

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

