



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

# STRATEGI PEMASARAN SALES DALAM MEMASARKAN INTERNET *DEDICATED* PADA PT FIBER NETWORKS INDONESIA



**ELSE RODEARNI GIRSANG**

**NIM : 2005311075**

**TUGAS AKHIR  
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan

Diploma III Politeknik

**PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
2023**

## 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 mengemukakan 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 : Else Rodearni Girsang  
NIM : 2005311075  
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Sales dalam Memasarkan  
Internet *Dedicated* pada PT Fiber Networks  
Indonesia

Depok, 8 Agustus 2023

Pembimbing II

**Dr. Dra. Eva Zulva Nailufar, M.M**  
NIP. 195908261990032002

Pembimbing I

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

**Is 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, 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

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

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Else Rodearni Girsang  
NIM : 2005311075  
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Sales dalam Memasarkan  
Internet *Dedicated* pada PT Fiber Networks  
Indonesia

Telah berhasil dipertahanan 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 : Selasa  
Tanggal : 8 Agustus 2023  
Waktu : 10.30 – 11.30 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : **Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc**  
NIP. 198801142019031005  
Penguji I : **Fachri Aditya, M.M.**  
NIP. 199102062022031005  
Penguji II : **Hafniza Amir, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 196002261989032001





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 saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “**Strategi Pemasaran Sales dalam Memasarkan Internet *Dedicated* pada PT Fiber Networks Indonesia**”.

Penyusunan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Diploma III Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini yakni agar mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan dengan baik secara teori maupun praktik yang di dapat selama perkuliahan dan *job training* yang sudah dilaksanakan dalam bentuk laporan tugas akhir.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis telah mendapat banyak bimbingan, pengajaran, dukungan baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. sc. H Zainal Nur Arifin, Dipl.Ing, Htl., MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.
3. Taufik Akbar, S.E., M.S.M., selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta.
4. Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dari awal-akhir Tugas Akhir dapat ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Dra. Eva Zulva Nailufar, M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membantu untuk setiap Teknik penulisan laporan Tugas Akhir.
6. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta yang telag memberikan ilmu pengetahuan dalam pengembangan *soft skill* dan *hard skill* penulis selama masa perkuliahan.



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Seluruh karyawan bagian Sales (Account Manager) yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dengan baik kepada Penulis saat magang di PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur.
8. Kepada orangtuaku, kak Esa, & adikku Elia yang saya cintai. Terimakasih selalu memberikan semangat dan tak henti-hentinya menanyakan setiap proses Tugas Akhir ini. Terimakasih atas dukungan dan doa yang selalu kalian panjatkan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada bang Sahat terimakasih atas peminjaman laptopnya selama saya mengerjakan tugas akhir ini & dukungan doa semangat yang tak pernah putus.
10. Kepada teman kentel saya Chika & Elvinna, terimakasih atas kesabaran, ketulusan, & hati yang baik selama kita melakukan perkuliahan bersama. Dan selalu membantu saya saat tidak dapat hadir *offline* ke kampus karena harus bekerja. Terimakasih temanku kesayanganku.
11. Kepada diri saya yang sudah bertahan dan kuat hingga titik ini. Terimakasih Else. Dari awal-akhir semester kamu kerja dan kuliah di jam yang bersamaan. Terimakasih sudah mampu menyelesaikan tanggungjawabmu.
12. Kerabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu telah mendukung dan membantu hingga dapat diselesaikannya pembuatan penyusunan Tugas Akhir. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kesalahan didalamnya. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik, saran atau masukan yang dapat membangun dari pembaca. Semoga penulisan laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi siapapun.

Depok, 8 Agustus 2023

**Else Rodearni Girsang**  
**NIM. 2005311075**





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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	3
1.3 Tujuan Penulisan .....	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>5</b>
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....	5
2.2 Fungsi Strategi Pemasaran .....	5
2.3 Jenis Strategi Pemasaran .....	6
2.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	8
2.5 Tenaga Penjual ( <i>Sales Person</i> ).....	10
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>11</b>
3.1 Sejarah Perusahaan PT Fiber Networks Indonesia .....	11
3.2 Logo Perusahaan.....	12
3.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	13
3.4 Struktur Perusahaan .....	13
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>14</b>
4.1 Strategi Pemasaran Sales PT Fiber Networks Indonesia .....	14
4.1.1 Sales PT Fiber Networks Indonesia .....	16
4.1.2 Strategi Pemasaran yang dilakukan Sales PT Fiber Networks Indonesia.....	17



**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

4.2	Kendala Strategi Pemasaran Sales.....	28
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	30
5.1	Kesimpulan.....	30
5.2	Saran.....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	32
<b>LAMPIRAN</b>	.....	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 3.1	Logo Perusahaan PT Fiber Networks Indonesia.....	12
Gambar 3.2	Struktur Perusahaan PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur.....	13
Gambar 4.1	Brosur PT Fiber Networks Indonesia.....	18
Gambar 4.2	Kegiatan <i>Direct Selling</i> .....	19
Gambar 4.3	Postingan LinkedIn .....	20
Gambar 4.4	Respons Postingan LinkedIn .....	21
Gambar 4.5	Menawarkan Produk via Pesan LinkedIn.....	21
Gambar 4.6	Proses Penawaran dari LinkedIn menjadi Presentasi secara Langsung .....	22
Gambar 4.7	Email Sales Fibernet mengenai Perkenalan ( <i>Company Profile</i> )....	24
Gambar 4.8	Balasan dari Calon Pelanggan .....	24
Gambar 4.9	Email Sales Fibernet Mengenai Penawaran .....	24
Gambar 4.10	<i>Flowchart</i> Strategi Pemasaran .....	27

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Produk Internet <i>Dedicated</i> Fibernet.....	15
-----------	--	----





- 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 mengumunkan 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam menjalankan aktivitasnya masyarakat zaman sekarang tidak terlepas oleh penggunaan teknologi. Sebuah survei oleh Google mengungkapkan bahwa 90% interaksi atau aktivitas masyarakat dengan media difasilitasi oleh teknologi yang semakin canggih seperti ponsel pintar, tablet, laptop, dan televisi. Hal ini menjadi sangat penting dalam kehidupan di masa kini sehingga masyarakat mampu menghabiskan waktu yang lebih dari empat jam dari waktu senggang setiap hari ataupun aktivitas dalam bekerja secara berurutan dan bersamaan. Dibalik segala interaksi itu, internet merupakan tulang punggungnya. Lalu lintas global tumbuh dengan sangat cepat dari tahun 2000 ke 2014, menghubungkan empat dari sepuluh orang di dunia untuk dapat berkomunikasi atau menyalurkan informasi. Untuk mendukung adanya perkembangan zaman yang semakin maju, maka diperlukan adanya internet.

Internet menjadi kebutuhan di masa kini untuk melakukan aktivitas, mencari data informasi, dan menyalurkan informasi. Melihat pentingnya internet di zaman sekarang, banyak perusahaan yang menawarkan produk internet untuk dapat digunakan dan dapat membantu aktivitas masyarakat. Perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya untuk tetap mampu berkembang dengan produk yang dipasarkan. Dalam membangun atau mengembangkan usaha, tentunya tidak terlepas dari strategi pemasaran karena produk yang ditawarkan harus diketahui oleh masyarakat. Terkadang membuat perusahaan selalu dihadapkan dengan berbagai masalah yang terjadi di pasar. Persaingan yang ketat dalam pemasaran produk barang maupun jasa, memicu perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahan pasar dan memilih strategi yang tepat. Salah satu perusahaan internet di Indonesia atau biasa disebut sebagai *Internet Service Provider* yang menawarkan produk internet dan terus mengembangkan strategi pemasarannya dari waktu ke waktu adalah PT Fiber Networks Indonesia.





## © 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

PT Fiber Networks Indonesia merupakan perusahaan penyedia jaringan telekomunikasi/*Internet Service Provider* yang mempekerjakan Sales (Account Manager), yaitu seseorang yang melakukan komunikasi secara langsung atau tidak langsung kepada pelanggan untuk menawarkan produk *Internet Dedicated*. Sales (Account Manager) juga memiliki peran penting untuk membantu PT Fiber Networks Indonesia dalam membangun citra *Internet Dedicated* karena masih banyak yang tidak tahu akan keberadaan produk ini dan membantu menaikkan pendapatan dalam pemasaran produk *Internet Dedicated*.

Sales (Account Manager) mengenalkan produk *Internet Dedicated* kepada masyarakat atau lebih khususnya kepada perusahaan untuk membantu para pengelola area publik seperti perusahaan, sekolah, universitas, tempat dagang (kafe, restoran, pusat perbelanjaan, dll), dan sarana umum untuk memberikan akses internet gratis bagi setiap penggunanya. *Internet Dedicated* adalah jaringan koneksi internet yang pada umumnya digunakan untuk bisnis, seperti untuk gedung perkantoran ataupun *co-working space*. *Internet Dedicated* berbeda dengan *Internet Broadband* yang dikenal pada khalayak umum. Biasanya *Internet Broadband* digunakan di rumah, dan kecepatan / *performancenya* akan terbagi kesetiap pengguna atau perangkat. Sales memiliki peran yang penting dalam memperkenalkan produk *Internet Dedicated* yang dimana banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaannya, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar tidak terjadi kegagalan dalam memasarkan produk internet.

Dalam praktik pemasaran di lapangan, masih terdapat masalah-masalah yang dihadapi Sales PT Fiber Networks Indonesia. Masyarakat banyak yang belum mengetahui fungsi *Internet Dedicated*, perbandingan harga dengan produk internet lainnya, penolakan saat ingin berkomunikasi, belum adanya jaringan internet di lokasi pelanggan. Menjadi masalah yang dihadapi menjadi tantangan untuk Sales Fibernet dalam memasarkan produk *Internet Dedicated*. Maka dari itu, bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Sales sangat penting untuk mengkomunikasikan dengan media apapun untuk dapat meningkatkan penjualan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk menyusun laporan tugas akhir yang berjudul “**Strategi Pemasaran Sales Dalam**



**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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Memasarkan Produk Internet *Dedicated* Pada PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur”.

## 1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan penulisan latar belakang di atas, ruang lingkup yang dirumuskan oleh penulis sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran dalam memasarkan produk Internet *Dedicated* oleh divisi *Sales* di PT Fiber Networks Indonesia.
- b. Kendala yang terjadi dalam memasarkan produk Internet *Dedicated* oleh divisi *Sales* di PT Fiber Networks Indonesia.

## 1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang penulis harapkan dapat tercapai dalam laporan tugas akhir sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam memasarkan produk Internet *Dedicated* oleh divisi *Sales* di PT Fiber Networks Indonesia.
- b. Untuk mengetahui Kendala yang terjadi dalam memasarkan produk Internet *Dedicated* oleh divisi *Sales* di PT Fiber Networks Indonesia.

## 1.4 Manfaat Penulisan

Dari penulisan Tugas Akhir ini, manfaat bagi penulis yaitu penulis dapat melihat aplikasi mata kuliah yang sudah di dapat khususnya, mata kuliah Pemasaran. Penulis terlibat langsung dalam Strategi Pemasaran Sales Dalam Memasarkan Internet *Dedicated* Pada PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur.

Membantu evaluasi Strategi Pemasaran Sales Dalam Memasarkan Internet *Dedicated* PT Fiber Networks Indonesia serta dapat memberikan ide dan saran positif kepada perusahaan untuk pengembangan perusahaan di masa mendatang.





**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

Tugas Akhir dapat dijadikan sebagai bahan sumber referensi kepada para pelajar yang ingin mengetahui mekanisme kerja PT Fiber Networks Indonesia khususnya dalam bidang pemasaran produk yang diterapkan oleh divisi *Sales* PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur.

### 1.5 Metode Pengumpulan Data

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

a. Wawancara

Mendapatkan informasi dengan sesi tanya jawab dengan Bapak Muhammad Recky sebagai *Sales Manager* mengenai Strategi Pemasaran Sales dalam Memasarkan Internet *Dedicated* pada PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur.

b. Dokumentasi

Penulis menyertakan berbagai kebutuhan dokumen untuk melengkapi pembahasan tugas akhir. Dokumentasi berupa foto, gambar, & teks untuk melengkapi analisa Strategi Pemasaran Sales dalam Memasarkan Internet *Dedicated* pada PT Fiber Networks Indonesia Cabang Jakarta Timur.

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, strategi pemasaran dalam memasarkan Internet *Dedicated* PT Fiber Networks Indonesia sudah dilaksanakan sesuai dengan teori-teori yang sudah ada. Adapun kesimpulan dari bab sebelumnya sebagai berikut:

- a. PT Fiber Networks Indonesia belum lengkap dalam melakukan strategi pemasaran yang tepat. Sales Fibernet menggunakan 3 strategi *Direct Selling*, *Email Marketing*, dan *Internet Marketing* dalam memasarkan Internet *Dedicated* Fibernet. Fibernet belum menerapkan bauran pemasaran pertama, *Place* atau tempat jaringan koneksi yang belum tersedia diseluruh Indonesia dan yang kedua, *Promotion* yang tidak dilakukan secara maksimal menjadi kekurangan strategi pemasaran dari PT Fiber Networks Indonesia. Artinya hanya dilakukan 2P dari 4P teori yang sudah ada. Jenis Strategi Pemasaran yang belum dilakukan oleh Fibernet adalah *Point Of Purchase*, *Earned Media*, dan *Mobile Marketing*. Dapat disimpulkan bahwa Sales PT Fiber Networks Indonesia harus mengembangkan ketiga poin yang belum dilaksanakan dan menerapkan secara terus menerus strategi pemasaran agar mampu membantu memasarkan produk Internet *Dedicated* Fibernet dan mencapai tujuan PT Fiber Networks Indonesia.
- b. Dalam melaksanakan strategi pemasaran sales dalam memasarkan Internet *Dedicated* PT Fiber Networks Indonesia, kendala yang dihadapi antara lain lokasi yang tidak tersedia jaringan internet di beberapa daerah dan juga PT Fiber Networks Indonesia tidak menjalankan banyak promosi.



## 5.2 Saran

Berdasarkan kendala yang terjadi, penulis dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi perusahaan yaitu:

- a. Jika tidak dapat dilakukan pemasangan internet di beberapa daerah baiknya Sales Fibernet terus berusaha mencari rekan *vendor*. Selain itu, Sales dan PT Fiber Networks Indonesia juga dapat membangun hubungan yang baik dengan rekan *vendor* dan mampu memperluas jaringan Internet di seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan agar dapat menyanggupi permintaan dari calon pelanggan karena calon pelanggan akan melihat usaha dari sales Fibernet dan bisa menjadi referensi kepada rekan calon pelanggan jika ada kebutuhan Internet *Dedicated*.
- b. PT Fiber Networks Indonesia dapat melakukan banyak promosi agar strategi pemasaran dapat dilakukan secara baik dan mampu bersaing dengan competitor lainnya. Setidaknya dengan promosi yang dilakukan, masyarakat dapat mengetahui dan mengenal apaitu Fibernet dan produk apa saja yang diperjual belikan. Promosi merupakan hal yang bisa menjadi cara yang bagus dalam menarik perhatian calon pelanggan, misalnya dengan mempromosikan produk Fibernet dengan iklan di TV/radio/social media. Design ataupun slogan di iklan dapat menjadikan Fibernet dengan mudah diketahui oleh pelanggan.

### 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 mengumunkan 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Assauri, Sofjan. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Surveyandini, Mayla. 2022. *Strategi Pemasaran Ampuh*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka
- Kotler, Philip., dkk. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta : Gramedia
- Kolah, Ardi. 2016. *Pemasaran Berdampak Tinggi yang Memberikan Hasil*. Jakarta: Gramedia

### Jurnal

- Augusti dan Antje. 2021. “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika.” (<http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/178/120> diakses pada 19 Juni 2023)
- Widiastomo. 2021. “Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan” (<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7523> diakses pada 31 Mei 2023)
- Felicia dan Jojok. 2020. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya.” (<https://ejournal.umc.ac.id/index.php/VL/article/download/1841/1222/#:~:text=Strategi%20yang%20dapat%20dilakukan%20oleh,aman%20saat%20sampai%20di%20pelanggan> diakses pada 21 Juni 2023)
- Darwin. 2020. “Tahapan Perencanaan Strategi Pemasaran Yang Tepat.” (<https://www.julo.co.id/blog/perencanaan-strategi-pemasaran> diakses pada 26 Juni 2023)
- Irdha dan Desi. 2022. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju.” ([https://opac.unimaju.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=2367](https://opac.unimaju.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2367) diakses pada 5 Juni 2023)





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

Nama : Bapak Muhammad Rezcky

Tanggal Wawancara : 1 Mei 2023

Tempat Wawancara : Kantor Fibernet Jakarta Timur

Daftar Pertanyaan:

1. Apa itu Fibernet?
2. Produk ada saja yang dijual oleh Fibernet?
3. Bagaimana tahap sales mencari calon pelanggan? Siapa yang menjadi target sales dalam menawarkan paket Internet *Dedicated*?
4. Apa saja yang dipertimbangkan dalam mencari calon pelanggan?
5. Hal apa saja yang harus dipersiapkan sebelum menawarkan produk ke pelanggan?
6. Kalimat apa yang diucapkan ketika sales saat bertemu dengan calon pelanggan pertama kali?
7. Bagaimana cara sales dalam mempresentasikan produk Internet *Dedicated* kepada calon pelanggan?
8. Bagaimana cara sales mengatasi keberatan-keberatan dari pelanggan atas produk yang ditawarkan?
9. Bagaimana cara sales melakukan *closing* ketika sudah melakukan penawaran kepada calon pelanggan?
10. Bagaimana proses tindak lanjut ketika ada pelanggan yang berminat membeli produk Internet *Dedicated* Fibernet?
11. Apakah ada after sales ketika pelanggan sudah memasang Internet *Dedicated* Fibernet?
12. Apa saja kendala yang dihadapi sales dalam melakukan penjualan Internet *Dedicated*?