

TUGAS AKHIR

Aktifitas Personal Selling Dalam Pendistribusian Produk Telkomsel (fisik dan non fisik) Pada Kisel Klaster Padang Pariaman

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya
Manajemen Pemasaran dari Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas
Andalas*



Oleh

Ilham

1700512051

Dosen Pembimbing

Yanti, SE, MM

NIP.196312291988032001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

Peningkatan pertumbuhan pengguna smartphone membuat permintaan terhadap internet semakin tinggi. Perusahaan penyedia internet berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Telkomsel yang merupakan provider terbesar di Indonesia menjual produknya dengan strategi personal selling yang dilakukan oleh anak perusahaan Telkomsel yaitu Kisel. Aktifitas kegiatan personal selling yang dilakukan Kisel adalah hal yang menarik diikuti untuk dibuat penelitian dengan judul “Aktifitas Personal Selling Dalam Pendistribusian Produk Telkomsel (fisik dan non fisik) Pada Kisel Klaster Padang Pariaman” dengan rumusan masalah bagaimana aktifitas personal selling yang dilakukan Kisel dalam pendistribusian produk telkomsel. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktifitas personal selling dalam pendistribusian produk telkomsel pada Kisel klaster Padang Pariaman.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologi yaitu metode yang didasarkan pada data primer guna mendapatkan data-data yang penulis butuhkan yaitu data primer (wawancara). Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan dalam bentuk Praktek Kerja Lapangan/Magang guna memperoleh data yang akurat dengan keadaan yang sebenarnya, serta melakukan wawancara dengan pihak perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan analisa data yang telah diamati distribusi kartu perdana, voucher, dan kartu paket oleh para sales ke outlet yang telah berkerja sama, merupakan upaya memenuhi permintaan dari pelanggan Telkomsel yang sudah menjadi kebutuhan kebanyakan orang di Indonesia secara umum dan untuk meningkatkan pendistribusian jumlah tenaga penjual selalu di seimbangkan dengan produk dan pelanggan Telkomsel. Untuk meningkatkan kegiatan personal selling sebaiknya penempatan para sales harus di tambah dititik-titik ramai yang ada di kota Padang serta pemilihan perekrutan tenaga penjual yang kompeten dan paham dalam kegiatan personal selling.

Kata Kunci : Personal Selling, Sales, Target Penjualan, Menarik Perhatian Konsumen