

KOMUNIKASI PEMASARAN DI ARISAN MAPAN CABANG BABARSARI DALAM MENCAPAI TARGET PENJUALAN

Nuri Fitri Afnani

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Nurifitriafn10@gmail.com

Abstrak

Arisan Mapan memilih Telemarketing sebagai tenaga pemasar untuk meningkatkan kepercayaan dan penjualan perusahaan. Banyaknya kasus penipuan Arisan Online membuat Arisan Mapan harus berusaha mengembalikan kepercayaan konsumen dan calon konsumen. Konsumen Arisan Mapan atau yang biasa disebut Ketua Arisan membutuhkan Komunikasi yang intens dengan Telemarketingnya. Tugas dari Telemarketing Arisan Mapan adalah melakukan Komunikasi Pemasaran dengan calon konsumen sehingga menjadi Ketua Arisan. Ketika sudah menjadi Ketua Arisan, Telemarketing harus membangun Komunikasi yang baik dengan Ketua Arisan sehingga melakukan pembelian. Setiap Telemarketing memiliki strategi dan caranya masing-masing untuk menerapkan Komunikasi Pemasaran guna mencapai target penjualan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran seperti apa yang dilakukan Telemarketing Arisan Mapan untuk mencapai target penjualan perusahaan, subjek dari penelitian ini adalah Arisan Mapan Cabang Babarsari sedangkan obyeknya adalah Telemarketing, teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mewawancarai secara langsung Telemarketing sebagai narasumber yang terkait, dan Ketua Arisan sebagai Verifikasi hasil wawancara Telemarketing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi Pemasaran sesuai yang penulis gunakan, namun hasil dilapangan menunjukan bahwa setiap Telemarketing memiliki motivasi kerja yang berbeda sehingga tingkat penjualan cukup fluktuatif.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran,Telemarketing,Arisan Mapan,Ketua Arisan

MARKETING COMMUNICATION IN ARISAN MAPAN BABARSARI BRANCH IN ACHIEVING SALES TARGETS

Nuri Fitri Afnani

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Nurifitriafn10@gmail.com

Abstract

Arisan Mapan chose Telemarketing as a marketer to increase the company's trust and sales. The many cases of Arisan Online fraud make Arisan Mapan must try to restore the confidence of consumers and potential customers. Established Arisan consumers or commonly referred to as Arisan Chairmen require intense communication with their telemarketing. The task of the established Arisan Telemarketing is to conduct Marketing Communication with prospective customers so that it becomes the Chairperson of Arisan. When he has become the Chairperson of Arisan, Telemarketing must establish good communication with the Arisan Chairperson so that he makes a purchase. Every Telemarketing has its own strategy and way to implement Marketing Communication in order to achieve sales targets set by the company. This study aims to find out what marketing communication is carried out by Arisan Telemarketing in order to achieve the company's sales targets, The subject of this study is Arisan Mapan Babarsari Branch while the object is Telemarketing, data collection techniques are carried out by directly interviewing Telemarketing as the related narasmber, and the Chairman of Arisan as Verification of Telemarketing interview results. The results of this study indicate that Marketing Communication is according to the author's use, but the results of the field indicate that each Telemarketing has a different work motivation so that the level of sales is quite volatile.

Keywords: Marketing Communication, Telemarketing, Arisan Mapan, Arisan Chairperson