



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**STRATEGI CANVASSER DALAM MENJUAL
PRODUK *WIFI MANAGE SERVICE* PADA
PT TELKOM INDONESIA (Persero) Tbk WILAYAH
TELEKOMUNIKASI BOGOR**



FADILA JOVAUDYXA ATRIA

NIM: 1905311120

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

HASIL PRAKTIK LAPANGAN KERJA

Diajukan untuk memenuhi persyaratan

Diploma III Politeknik

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2022



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Fadila Jovaudyxa Atria
NIM : 1905311120
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi *Canvasser* dalam Menjual Produk *Wifi Manage Service* pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Telekomunikasi Bogor
Depok, 03 Agustus 2022

Pembimbing I

Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc
NIP. 198801142019031005

Pembimbing II

Taufik Akbar, S.E., M.S.M
NIP 198409132018031001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP. 196501311989032001



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penerbitan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fadila Jovaudyxa Atria
NIM : 1905311120
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi *Canvasser* dalam Menjual Produk *Wifi Manage Service* pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Telekomunikasi Bogor

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 03 Agustus 2022
Waktu : 09.15 – 10.15

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc (.....)
NIP. 198801142019031005

Penguji 1 : Risya Zahratul Firdaus, S.I.Kom., M.Si (.....)
NIP. 1986090820122006

Penguji 2 : Dr. Dra. Eva Zulfa Nailufar., M.M (.....)
NIP. 195908261990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul **“Strategi Canvasser dalam Menjual Produk Wifi Manage Service pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Telekomunikasi Bogor”** yang dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Diploma (III) Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini selesai tidak terlepas dari dukungan, doa, bantuan dan nasehat berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M. i selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2021-2025
3. Taufik Akbar, SE., M.S.M selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis dan sebagai dosen pembimbing teknik penulisan yang telah mengoreksi dan memberikan arahan dalam penulisan laporan Tugas Akhir.
4. Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc sebagai dosen pembimbing materi yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan laporan Tugas Akhir.
5. Seluruh dosen jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta pengajaran yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh karyawan *Digital Service & Wifi* selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan dengan baik kepada Penulis selama PKL di PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Wilayah Telekomunikasi Bogor.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Kepada orang tua yang telah memberikan dukungan dan doa dalam penyusunan Tugas Akhir.
8. Laptop yang sudah kuat menemani saya selama kuliah hingga membuat Tugas Akhir.
9. Kepada diri saya sendiri yang sudah kuat dan berhasil hingga titik ini.
10. Kerabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah mendukung dan membantu hingga dapat diselesaikannya pembuatan penyusunan Tugas Akhir.

Dalam hal ini Penulis menyadari ini jauh dari kata sempurna dan kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dalam laporan Tugas Akhir menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi pembaca.

Depok, 11 Juli 2022

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Fadila Jovaudyxa Atria
NIM. 1905311120



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penulisan	2
1.4 Manfaat Penulisan	2
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6 Metode Analisis Data	4
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	5
2.2 Fungsi <i>Personal Selling</i>	6
2.3 Proses <i>Personal Selling</i>	6
2.4 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	8
2.4.1 <i>Segmentation</i>	8
2.4.2 <i>Targeting</i>	10
2.4.3 <i>Positioning</i>	11
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah Perusahaan PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk	13



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Purpose, Visi dan Misi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	13
3.2.1 <i>Purpose</i>	13
3.2.2 Visi dan Misi	13
3.3 Struktur Perusahaan.....	14
3.4 Profil PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Witel Bogor	15
3.5 Struktur Organisasi Witel Bogor.....	16
BAB IV PEMBAHASAN.....	17
4.1 Strategi <i>canvasser</i> DSW Witel Bogor Dalam Pencapaian Target Produk <i>Wifi Manage Service</i> (WMS).....	18
4.1.1 Klasterisasi Witel Regional Dua Untuk Penentuan Target	18
4.1.2 Angka Target DSW Witel Bogor dan <i>Canvasser</i>	18
4.1.3 Strategi <i>Canvasser</i>	20
4.2 Kendala Yang Dihadapi Oleh DSW Witel Bogor dan <i>Canvasser</i>	28
BAB V PENUTUP	30
5.1 Kesimpulan	30
5.2 Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	32
LAMPIRAN	33



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses <i>Personal Selling</i>	6
Gambar 3. 1 Struktur Perusahaan	14
Gambar 3. 2 LIS dan ALPRO	15
Gambar 3. 3 Struktur Witel Bogor	16
Gambar 4. 1 Data Angka Target DSW Witel Bogor	19
Gambar 4. 2 Data Angka Realisasi	19
Gambar 4. 3 <i>Flowchart</i> Proses Strategi <i>Canvasser</i>	21
Gambar 4. 4 Brosur WMS	22
Gambar 4. 5 Penyebaran Brosur	23
Gambar 4. 6 Visit Calang (Calon Pelanggan)	24
Gambar 4. 7 Absensi <i>Canvasser</i>	28

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Perbandingan Teori dan Praktek..... 26





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara 33





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perusahaan dalam membuat sebuah produk baik itu barang atau jasa, sesuatu yang mereka tawarkan pasti memiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk perusahaan lain. Dalam memenuhi sasaran perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atas produknya dibutuhkan pengembangan strategi agar masyarakat tahu bahwa ada produk yang mereka butuhkan dengan nilai lebih yang bisa mereka dapatkan. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan perusahaan penyedia komunikasi dan informasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia

Mengingat internet menjadi kebutuhan di masa kini untuk melakukan aktivitas, mencari data informasi, dan menyalurkan informasi. *Digital Service and Wifi* (DSW) mengenalkan produk *Wifi Manage Service* (WMS) kepada masyarakat untuk membantu para pengelola area publik seperti instansi, sekolah, universitas, tempat dagang (kafe, restoran, pusat perbelanjaan, dll), dan sarana umum untuk memberikan akses internet gratis bagi setiap pelanggan yang berkunjung. Namun, tidak menutup kemungkinan produk-produk yang dimiliki oleh DSW dapat dikonsumsi pribadi (sektor perumahan) tanpa harus memiliki area publik.

DSW Witel Bogor mempekerjakan *canvasser*, yaitu seseorang yang melakukan komunikasi secara langsung kepada pelanggan untuk menawarkan produk WMS. *Canvasser* memiliki peran penting untuk membantu DSW Witel Bogor dalam membangun citra WMS karena masih banyak yang tidak tahu akan keberadaan produk WMS dan membantu menaikkan pendapatan dalam penjualan produk WMS. Namun masih ada kendala dari strategi yang sudah dijalankan *canvasser* dalam menjual produk sehingga target tidak dapat tercapai sebagaimana mestinya.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menjabarkan target penjualan produk WMS, dan strategi para *canvasser* untuk mencapai target yang telah diberikan dengan menjadikannya sebagai Tugas Akhir dengan judul “**Strategi Canvasser dalam Menjual Produk Wifi Manage Service pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Telekomunikasi Bogor**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah ini, permasalahan yang akan dibahas pada topik Tugas Akhir ini ada sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi *canvasser* DSW Witel Bogor untuk menjual produk WMS?
- b. Apa saja kendala yang dihadapi oleh DSW Witel Bogor dan *canvasser*?

1.3 Tujuan Penulisan

Pada Tugas Akhir ini penulis menguraikan bentuk tulisan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan strategi *canvasser* DSW Witel Bogor untuk menjual produk WMS.
- b. Untuk menjelaskan kendala yang dihadapi oleh DSW Witel Bogor dan *canvasser*.

1.4 Manfaat Penulisan

Mengembangkan wawasan bidang penjualan dengan penerapan materi pada perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Bogor sekaligus menambah pengalaman dalam bidang kerja pemasaran agar menjadi tenaga kerja yang profesional dalam menjalankan profesi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Membantu PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Bogor dalam membantu tugas dan pekerjaan yang ada di perusahaan serta dapat memberikan ide dan saran positif kepada perusahaan.

Tugas Akhir dapat dijadikan sebagai bahan sumber referensi kepada para pelajar yang ingin mengetahui mekanisme kerja PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk khususnya dalam bidang pemasaran produk yang diterapkan oleh divisi *Digital Service and Wi-Fi* Witel Bogor.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk menyusun Tugas Akhir ada sebagai berikut:

a. Observasi

Melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis dengan observasi partisipasi moderat, dengan mengikuti paling tidak sedikit kegiatan yang telah diprogramkan oleh DSW Witel Bogor.

b. Wawancara

Mendapatkan informasi dengan sesi tanya jawab mengenai target hingga proses *canvasser* dalam membentuk strategi untuk mendapatkan pelanggan secara langsung kepada Manajer DSW Witel Bogor Ibu Mariana, dan *Canvasser* Ibu Liliek. (Dapat dilihat pada Lampiran 1)

c. Dokumentasi

Penulis melampirkan berbagai kebutuhan dokumen untuk melengkapi pembahasan tugas akhir ini seperti, struktur organisasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, struktur organisasi Telkom Witel Bogor, data target dan realisasi DSW Witel Bogor, dan dokumentasi kegiatan kunjungan lapangan.

1.6 Metode Analisis Data

Dalam pembuatan Tugas Akhir, penulis memilih untuk menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif dengan melibatkan data yang dikumpulkan mengenai penelitian program penjualan produk *Wi-fi Manage Service*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis mendapat kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Strategi *Canvasser* dalam Menjual Produk *Wifi Manage Service* pada Wilayah Telekomunikasi Bogor. Beberapa hal diantaranya dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Angka target yang diterima oleh DSW Witel Bogor yang berasal dari Direktur Konsumer sudah dijalankan oleh *canvasser* dengan ketiga strategi yaitu, *downline*, penyebaran brosur dan perilaku pasca pembelian. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan Witel Bogor dan mengenalkan produk WMS yang masih tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Strategi yang dilakukan oleh *canvasser* harus dikembangkan lagi agar realisasi target pada setiap bulannya dapat tercapai.
- b. Dibalik strategi yang telah dilakukan oleh *canvasser* masih ada kekurangan sehingga target setiap bulannya masih sulit untuk terpenuhi. Kendala tersebut banyak pada ODP yang tidak tersedia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah diuraikan, strategi yang dilakukan oleh DSW Witel Bogor untuk optimalisasi kerja *canvasser* dan strategi *canvasser* dalam menjual produk, menurut saya sudah baik, adapun saran yang dapat saya berikan, yaitu:

- a. DSW Witel Bogor berkolaborasi dengan Infomedia Nusantara untuk membuat sistem absensi agar DSW dapat tetap melihat kehadiran *canvasser* dan tujuan kunjungan harian *canvasser*. Infomedia Nusantara juga dapat

membuat kebijakan pemotongan kompensasi apabila ada absensi yang terlewat oleh *canvasser* sehingga, *canvasser* tidak mengabaikan absensi yang sudah disediakan.

- b. Memperbanyak jumlah *downline* dengan cara menjanjikan kompensasi dan mengajak seseorang yang sedang mencari pekerjaan sampingan. Selain membantu *canvasser*, orang tersebut juga akan mendapatkan kompensasi. Metode lain yang dapat dilakukan selain memperbanyak *downline* adalah memperbanyak kunjungan di lokasi yg mengelompok dan memberikan surat penawaran WMS kepada sekolah, resto dan kampus.
- c. Tim optima lebih sering melakukan survei di daerah berpotensi untuk segera membangun jaringan ODP agar calon pelanggan saat didatangi oleh *canvasser* dan ingin berlangganan dapat segera diproses.
- d. *Canvasser* bertugas mengawal dan membantu secara langsung di tempat pelanggan yang kesulitan dengan teknologi untuk mengisi kontrak digital.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Agustim, W. 2015. *Segmentation, Targeting and Positioning Analysis By Broadcasting Program Radio Mitra 97,0 Fm Batu City*. (<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/download/514/501> diakses 22 Maret 2022)
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Banjafnajor, A. R., dkk. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: Penerbit Caps
- Hidayat, R. S. 2017. Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. Vol. 6 No. 1 April 2017. (<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/336/280> diakses 22 Maret 2022)
- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: UNIVERSITAS UDAYANA.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Yulianti, F., dkk. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Zulkarnain, H. 2017. *Ilmu Menjual*. Yogyakarta: Expert



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Berasal dari mana data target?
2. Bagaimana kalkulasi dan kriteria angka target untuk *canvasser* dan DSW Witel Bogor?
3. Apa saja hambatan yang dihadapi selama proses komunikasi dengan *canvasser* dan bagaimana cara mengatasinya?
4. Upaya apa yang didukung oleh DSW Witel Bogor untuk membantu *canvasser* dalam pencapaian target?
5. Apa yang membuat Anda memilih PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk sebagai sarana berjualan?
6. Produk apa saja yang harus dijual?
7. Langkah apa yang dilakukan pada awal bulan untuk mencapai target?
8. Komunikasi seperti apa yang dilakukan Anda sehingga bisa menarik pelanggan untuk setuju berlangganan?
9. Apakah Anda memiliki strategi penjualan khusus?
10. Apakah hambatan selama berjualan dan bagaimana cara mengatasinya?