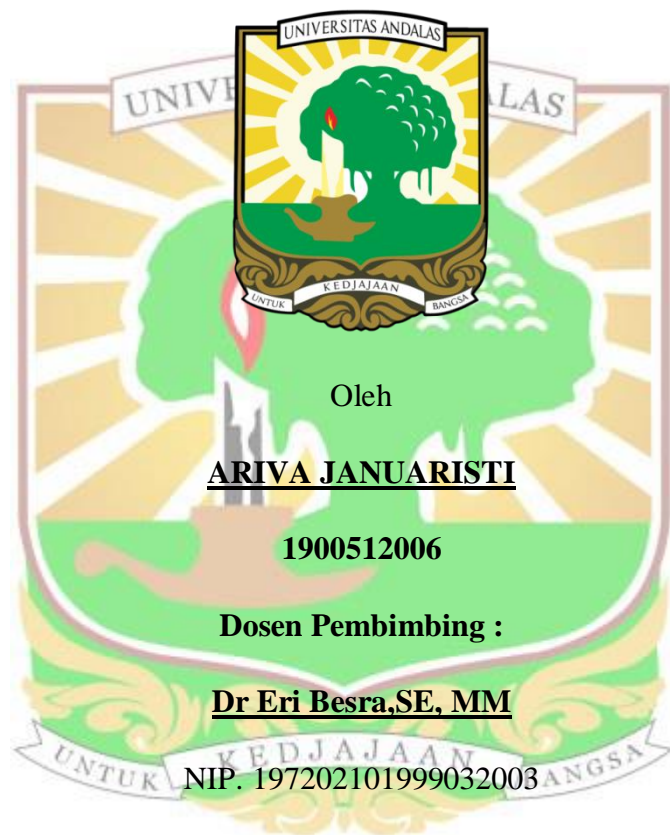


Tugas Akhir

**Peranan *Direct Marketing* Terhadap Minat Pelanggan Produk Indihome Pada
PT Telkom Indonesia Tbk Padang**

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Program Diploma III*

Fakultas Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

2022

ABSTRAK

Rumusan Masalah yang akan dibahas yaitu Apakah Peran Direct Marketing Terhadap Minat Pelanggan Produk Indihome pada PT. Telkom TBK Padang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Peranan Direct Marketing Terhadap Minat Pelanggan Produk Indihome pada PT. Telkom TBK Padang. Metode Magang Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi yang dilakukan selama 40 hari kegiatan magang. Metode ini dilakukan dengan cara mengamati suatu permasalahan yang terjadi, serta mengamati secara langsung peran Direct Marketing yang digunakan oleh PT Telkom Indonesia Padang untuk menarik minat pelanggan. Pada PT Telkom Indonesia TBK Padang strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya yaitu Direct Marketing. Kegiatan direct marketing yang dilakukannya cukup berhasil dalam menarik minat pelanggan, salah satunya yaitu kegiatan personal selling. Pada PT Telkom Padang, kegiatan Direct marketing yang sudah diterapkannya yaitu personal selling, Telemarketing, Online marketing, direct mail, Catalog, Televisi/radio, dan aplikasi. Hingga saat ini strategi yang paling efektif yang digunakan PT Telkom Padang untuk memasarkan produknya yaitu personal selling yang dilakukan oleh sales. Sales force pada Telkom sangat berperan penting dalam memasarkan produk indihome. Maka dari itu sales harus bisa berkomunikasi dengan dengan baik untuk menarik perhatian pelanggan agar terjalinnya hubungan baik dengan konsumen. Selain itu, dalam memasarkan produk indihome Telkom juga menggunakan strategi periklanan, jenis periklanan yang dilakukan indihome berupa penyebaran brosur, billboard, spanduk dan katalog. Dalam pemasaran ini biasanya brosur langsung disebar oleh sales-sales sedangkan billboard, spanduk dan lain-

lain dipajang ditempat keramaian seperti dipusat kota. Selain itu indihome juga menggunakan periklanan OOH (out of home) seperti iklan di kendaraan. Strategi ini cukup efektif dalam memasarkan indihome karena dilihat oleh masyarakat luas. Kesimpulan Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan direct marketing pada PT. Telkom Indonesia TBK Padang seperti yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Penerapan direct marketing yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia TBK Padang dalam memasarkan produknya yaitu personal selling, online marketing, direct mail, dan aplikasi My Indihome. Kegiatan pemasaran tersebut telah berhasil dalam meningkatkan angka penjualan per tahunnya, akan tetapi strategi yang paling efektif dalam menaikkan jumlah pelanggan yaitu Personal selling.
2. Kendala yang dihadapi oleh Telkom dalam kegiatan direct marketing. Pada personal selling kendala yang dialami yaitu sulitnya menjangkau pelanggan, dan menghabiskan banyak waktu karena tidak semua sales berhasil dalam menarik minat pelanggan. Selanjutnya terkadang saat sales berkunjung ke rumah pelanggan, pelanggan tidak ada dirumah. Dan kendala lainnya kurangnya etika sales, kurang ramah, dan kurang menguasai tentang indihome. Dalam online marketing kendalanya yaitu pelanggan yang kurang memahami iklan di sosial media, pelanggan yang kurang tertarik dengan suatu informasi sosial media. Kurang lengkapnya informasi yang didapatkan sehingga mereka tidak puas dengan apa yang didupatkannya. Sehingga online marketing memiliki respon yang tidak banyak di sosial media. Kendala pada direct mail yaitu masyarakat yang jarang membuka email, dan masyarakat yang sifatnya kurang suka membaca. Kebanyakan masyarakat menganggap suatu informasi yang berasal dari

email tidaklah penting. 3. Solusi dari kendala direct marketing pada Telkom yaitu, sales harus tekun dan semangat dalam memasarkan produk indihome, selanjutnya sales harus bersungguh sungguh dalam mengikuti pelatihan sales akademi, agar mereka tau etika dalam berkomunikasi ke masyarakat, dan agar mereka bisa menguasai semua yang bersangkutan dengan indihome. Selanjutnya solusi untuk pada online marketing, sebaiknya Telkom membuat iklan atau video iklan searik mungkin, dari segi warna, desain, bintang iklan, dan waktu penayangannya. Sehingga masyarakat tertarik untuk melihat iklan tersebut dan sehingga timbul rasa ingin tahu tentang indihome



