

ABSTRAK

Digitalisasi mendorong segala hal menjadi lebih cepat, singkat dan mudah. Hal tersebut menuntut para pelaku usaha untuk dapat berkembang dalam era digitalisasi ini. Untuk mempermudah dan membantu para pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya maka PT Telkom Indonesia menyediakan layanan internet khusus para pengusaha untuk dapat mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih. Produk wifi IndiBiz dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan layanan internet yang cepat, tepat dan terbaik untuk para pelaku bisnis. Penelitian ini dilakukan PT Telkom Indonesia di Bekasi. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan postpositivisme, studi ini bersifat deskriptif dan mengandalkan data primer yang dikumpulkan melalui teknik wawancara. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menilai efektivitas penerapan teknik personifikasi pelanggan oleh perusahaan. Teknik wawancara dilakukan dengan berbagai pihak terkait, termasuk staf perusahaan dan pelanggan, untuk mengidentifikasi sejauh mana teknik ini diterapkan dan dampaknya terhadap kepuasan serta jumlah pengguna. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa perusahaan belum mampu mengimplementasikan teknik personifikasi pelanggan secara efektif. Hal ini berdampak pada hasil yang belum optimal dalam hal jumlah pengguna wifi IndiBiz di Bekasi pada tahun 2024. Temuan ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak bagi perusahaan untuk mengevaluasi dan menyesuaikan strategi personifikasi pelanggan mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperluas basis pengguna layanan wifi IndiBiz.

Kata Kunci: Teknik personifikasi, Efektivitas, Strategi Pemasaran.