

ABSTRAK

IndiHome, produk unggulan Telkom dalam industri fixed broadband di Indonesia, berhasil mencapai 9 juta pelanggan pada tahun 2023. Di Regional Papua Maluku, jumlah pelanggan mencatat angka 202 ribu, menandakan adanya pertumbuhan yang signifikan, terutama pada kuartal ketiga dan keempat tahun 2023. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh peran penting saluran penjualan konvensional, khususnya sales force, yang juga memanfaatkan media sosial sebagai strategi pendukung, dibandingkan dengan saluran digital lainnya.

Penelitian ini mengadopsi teori kesesuaian tugas-teknologi untuk menganalisis dampak penggunaan media sosial oleh tenaga penjual terhadap kesadaran merek (brand awareness) dan peningkatan penjualan IndiHome di Papua Maluku. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan faktor-faktor individu seperti tingkat kreativitas tenaga penjual dan peran atasan dalam memotivasi kreativitas mereka. Faktor-faktor ini dianggap penting dalam menentukan efektivitas penggunaan media sosial dalam konteks penjualan.

Dalam penelitian ini, sebanyak 205 responden dari total 440 tenaga penjual IndiHome di Regional Papua Maluku terlibat. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan inner model dan outer model untuk menilai hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam studi ini.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dari penggunaan media sosial terhadap brand awareness dan penjualan, meskipun tidak semua variabel yang dianalisis menunjukkan tingkat signifikansi yang kuat. Perbandingan dengan penelitian sebelumnya dalam konteks bisnis B2B menunjukkan perbedaan hasil yang signifikan, mengingat fokus penelitian ini adalah pada perusahaan B2C.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi Telkom untuk mengarahkan dan mengoptimalkan strategi penjualan IndiHome ke depan, terutama dalam memaksimalkan potensi media sosial. Penelitian ini juga memperluas pemahaman mengenai peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran merek serta pencapaian penjualan.

Kata kunci : Pemasaran Digital, Media Sosial, Tenaga Penjualan, Kreatifitas Tenaga Penjualan, Pemberdayaan Atasan, Kesadaran Merek, Kinerja Penjualan.