiti

HALAMAN MOTTO

“Your work is going to fill a large part of your life and the only way to be truly satisfied is to do what you believe is great work. And the only way to do great work is to love what you do”

-Steve Jobs-

“Man Jadda Wajada”

Barang siapa yang bersungguh - sungguh pasti bisa mencapainya.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat serta karunianya sehingga Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan karya skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta yang selalu menjadi motivasi untuk dapat menyelesaikan karya skripsi ini
- ❖ Kedua kakakku tercinta, Isabela Candrakirana dan Aditya Sanjaya yang selalu memberikan dukungan dan semangat
- ❖ Seluruh keluarga besar, Pakde, Bude, paklek, bulek, dan juga sepupu-sepupuku tercinta yang tidak hentinya memotivasi dengan pertanyaan “kapan wisuda?”

juga untuk teman-teman dan pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu mengiringi perjuangan saya dengan melimpahkan rahmat serta karunianya sehingga penulis di berikan kesehatan, kekuatan, serta kesabaran untuk dapat menyelesaikan karya skripsi yang berjudul **STRATEGI PERSONAL SELLING PT TELKOM WITEL YOGYAKARTA DALAM PERLUASAN PELANGGAN “INDIHOME” PERIODE JANUARI – DESEMBER 2016**

Karya skripsi ini ditujukan agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi dengan warna yang baru khususnya pada kajian strategi personal selling. Karya skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada penyelesaian karya skripsi ini banyak pihak yang turut terlibat memberikan kontribusinya dalam segala hal baik dukungan, do'a, motivasi, dan lainnya. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tuaku tercinta yang selalu menjadi acuan dan motivasiku agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Kedua kakakku tercinta Isabela Candrakirana dan Aditya Sanjaya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan masukan yang bermanfaat kepada penulis.
4. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si dan Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Si selaku dosen penguji seminar proposal yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingannya.
5. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA selaku dosen pembimbing informal yang meluangkan waktu dan memberikan masukan yang bermanfaat.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat terutama dosen Ilmu komunikasi, terimakasih atas pengalaman dan ilmunya yang diberikan.
7. Pak Jono, Mbak Siti dan seluruh staff Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan informasi serta memfasilitasi kelancaran proses penelitian ini.
8. Saya ucapkan terimakasih kepada Ibu Eni dan seluruh Karyawan/i PT Telkom Witel Yogyakarta yang telah membantu mempermudah proses penelitian ini. khususnya Bapak Qodri, Bapak Dwi, Bapak Kasdi, dan Mba Nurul yang telah bersedia meluangkan waktu menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2013, khususnya teman-teman Kelas F, dan Advertising 2013.

10. Terimakasih juga untuk *Partner for everything*ku Honic Prili Arwinda dan Desi Gita.
11. Rudi Saputra yang banyak di repotkan 2 semester belakangan ini, terimakasih untuk memberikan masukan dan dukungan dalam karya skripsi ini.
12. Terimakasih juga untuk Kak Farannisa Ramil, Fitria Wiranita, Agus Djelan, Rudi Siswanto teman seperjuangan dari semester I sekaligus *partner* piknik ehehehe

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 2 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10

D. Manfaat Penelitian	10
E. Penelitian Terdahulu	11
F. Kajian Teori	12
1. Strategi Promosi.....	12
2. <i>Personal Selling</i>	14
3. Komunikasi Persuasif dalam <i>Personal Selling</i>	20
G. Metodologi Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3. Teknik Pengambilan Informan.....	33
4. Teknik Analisis Data.....	35
5. Uji Validitas Data.....	36
6. Objek dan Lokasi Penelitian	37
BAB II GAMBARAN UMUM PT. TELKOM WITEL YOGYAKARTA	38
A. Sejarah dan Perkembangan PT. Telkom Inonesia	38
B. Profil dan Identitas PT. Telkom Indonesia	48
1. Tentang Telkom Indonesia.....	48
2. Logo dan Arti Logo.....	49
3. <i>Tagline</i>	51
4. Visi dan Misi.....	51
5. Strategi Perusahaan.....	52

6. Nilai- Nilai Budaya.....	53
7. Produk dan Jasa Unggulan.....	56
8. Manajemen Telkom Indonesia.....	57
C. PT. Telkom WITEL Yogyakarta	58
D. Struktur Organisasi PT. Telkom WITEL Yogyakarta	59
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Hasil Penelitian.....	63
B. Pembahasan.....	88
BAB IV PENUTUP	108
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand ISP FIXED</i> Indonesia 2016	2
Tabel 1.2 Penyediaan layanan <i>internet service provider</i> di Yogyakarta	3
Tabel 2.1 Daftar Struktur Organisasi PT. Telkom WITEL Yogyakarta	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Telkom Indonesia.....	49
Gambar 2.1 Paket dan Harga <i>Indihome</i> (Deluxe).....	56
Gambar 2.3 Paket dan Harga <i>Indihome</i> (Premium).....	56
Gambar 2.4 Paket dan Harga <i>Indihome</i> (Netizen I).....	57
Gambar 2.5 Paket dan Harga <i>Indihome</i> (Netizen II)	57
Gambar 3.1 Ketersediaan Jaringan <i>Fiber Optic</i> pada <i>Fiber Map</i> di Yogyakarta. 70	
Gambar 3.2 Seragam <i>Sales Avenger</i> lengkap dengan <i>ID Card</i>	73
Gambar 3.3 Brosur <i>Indihome</i>	73
Gambar 3.4 Mobil Dinas PT. Telkom WITEL Yogyakarta	74
Gambar3.5 Aplikasi <i>My Indihome</i> pada <i>Smartphone</i>	74
Gambar 3.6 Meja dan <i>X-Banner</i> untuk kegiatan <i>open table</i>	75

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Nadya Nifertiti (20130530237)

Strategi *Personal Selling* PT Telkom Witel Yogyakarta dalam Perluasan Pelanggan “Indihome” Periode Januari – Desember 2016

TAHUN SKRIPSI : 2017 + 116 Halaman

DAFTAR PUSTAKA : 26 buku + 7 sumber internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendiskripsikan strategi *personal selling* PT Telkom Witel Yogyakarta dalam perluasan pelanggan *Indihome* periode januari- desember 2016. Dari hasil penelitian ini ditemukan hasil bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan PT Telkom Witel Yogyakarta terbagi menjadi 3 cara yakni *open table*, *door to door*, dan *outbond call*. Ketiganya saling melengkapi sebagaimana untuk mencapai target perluasan pelanggan *Indihome* periode januari – desember 2016. Selain menjadi strategi promosi yang murah meriah karena tidak ada anggaran khusus untuk pelaksanaannya, *personal selling* juga merupakan strategi promosi yang paling efektif digunakan menasar pelanggan untuk target penjualan jangka pendek maupun jangka panjang. Sedangkan untuk tahapan pada pelaksanaannya dilakukan persiapan perencanaan kegiatan, persiapan alat (*tool*), persiapan tenaga penjual, teknik-teknik komunikasi persuasif yang digunakan, tahapan pelaksanaan, merancang pesan, hambatan apa saja yang biasa terjadi. Jika di tinjau dari pelaksanaannya yang paling efektif dari ketiganya yakni *door to door*. *Door to door* pada pelaksanaannya dilakukan dengan cara tenaga penjual mendatangi pelanggan. Berbeda dengan *open table* dimana pelangganlah yang harus mendatangi *stand open table* atau *outbond call* dimana pelaksanaannya dilakukan melalui media *telephone* sehingga tidak ada pertemuan langsung dengan calon pelanggan.

Kata Kunci : Strategi, *Personal selling*, Perluasan pelanggan