

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Telkom Professional Certification Center

Sebagai perwujudan dedikasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT. TELKOM) terhadap pendidikan, dan melalui Yayasan Pendidikan Telkom (YPT), maka pada tanggal 15 Agustus 2008 didirikan Telkom Professional Development Center (TelkomPDC) dan Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) pada tanggal 27 Agustus 2012.

Untuk meningkatkan layanan maka dilakukan penggabungan antara TelkomPDC dan TelkomPCC menjadi Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) pada tanggal 1 Maret 2016 yang berada dibawah pengelolaan Telkom Foundation. TelkomPCC merupakan sebuah lembaga yang memberikan solusi terhadap kebutuhan sertifikasi, pelatihan, dan konsultasi di bidang ICTBM (*Information, Communication, Technology, Business & Management*). Tidak hanya melayani Telkom Group saja, TelkomPCC juga melayani perusahaan lain dan masyarakat umum yang membutuhkan peningkatan kompetensinya.



GAMBAR 1.1

Logo Telkom Professional Certification Center

Sumber : www.telkompcc.co.id

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) adalah “Menjadi Badan Sertifikasi Profesional dan Pusat Pengembangan Kompetensi terkemuka di Indonesia”.

Misi Perusahaan Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan layanan sertifikasi profesional yang diakui secara internasional, layanan pelatihan, pendidikan, konsultasi, dan solusi yang sangat baik untuk memungkinkan pelanggan/mitra melampaui tujuan mereka
2. Menjadi panutan lembaga sertifikasi profesional di Indonesia
3. Mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dengan memanfaatkan kompetensi dan melalui kemitraan yang kuat
4. Berkontribusi terus-menerus untuk mengembangkan Indonesia HC menjadi profesional (sangat terampil dan kompetitif
5. Memberikan hasil terbaik bagi para pemangku kepentingan

1.1.3 Produk Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC)

Berikut produk dari Telkom Professional Certification Center :

TABEL 1.1

Produk Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC)

<i>Category</i>	<i>Product</i>
Certification Program	1. Teknisi Instalasi Fiber Optik (TIFO) 2. CISQ 2000 3. Operasi dan Pemeliharaan Stasiun Pengendali Utama (SPU) 4. Telkom Certified Fundamental (TCIF)

(Bersambung)

(Sambungan)

	5. Telkom Certified Internetworking Associate (TCIA) 6. Telkom Certified Optical Associate (TCOA) 7. Telkom Certified Design FTTH (TCDF) 8. Telkom Certified Human Capital Performance Management (TCHCPM) 9. Telkom Certified Performance Management (TCPM) 10. Telkom Certified Business Performance Management (TCBPM) 11. Telkom Certified General Marketing (TCGM) 12. Telkom Certified Marketing for Non-Marketing (TCMNM) 13. Telkom Certified Integrated Marketing Fundamental (TCIMF) Telkom Certified Account Management (TCAP) 14. Telkom Certified Customer Care (TCCC) 15. Telkom Certified Trainer on Training Implementation (TCTTI) 16. Telkom Certified Finance Non Finance (TCFNF) 17. Telkom Certified Basic Finance (TCBF) 18. Telkom Certified CPE Setting (TCCSET)
Database	1. Oracle Database 2. SQL Server 2012

(Bersambung)

(Sambungan)

Computer Networking and System Administration	1. CISCO - Cisco Certified Entry Networking Technician (CCENT) - Cisco Certified Network Associate (CCNA) - Cisco Certified Design Professional (CCDP) - Cisco Certified Network Profesional (CCNP) - Cisco Certified Internetwork Expert (CCIE) 2. Mikrotik - MTCNA - MTCRE - MTCWE - MTCTCE - MTCUME - MTCINE 3. Juniper - Juniper Certified Associate - Juniper Certified Specialist - Juniper Certified Professional - Juniper Certified Expert
Operating System	1. Configuring Windows Devices 2. Oracle Linux Administration Certified 3. Solaris 11 Administration Certified

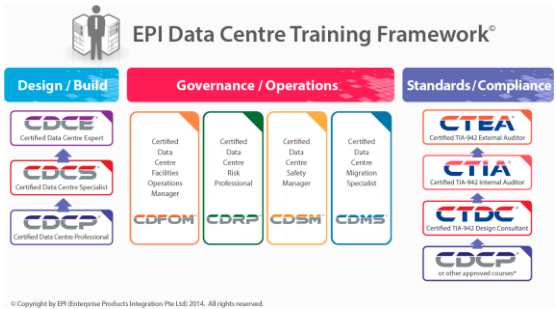
(Bersambung)

(Sambungan)

Programming, Web, and Mobile Technology	1. Java Certified Roadmap 2. Microsoft Certified Professional
Microsoft Office	1. Microsoft Office Word 2013 2. Microsoft Office Excel 2013 3. Microsoft Office Powerpoint 2013
Creative Multimedia	Adobe - Adobe Premiere - Adobe Photoshop - Adobe Illustrator - Adobe Professional - Adobe Dreamweaver - Adobe Indesign
Geographic Information System	ArcGIS Esri - Desktop - Developer - Enterprise
IT Audit, Governance & Security	1. ISACA - Certified Information System Auditor (CISA) - Certified Information Security Manager (CISM) - Certified in the Governance of Enterprise IT (CGEIT) - Certified in Risk and Information Systems Control (CRISC)

(Bersambung)

(Sambungan)

	2. International Standard for Information Security (ISC) - Certified Information Systems Security Professional (CISSP) - Systems Security Certified Practitioner (SSCP) - Certified Secure Software Lifecycle Professional (CSSLP) 3. Certified Secure Computer User (CSCU) 4. Certified Ethical Hacker (CEH)
Data Center	 The diagram illustrates the EPI Data Centre Training Framework, organized into three main pillars: Design/Build, Governance/Operations, and Standards/Compliance. Each pillar contains a vertical stack of certification levels, with arrows indicating progression from bottom to top. Design/Build: CDCP (Certified Data Centre Professional) at the bottom, followed by CDCS (Certified Data Centre Specialist), and CDCE (Certified Data Centre Expert) at the top. Governance/Operations: CDFOM (Certified Data Centre Facilities Operations Manager) on the left, and CDRP (Certified Data Centre Risk Professional), CDSM (Certified Data Centre Safety Manager), and CDMS (Certified Data Centre Migration Specialist) on the right. Standards/Compliance: CTDC (Certified TIA-942 Design Consultant) at the bottom, followed by CTIA (Certified TIA-942 Internal Auditor), and CTEA (Certified TIA-942 External Auditor) at the top. © Copyright by EPI (Enterprise Products Integration Pte Ltd) 2014. All rights reserved.
Quality Management	1. Quality Management Training Course ISO 9001 2. Environmental Training Course ISO 14001 3. Occupational Health & Safety Training Courses Ohsas 18001 4. Information Security Training Courses ISO 27001

(Bersambung)

(Sambungan)

	5. IT Service Management Training Courses ISO 20000 6. Risk Management Training Courses ISO 31000 7. Business Continuity Training Courses ISO 22301 8. Energy Management System Training Courses ISO 50001 9. Food Safety Taining Courses ISO 22000 10. Automotive Quality Management Training Courses ISO/TS 16949 11. Supply Chain Management Training Courses ISO 28000 12. Education Quality Training Courses IWA-2;2007 13. Integrated System Training Courses PAS 99 14. NEBOSH 15. Social Accountability Training Courses SA 8000
Project Management	1. Certified Associate of Project Management (CAMP) 2. Project Management Professional (PMP) 3. ECC – Project Management in IT Security 4. Ahli Manajemen Proyek (A.MP)

(Bersambung)

(Sambungan)

Executive Development Program	1. Logistic Management 2. IT Audit Practise 3. IT Risk Management 4. Business Process Management 5. Capability Maturity Model 6. Pelatihan & Sertifikasi Pengadaan Barang & Jasa 7. Asset Recovery Management 8. Business Continuity Management / Business Continuity Plan 9. Change Management 10. IT Governance Architecture 11. IT Problem Management and Analysis 12. IT Report Management 13. IT Balanced Scorecard 14. Software Quality Assurance
Mobile & Wireless Telecommunication	1. Telecommunication : (Terms and Fundamental Concepts) 2. Wireless Fundamentals 3. Wireless Network Overview (CDMA, GSM, LAN) 4. Cellular Core Network Fundamentals 5. Fiber Optics Fundamental 6. Microwave Transmission Network

(Bersambung)

(Sambungan)

	7. Understanding Wimax 8. Wimax Development Strategy : “Internetworking & Planning) 9. 4G Series : Wimax VS. Long Term Evolution (LTE) 10. Interconnection Engineering Introduction
SAP E-Academy	1. Financial Accounting 2. Management Accounting 3. Management & Administration 4. Order Fulfilment (Sales & Distribution) 5. Procurement (Materials & Management) 6. Production Planning 7. Business Warehouse 8. Plant Maintenance & Repair (SAP PM) 9. ABAP Programming (Netweaver) 10. Monsoon SIM (Business Process Fundamental)
English Course	-
Corporate Social Responsibility & Community Development	1. Planning & Designing in CSR Program to be More Effective 2. Systematic Monitoring & Evaluation for CSR Program
Marketing	1. Professional Customer Relationship Managemet (P.CRM) 2. Key Account Management

(Bersambung)

(Sambungan)

Supply Chain Management	1. Supply Chain Management – Fundamental 2. Building Competitive Operations, Planning and Logistic 3. Managing Customer and Supplier Relationship 4. Using IT to Enable Supply Chain Management 5. Strategic Supply Chain Management 6. SCM on Mining, Oil and Gas Company 7. Crue Oil Tranportation and Storage Handling 8. Land Transportation Management for Mining Industry 9. Purchasing & Supply Chain Management 10. Warehouse Management for Mining Industry
Public Relation Development	1. Public Relation Management 2. Public Relation di Era Media Online 3. Social Media Marketing Corporate Training 4. How to Handle Crisis in Public Relationship and Corporate Communication Effectively 5. Entertaining Therelations : Menjamu Relasi sebagai Fungsi Public Relations

(Bersambung)

(Sambungan)

	6. Public Relations for Secretary and Personal Assitants 7. Forming a Perfect Public Relations and Protocol 8. Tehnik Protokol yang Efektif sebagai Fungsi Public Relations 9. Public Speaking for Secretary 10. Strategic Media Planning 11. Management for Executive Secretary & Personal Assistant
Human Capital Management	-

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2018

1.1.4 Lokasi Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC)

Berikut profil lengkap mengenai Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) :

Nama Perusahaan : Telkom Professional Certification Center (TelkomPDC)

Alamat : Jl. Gegerkalong Hilir No.47, Bandung, 40152 Indonesia

Telepon : (022) 2007891

Website : www.telkompcc.co.id

1.2 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, pelatihan dan sertifikasi sering sekali di dengar dalam dunia kerja, baik di perusahaan atau lembaga. Hal ini dapat dikatakan bahwa pelatihan dan sertifikasi sangat penting bagi karyawan untuk lebih menguasai keahlian yang dimiliki. Sertifikasi merupakan salah satu cara untuk menyiapkan dan mengakui kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan seseorang berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh sebuah organisasi atau badan lembaga pengembangan. Dengan adanya sertifikasi tersebut, terdapat manfaat yang dapat diambil salah satunya adalah sebagai bukti keahlian seseorang pada bidang yang ditekuni. Sebelum melakukan sertifikasi, para karyawan akan mengikuti pelatihan terlebih dahulu yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya pelatihan, perusahaan dapat mengembangkan serta menambah pengetahuan dan keterampilan karyawan sehingga dapat semakin mengefesiensikan dan mengefektifkan kinerja karyawan.

Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan jasa sertifikasi, pelatihan, dan konsultasi yang berada dibawah naungan pengelolaan Telkom Foundation. Fungsi dari TelkomPCC adalah sebagai *Center of Certification & Center of Competence Development* melalui layanan pelatihan, sertifikasi, dan konsultasi dibidang *Information, Communication, Technology, Business dan Management*.

Menurut Chandra (2016) salah satu faktor penentu tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan karyawannya dalam berkomunikasi. Setiap karyawan diharuskan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan pelanggannya. Oleh sebab itu, komunikasi memiliki peran penting dalam kegiatan pemasaran yang disebut *Integrated Marketing Communication (IMC)*. Komunikasi pemasaran yang digunakan oleh TelkomPCC sebagai sarana untuk memasarkan produknya adalah *personal selling* dan *direct marketing*.

Bentuk *personal selling* yang sudah dilakukan oleh TelkomPCC adalah dengan menawarkan jasa pelatihan dan sertifikasi secara langsung kepada konsumennya. Sedangkan bentuk *direct marketing* yang dilakukan perusahaan

adalah melakukan penawaran jasa pelatihan dan sertifikasi melalui *telemarketing* dan *direct mail* kepada konsumennya. Penawaran pada jasa pelatihan dan sertifikasi ini dilakukan oleh *Account Manager* (AM) bagian *Marketing* TelkomPCC. Menurut Wahyuni (2017) dengan dilakukannya *personal selling* dan *direct marketing* tentunya akan menghasilkan nilai positif bagi perusahaan jika dilakukan dengan efektif dan benar.

Pada perusahaan TelkomPCC memiliki target dan pencapaian penjualan setiap tahunnya, yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 dibawah ini :

TABEL 1.2
Target dan Pencapaian Penjualan Tahun 2016-2017

Tahun	Target Penjualan	Pencapaian
2016	Rp. 57.457.712.620	Rp. 55.750.929.999
2017	Rp. 53.380.450.000	Rp. 50.050.805.299

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2018

Berdasarkan Tabel penjualan diatas dapat diketahui bahwa target penjualan pada TelkomPCC belum tercapai. Hal ini di indikasikan bahwa promosi *personal selling* dan *direct marketing* yang dilakukan TelkomPCC belum maksimal, sehingga tingkat penjualan yang ditargetkan tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Menurut Nour, dkk. dalam Chandra (2016) menyatakan bahwa *personal selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini mempunyai arti bahwa semakin perusahaan giat memasarkan produk melalui *personal selling* maka akan berdampak pada pengambilan keputusan pembelian konsumen. Sedangkan, menurut Sagala, dkk dalam Chandra (2016) menyatakan bahwa *direct marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan mempermudah konsumen mengenal suatu produk atau jasa yang menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis tertarik mengambil judul untuk Laporan Tugas Akhir ini dengan judul **“PENGARUH**

PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA TELKOM PROFESSIONAL CERTIFICATION CENTER TAHUN 2018)”.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana *personal selling* pada Telkom Professional Certification Center?
2. Bagaimana *direct marketing* pada Telkom Professional Certification Center?
3. Bagaimana keputusan pembelian pelanggan pada Telkom Professional Certification Center?
4. Seberapa besar pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center secara parsial?
5. Seberapa besar pengaruh *direct marketing* terhadap keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center secara parsial?
6. Seberapa besar pengaruh *personal selling* dan *direct marketing* terhadap keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center secara simultan?

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Mengetahui *personal selling* pada Telkom Professional Certification Center.
2. Mengetahui *direct marketing* pada Telkom Professional Certification Center.
3. Mengetahui keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center secara parsial.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh *direct marketing* terhadap keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center secara parsial.

6. Mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* dan *direct marketing* terhadap keputusan pembelian pada Telkom Professional Certification Center secara simultan.

1.5 Tujuan penelitian

1. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah memperluas wawasan peneliti terhadap salah satu faktor keputusan pembelian konsumen yaitu keberhasilan *personal selling* dan *direct marketing* yang diberikan oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Menjadi masukan bagi perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk melakukan *personal selling* dan *direct marketing* yang bertujuan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan pembaca memahami bahwa melakukan *personal selling* dan *direct marketing* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan Proyek Akhir

Sistematika penulisan proyek akhir ini berisikan tentang penjelasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum perusahaan, latar belakang masalah, rumusan masalah, kegunaan penelitian, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.