

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.

1.1.1 Divisi Business Service Bandung



Gambar 1.1
Logo Perusahaan PT.Telkom Indonesia
sumber: www.telkom.co.id

Divisi Business Service atau biasa disingkat DBS merupakan organisasi Telkom Indonesia di bawah Direktorat BGES yang terdiri dari tiga divisi:

1. DES (Divisi *Enterprise Service*) : diarahkan untuk lebih fokus melayani *Corporate customer* dengan pendekatan segmentasi.
2. DBS (Divisi *Business Service*) : diarahkan untuk melayani *Business Customer* dan Komunitas di segmen SME.
3. DGS (Divisi *Government Service*) : diarahkan untuk melayani *Customer* Pemerintahan dan Lembaga yang menggunakan APBN/D dalam operasionalnya.

Divisi Business Service Bandung diperankan sebagai unit operasi dengan fokus pada penyelenggaraan bisnis untuk seluruh produk Telkom kepada pelanggan segmen SME (*Small Medium Enterprise*). DBS Bandung ini melayani pelanggan yang tersebar di regional Jawa Barat. SME memiliki potensi market yang besar dan merupakan komponen yang penting terhadap perekonomian Indonesia dengan menyumbang 54% GDP dan menyerap 97% tenaga kerja. Melihat potensi market SME yang besar dan belum ada unit bisnis yang secara fokus mengelolanya Direksi Telkom melalui Keputusan Direksi Nomor KD.01/PS150/COPB0030000/2010 tanggal 4 Januari 2010 telah menetapkan keputusan strategi membentuk Divisi Business Service. Sejalan dengan strategi Telkom yakni menjadi

“Telecommunication, Information, Media & Edutainment (TIME) provider”. Selain itu, DBS juga memberikan layanan solusi sesuai kebutuhan komunitas SME yang disebut *Business Solution for Community (BSC)*.



Gambar 1.2
Struktur Organisasi *Business Service Bandung*
sumber: Data Internal Perusahaan

Struktur organisasi DBS terdiri dari unit *Business Sales Engineer*, unit *Business Bidding Mgt & OBL*, unit *Business Quality & Project Mgt*, unit *Business Territory Sales*, dan unit *Account Manager*. *Account Manager* sendiri merupakan unit yang menjadi objek utama dalam penelitian ini, dimana *Account Manager* atau biasa disingkat AM merupakan unit yang terdepan dalam mengenalkan dan menjual produk layanan dari Telkom kepada calon pelanggan dan bertanggung jawab mulai dari kebutuhan sebelum penjualan hingga produk/layanan tersampaikan kepada pelanggan.

Salah satu produk layanan Telkom yang kini menjadi *project* di DBS adalah layanan modernisasi pengelolaan sekolah melalui aplikasi digital di sektor pendidikan yaitu Aplikasi Pijar Sekolah. Layanan ini merupakan *learning management system* yang memang ditargetkan khusus untuk sektor pendidikan yang belum memiliki fasilitas LMS pribadi di sekolahnya dan untuk sekolah yang

ingin melakukan digitalisasi baik untuk sistem administrasi maupun kegiatan belajar-mengajarnya..

1.1.2 Aplikasi Pijar Sekolah

Pijar Sekolah merupakan sebuah aplikasi digital yang membantu dalam melakukan modernisasi pengelolaan Sekolah baik dari sisi administrasi maupun proses pembelajaran. Sehingga Sekolah mendapatkan manfaat manajemen data Sekolah terkelola secara digital dan terintegrasi, Proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan efisien, serta pelaksanaan latihan maupun ujian dengan performansi hasil pembelajaran yang dapat langsung dimonitor oleh Sekolah, Guru, Siswa, serta Orang Tua Siswa.

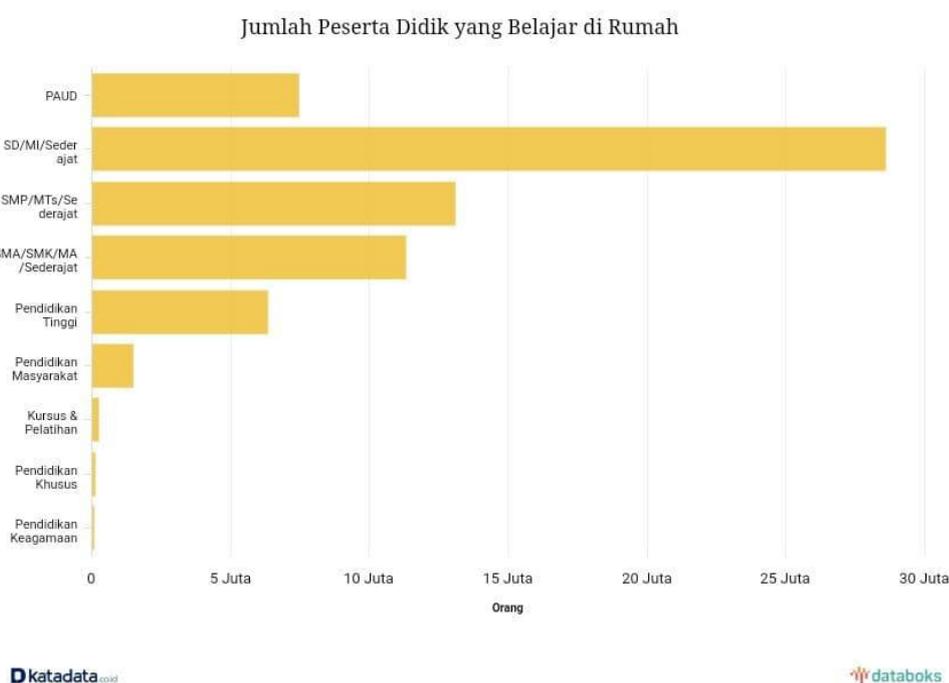
Berikut beberapa keuntungan yang didapat apabila menggunakan Pijar Sekolah sebagai aplikasi digitalisasi untuk administrasi dan pembelajaran:

- a. Mempermudah sekolah dalam mengelola data management secara digital dan terintegrasi, melalui *Modul System Informasi Management (SIM)*, Sekolah dapat dengan mudah mengelola data management sekolahnya mulai dari data sekolah, guru, murid, hingga orang tua.
- b. Menuju dunia pembelajaran tanpa batas, proses belajar mengajar dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Melalui Modul Pembelajaran Digital, Pijar Sekolah memberikan kemudahan bagi guru mulai dari pemberian materi pembelajaran hingga tugas kepada siswa. Siswa juga dapat mengeksplor lebih jauh materi pembelajaran melalui video dan lab digital.
- c. Kemudahan guru mengukur kompetensi siswa, melalui Modul Ujian, Siswa dapat melatih kompetensinya dengan Latihan soal hingga mengevaluasi secara mandiri berdasarkan bank soal yang tersedia.

1.2 Latar Belakang Masalah

Dalam Pendidikan, teknologi memiliki peran yang sangat besar, dengan hadirnya teknologi dapat membantu proses pembelajaran ataupun proses administrasi keperluan pendidikan lainnya menjadi lebih cepat dan mudah. Tidak hanya itu teknologi juga dapat membantu menambah wawasan yang lebih luas dari

berbagai bidang. Dalam keadaan dunia yang sedang terjadi pandemi Covid-19 seperti saat ini hampir membuat seluruh bidang ‘terpaksa’ memanfaatkan teknologi sepenuhnya untuk menjalankan aktivitas, semua dipaksa untuk sadar akan pentingnya teknologi demi keberlangsungan berbagai kegiatan. Khususnya dalam pendidikan, pendidikan menjadi salah satu bidang yang harus diperhatikan keberlangsungannya karena kegiatan belajar-mengajar ini tidak boleh sampai berhenti.



Gambar 1.3
Data Peserta Didik yang Belajar di Rumah
Sumber: www.katadata.co.id

Berdasarkan diagram di atas bisa dilihat jumlah peserta didik yang harus melanjutkan kegiatan belajar di rumah karena pandemi sangat banyak (per-2020), maka perlu adanya digitalisasi untuk kegiatan belajar-mengajar secara daring agar kegiatan tersebut bisa tetap berlangsung. Untuk tingkat perguruan tinggi hampir setiap instansi sudah memiliki fasilitas LMS (*Learning Management System*) masing-masing, sedangkan untuk tingkat SMA kebawah harus memanfaatkan aplikasi umum seperti aplikasi obrolan/*video conference online* dan fitur-fitur

tambahan lainnya karena akan memerlukan biaya yang cukup besar jika harus membuat LMS sendiri, terlebih lingkup pendidikannya yang lebih kecil dibanding tingkat perguruan tinggi. Sedangkan kegiatan administrasi dan belajar-mengajar ini menjadi kurang efektif dan terstruktur apabila hanya menggunakan aplikasi umum yang belum tersistem dengan rapih, terutama untuk menyimpan arsip data siswanya dan memberikan materi pembelajaran. Sehingga dengan adanya produk aplikasi Telkom ini diharapkan bisa sangat membantu sekolah-sekolah untuk melakukan pembelajaran dan arsip data *online* dengan lebih terstruktur.

Aplikasi Pijar Sekolah hadir dan diciptakan untuk mempermudah sektor Pendidikan dalam menunjang kegiatannya, aplikasi ini diciptakan untuk membantu memudahkan seluruh kegiatan administrasi ataupun belajar mengajar yang ada di sekolah menjadi berbasis digital. Pijar Sekolah merupakan aplikasi digital yang membantu sekolah dalam melakukan manajemen sistem informasi sekolah secara digital dan terintegasi. Sehingga sekolah mendapatkan manfaat manajemen data sekolah terkelola secara digital dan terintegrasi, proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan efisien, serta pelaksanaan latihan maupun ujian dengan performansi hasil pembelajaran yang dapat langsung dimonitor oleh Sekolah, Guru, Siswa, serta Orang Tua Siswa. Dengan adanya aplikasi ini maka akan lebih banyak sekolah yang bisa *go-digital* dengan mudah. Selain memang diperlukan untuk keadaan saat ini, untuk keberlangsungan kegiatan kedepan pun akan sangat memudahkan.

Strategi pemasaran suatu perusahaan harus diperhitungkan dengan tepat agar jasa atau produk yang dipromosikan bisa terus berkembang dan tepat sasaran. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan DBS Bandung adalah melalui *personal selling*. Dalam hal ini Pijar Sekolah memang perlu dipromosikan melalui *personal selling* karena produk ini berbentuk aplikasi media pembelajaran yang perlu dijelaskan dengan lengkap secara keseluruhan agar calon konsumen paham. Meskipun memerlukan biaya yang cukup besar untuk melakukan bauran pemasaran jenis ini, namun pemasaran ini lebih spesifik dalam menentukan tipe konsumennya dan pendekatan jenis apa yang harus dilakukan. Di DBS sendiri kegiatan *personal selling* ini merupakan tugas seorang *Account Manager*. Adapun kegiatan *personal*

selling yang akan ditinjau dibatasi yaitu hanya kegiatan promosi di Sumedang, hal ini karena setelah adanya kerjasama antara DBS Bandung dengan Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat maka salah satu daerah yang diprospek pertama adalah Sumedang yang dimana pada saat pelaksanaannya bertepatan dengan kegiatan magang penulis di DBS. Penulis juga tertarik meneliti ini karena cukup banyak sekolah yang belum memiliki LMS sementara hampir seluruh kegiatan belajar-mengajar harus diadakan secara daring dan kebutuhan akan aplikasi pembelajaran ini pasti meningkat di tengah pandemi. Selain itu hal ini juga akan berpengaruh pada kegiatan *personal selling* di DBS dimana pasti ada perubahan-perubahan dikarenakan terbatasnya kegiatan di tengah pandemi Covid-19 saat ini.

Oleh karena itu laporan akhir ini berusaha untuk menganalisis tentang penerapan *personal selling* yang dilakukan *Account Manager* DBS Bandung. Tulisan ini berusaha mengetahui ketepatan kegiatan promosi produk Aplikasi Pijar Sekolah, mengingat aplikasi ini sedang banyak dibutuhkan dan tipe calon pelanggan yang berbeda-beda pasti akan ada strategi yang berbeda juga dalam pelaksanaannya. Maka dibuat laporan proyek akhir untuk membahas dan menganalisis pelaksanaan *personal selling* oleh *Account Manager* DBS Bandung dengan judul ‘Analisis Penerapan *Personal Selling* pada Promosi Produk Aplikasi Pijar Sekolah di Sumedang (Studi Kasus pada Divisi *Business Service* di Witel Bandung Tahun 2021)’.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa tepat penerapan *personal selling*?
- b. Apa saja kendala yang ditemukan dalam penerapan kegiatan *personal selling*?
- c. Indikator apa saja yang paling dominan dalam penerapan promosi dengan kegiatan *personal selling*?

1.4 Tujuan Proyek Akhir

Tujuan dari dilakukannya tinjauan ini adalah untuk mengetahui ketepatan penerapan *Personal Selling* pada kegiatan *Account Manager* Divisi *Business Service* Bandung dalam melakukan promosi produk Pijar Sekolah.

1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1) Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menjadi nilai tambah khasanah pengetahuan mengenai tahapan atau proses *personal selling* di suatu perusahaan terutama dalam hal menghadapi masalah-masalah yang terjadi di dalam tahapan kegiatan *personal selling* tersebut.

2) Manfaat praktis

a. Bagi peneliti, sebagai wadah untuk pengaplikasian ilmu dan teori yang didapat saat perkuliahan dan sebagai salah satu media pengembangan kemampuan menganalisis pada sebuah kasus atau penelitian.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu penilaian untuk mengambil keputusan dan evaluasi terkait strategi-strategi di dalam tahapan *personal selling* yang lebih baik dan efektif bagi *account manager* atau perusahaan.

1.6 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ada batasan masalah agar tinjauan yang dilakukan lebih fokus dan dapat diperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah. Pembatasan suatu penelitian digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terpusat dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dan ruang lingkup dalam tinjauan ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *personal selling* merupakan satu-satunya variabel dalam penelitian ini.
- b. Kegiatan *personal selling* yang ditinjau hanya fokus pada kegiatan promosi untuk sekolah/madrasah di Sumedang.

- c. Jangka waktu penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2021 hingga Mei 2021.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi uraian teoritik mengenai tinjauan pustaka bagi teori-teori yang mendasari, relevan dan terkait dengan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas mengenai pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dalam penelitian.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai hasil dan pembahasan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu tentang Tinjauan *Personal Selling* Pada Produk Pijar Sekolah di Divisi *Business Service* Witel Bandung Pada Tahun 2021 (Studi Kasus Pada Kegiatan Promosi Pijar Sekolah di Kota Sumedang)

BAB V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan disertai rekomendasi dalam bentuk saran-saran yang relevan dari penulis terhadap perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian.