

**EVALUASI KEGIATAN *TELEMARKETING* DI PT.  
WANINDO PRIMA**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi  
Program Studi Manajemen Konvensi dan Event  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

**SALSABILA AL AMRI**

**201822674**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT  
JURUSAN PERJALANAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2022**

# LEMBAR PENGESAHAN

## EVALUASI KEGIATAN *TELEMARKETING* DI PT. WANINDO PRIMA

NAMA : SALSABILA AL AMRI  
NIM : 201822674  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT

Pembimbing I



Wisnu Pradianto, SE, M Sc

NIP: 197303152006051002


Pembimbing II



Dendy Sundayana, S.Si., M.M.Par

NIP: 197310012005021001

Penguji I



Dra. Cucu Kurniati, MM Par, CHE

NIP: 196603171993032001

Penguji II



Nuraeni Handayani, S S, M Pd, CHE

NIP: 198112032005022001

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan  
dan Kerja sama

Dr.ER.Ummi Kalsum, MM.Par.,CHM.,CHRMP

NIP.19730723 199503 2 001

Mengetahui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Andar Danova L.Goeltom, S.Sos.,M.Sc

NIP. 19710506 199803 1 001



## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

"EVALUASI KEGIATAN TELEMARKETING DI PT. WANINDO PRIMA"

NAMA : SALSABILA ALAMRI  
NIM : 201822674  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
	
<u>Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc.</u> NIP. 19799011 200911 1 001	<u>Dendy Sundavana, S.Si.</u> NIP. 19731001 200502 001

Bandung, 23 Juni 2022

Mengetahui,  
Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. ER. Ummi Kalsum, S.sos., MM.Par., CHRMP  
NIP. 19730723 199503 2 001

## HALAMAN MOTTO

*“A person who never made a mistake never tried  
anything new.”*

- *Albert Einstein*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Proyek Akhir ini dipersembahkan kepada:

### **Keluarga,**

Karya Proyek Akhir ini merupakan sebuah bukti apresiasi penulis yang paling tulus dan nyata atas dukungan dan perjuangan keluarga untuk penulis selama masa menempuh kuliah baik dalam bentuk moral maupun materi. Semua yang terealisasikan selama ini tidak akan maksimal tanpa adanya keluarga penulis.

Terima kasih kepada Mama, Aba, Sarah, Raka, dan Salma.

### **PT. Wanindo Prima,**

Karya Proyek Akhir ini merupakan bentuk terima kasih dan apresiasi terhadap PT. Wanindo Prima yang telah mengizinkan, membantu, dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian yang dijalani di perusahaannya.

Terima kasih.

### **Diri Saya Sendiri,**

Saya berterima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah berhasil menempuh semua rintangan yang ada, susah maupun mudah. Meskipun sering merasa tidak mampu dan kesusahaan, diri saya masih bisa menyeimbangi seluruh pekerjaan yang ada dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Terima kasih.

## SURAT PERNYATAAN MAHASISWA

### PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsabila Alamri  
Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi, 10 Mei 2000  
NIM : 201822674  
Program Studi : Manajemen Konvensi dan Event  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
**Evaluasi Kegiatan Telemarketing di PT. Wanindo Prima**  
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 27 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Salsabila Alamri

## ABSTRAK

Sebagai sebuah perusahaan, terdapat peran penting dari divisi pemasaran untuk memberikan profit atau pendapatan dari pencapaian target untuk perusahaan. Dalam waktu tiga tahun terakhir, kerjasama pembangunan *booth* pameran yang didapatkan oleh PT. Wanindo Prima dari hasil *telemarketing* belum pernah berhasil mencapai target. Dalam penelitian ini, penulis mencari tahu kemampuan tim operator *telemarketing* dalam *Informing*, *Persuading*, dan *Reminding* layaknya tujuan sebuah kegiatan promosi menurut Harman Malau (2017). Setelah dilakukannya penelitian, penulis menemukan bahwa tim *sales* telah berhasil menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan calon pelanggan mengenai kerjasama dengan PT. Wanindo Prima. Selain itu, penulis menduga tidak tercapainya target perusahaan adalah disebabkan oleh tim *sales* yang memegang banyak tanggung jawab, jumlah target tidak maksimal, serta tidak adanya motivasi tim *sales* dalam pencarian data calon *exhibitor*. Penulis pun memberikan beberapa rekomendasi kepada PT. Wanindo Prima selaku sebuah perusahaan dalam mengembangkan strategi dari kegiatan *telemarketing* yang diterapkan.

**Kata Kunci:** Pemasaran, *Telemarketing*, Kontraktor, Pameran.

## ABSTRACT

*As a company, there is an important role of the marketing division to in generating profit or income from achieving targets for the company. In the last three years, the cooperation in the construction of exhibition booths obtained by PT. Wanindo Prima from the results of telemarketing has never succeeded in achieving the target. In this study, author tries to find out the ability of the telemarketing operator team in Informing, Persuading, and Reminding like the purpose of a promotional activity according to Harman Malau (2017). After conducting the research, author found that the sales team had succeeded in informing, persuading, and reminding potential customers to cooperate with PT. Wanindo Prima in their booth construction project. In addition, author suspects that the non-achievement of the company's target is caused by the sales team holding too many responsibilities, the number of target that is not optimal, also no motivation of the sales team in searching for data on potential exhibitors. Author also gave several recommendations to PT. Wanindo Prima as a company in developing strategies for the telemarketing activities that are applied.*

***Key Words: Marketing, Telemarketing, Contractor, Exhibition.***



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyusun Proyek Akhir ini, yang berjudul **“EVALUASI KEGIATAN TELEMARKETING DI PT. WANINDO PRIMA”** dengan lokus PT. Wanindo Prima yang berlokasi di Semanan, Jakarta Barat.

Proyek Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada Pogram Diploma IV Program Studi Manajemen Konvensi dan Event Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini. Penulis pun ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
2. Bapak Marsianus Raga, MM. Par, selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
3. Bapak Reza Nurizki, S.Pd. Selaku Ketua Prodi Manajemen Kovenski & *Event* (MKE);
4. Bapak Wisnu Prahadianto, SE.,M.Sc., selaku Dosen Pembimbing 1 dalam Penelitian ini;
5. Bapak Dendy Sundayana, S.Si., M.M.Par, selaku Dosen Pembimbing 2 dalam Penelitian ini;
6. Kepada kedua Orang Tua penulis yang telah mendukung dan menjadi motivasi terbesar penulis untuk menuntaskan Proyek Akhir dengan baik dan memuaskan;
7. Rekan MKE yang telah mendukung, dan ikut berjuang bersama selama proses penelitian ini;
8. PT. Wanindo Prima yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.

Penulis sangat menyadari apabila dalam penyusunan Proyek Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, mengingat kemampuan, pengalaman, serta pengetahuan penulis yang masih terbatas. Melalui penulisan Proyek Akhir ini, diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi

kesuksesan penelitian ini. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf apabila masih ada kekurangan dalam Proyek Akhir ini.

Demikian Proyek Akhir ini dibuat agar dapat bermanfaat sebagaimana mestinya.

Bandung, 26 Juni 2022

Salsabila Al Amri

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
A. Kajian Teori.....	7
1. Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	7
2. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	8
3. Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	11
4. <i>Telemarketing</i> .....	12
5. Pameran ( <i>Exhibition</i> ).....	13
6. Kontraktor Pameran.....	14
7. Evaluasi.....	14
B. Kerangka Pemikiran.....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	17
A. Rancangan Penelitian .....	17
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	17
C. Pengumpulan Data.....	18
D. Analisis Data .....	19
E. Rencana Pengujian Keabsahan Data .....	21
F. Jadwal Penelitian .....	21
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	21
A. Hasil Penelitian .....	21
B. Pembahasan.....	32
<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	37
A. Simpulan.....	37
B. Rekomendasi.....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	42
<b>LAMPIRAN</b> .....	44

**DAFTAR TABEL**

TABEL 1 TARGET DAN REALISASI <i>STAND DESAIN &amp; CONSTRUCTION</i> <i>BOOTH</i> DARI KEGIATAN <i>TELEMARKETING</i> .....	2
TABEL 2 KODE KETERANGAN INFORMAN .....	21
TABEL 3 HASIL WAWANCARA <i>INFORMING</i> .....	30
TABEL 4 HASIL WAWANCARA <i>PERSUADING</i> .....	31
TABEL 5 HASIL WAWANCARA <i>REMINDING</i> .....	31