

ABSTRAK

Dyah Ayu Puspitasari, NPM 009600007, 2012. **“TINJAUAN AKTIVITAS SALES FORCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TELKOM SPEEDY DI PT. TELKOM AREA SOLO”**. Laporan Tugas Akhir, Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Diploma III, Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan, Institut Manajemen Telkom Bandung, dibawah bimbingan Bapak Sampurno Wibowo, SE., Msi.

Tujuan dari Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui aktivitas penjualan *personal selling* yang dilakukan oleh Telkom Speedy dan mengetahui dampak yang terjadi dari aktivitas yang telah dilakukan tenaga penjual Telkom Speedy tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, aktual dan akurat yang memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang ditinjau, kemudian disusun dan diolah secara sistematis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Adapun pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan study pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah *sales force* Telkom speedy yang berada di PT. TELKOM area Solo.

Aktivitas penjualan *personal selling* yang dilakukan *sales force* Telkom Speedy meliputi penjualan secara *door to door*, *telemarketing*, *open table* dan pengadaan *event* seperti pameran komputer dan sejenisnya. Rangkaian aktivitas tersebut merupakan salah satu program promosi yang dilakukan Telkom Speedy untuk melakukan penjualan. Penjualan *personal selling* ini menjadi jembatan perusahaan yang paling efektif untuk menyampaikan produknya sampai ke tangan para konsumen, karena dilakukan secara langsung oleh tenaga penjual kepada prospek yang dibidik. Manfaat yang diperoleh PT. TELKOM dengan adanya program promosi *personal selling* ini adalah perusahaan lebih mudah untuk mendekati dan menarik hati calon konsumen. Namun dilihat dari study kasus pada PT. TELKOM area Solo yang memperlihatkan bahwa sampai saat ini program promosi dengan *personal selling* belumlah efektif dan masih banyak kendala yang ditemukan *sales force* dalam proses penjualan produk Telkom Speedy, hal tersebut berdampak pada hasil penjualan Telkom Speedy yang tidak stabil dan jauh dari angka target yang telah ditetapkan perusahaan.

Keyword : promosi, penjualan, *personal selling*