

ABSTRAK

Nyarista Susilowati.180531100063.IlmU Komunikasi.*Digital Personal Selling Account Manager* pada Pelanggan Potensial PT Telkom BGES Witel Madura.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk dan implementasi *digital personal selling Account Manager* divisi *Business* , *Government* , *Enterprise Service* PT Telkom Witel Madura. Subjek dari penelitian ini adalah *Account Manager* di masing-masing segmen.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskrip. Pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara serta dokumentasi . Analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman dan teknik uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teori.

Dari hasil penelitian yang didapatkan dapat diketahui bahwa bentuk dan implementasi *digital personal selling* yang dilakukan *Account Manager* pada pelanggan PT Telkom BGES Witel Madura dapat mempermudah mengawali proses inisiasi dengan pelanggan dan juga membangun hubungan dengan pelanggan.

Kata kunci: *digital personal selling* , pendekatan personal, media digital , hubungan pelanggan.

Abstract

Nyarista Susilowati. 180531100063. Communication Science. Digital Personal Selling Account Manager to Potential Customers of PT Telkom BGES Witel Madura.

The purpose of this study was to determine the form and implementation of digital personal selling Account Manager Division of Business, Government, Enterprise Service PT Telkom Witel Madura. The subject of this research is the Account Manager in each segment.

This research method uses a descriptive qualitative approach. Collecting data using observation and interviews as well as documentation. Data analysis used the Miles & Huberman technique and the data validity test technique used source triangulation and theoretical triangulation.

From the research results obtained, it can be seen that the form and implementation of digital personal selling carried out by the Account Manager on PT Telkom BGES Witel Madura customers can facilitate the initiation process with customers and also build relationships with customers.

Keywords: digital personal selling, personal approach, digital media, customer relations.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kerangka Teoritis	12
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.2 Personal Selling	16
2.2 Kerangka Konseptual	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	29
3.4.1 Profil Narasumber	30

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Koleksi Data	34
3.6.2 <i>Display</i> Data (Penyajian Data)	35
3.6.3 Reduksi Data.....	35
3.6.4 Sajian Data.....	35
3.6.5 Verifikasi/Penarikan Simpulan	36
3.7 Teknik Keabsahan Data	36
3.7.1 Triangulasi Sumber	37
3.7.2 Triangulasi Teori.....	37
3.8 Lokasi Penelitian	38
BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	39
4.1 Profil Perusahaan Telekomunikasi Indonesia	39
4.2 Profil Divisi <i>Business Government Enterprise Service</i> (BGES) Telkom Witel Madura	45
4.3 Karakteristik Konsumen	51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
5.1 Strategi <i>Digital Personal Selling</i> dalam <i>Personal Approach</i> yang dilakukan <i>Account Manager</i> Divisi BGES Telkom Witel Madura	56
5.2 Implementasi Strategi Digital Personal Selling	59
BAB VI PENUTUP	101
6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Revenue BGES Madura Tahun 2021	8
Gambar 1. 3 Market Share Provider dan Dominasi Provider Internet di Madura...	9
Gambar 2. 1 Bauran Pemasaran	13
Gambar 2. 2 Variabel Bauran Pemasaran	14
Gambar 2. 3 4P to PC	16
Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data Interaktif	34
Gambar 4. 1 Perubahan Logo Telkom.....	42
Gambar 4. 2 Alur Permintaan Pelanggan.....	50
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi BGES Telkom Witel Madura	51
Gambar 5. 1 Percakapan dengan Pelanggan	60
Gambar 5. 2 Percakapan dengan Pelanggan	63
Gambar 5. 3 Percakapan dengan Pelanggan	64
Gambar 5. 4 Percakapan dengan Pelanggan terkait project baru	68
Gambar 5. 5 Percakapan dengan Pelanggan terkait project baru	69
Gambar 5. 6 Pertemuan dengan Universitas X	70
Gambar 5. 7 Screenshoot Percakapan Peneliti dengan Pelanggan Telkom	73
Gambar 5. 8 Pertemuan Direktur Operasional & SDM Toko Bagus dengan Manager , <i>Account Manager</i> , dan Mitra Telkom	75
Gambar 5. 9 Screenshoot Percakapan Peneliti dengan Pelanggan Telkom	76
Gambar 5. 10 Screenshoot Percakapan Peneliti dengan Pelanggan Telkom	78
Gambar 5. 11 Pertemuan dengan Pelanggan.....	79
Gambar 5. 12 Percakapan dengan Pelanggan	81
Gambar 5. 13 Presentasi layanan Satu Data.....	85
Gambar 5. 14 Penandatanganan Trial Layanan Satu Data.....	86
Gambar 5. 15 Percakapan dengan Pelanggan	90
Gambar 5. 16 Percakapan dengan Bagian Pengadaan IAIN Madura	91
Gambar 5. 17 Percakapan dengan Bagian Pengadaan IAIN Madura	92
Gambar 5. 18 Memperingati Hari Pelanggan Nasional	98
Gambar 5. 19 Memperingati Hari Pelanggan Nasional	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
---------------------------------------	----