

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pekerjaan *Canvasser* atau Sales tentunya sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat pun sudah mengakui keberadaan Sales *Canvasser* yang indetik pria berpaikan rapi dengan cara berpenampilan menarik perhatian dan tentu saja dengan promosi produk yang ditawarkan. Saat ini hampir semua perusahaan yang mengeluarkan produk menggunakan jasa Sales *Canvasser* untuk memperkenalkan produknya kepada seluruh masyarakat. Salah satu perusahaan yang menggunakan para Sales *Canvasser* untuk mempromosikan provider nya adalah PT. Multi Media Selular Baturaja.

Sales *Canvasser* atau yang kerap disebut Sales saja merupakan pramuniaga yang menawarkan jasa pelayanan untuk melayani customer/pelanggan. Sales *Canvasser* ini sangat digunakan oleh pimpinan perusahaan sebagai pintu depan marketing produk yang dihasilkannya. Sales *Canvasser* juga kerap disebut sebagai ujung tombak penjualan barang.

Sales *Canvasser*, *canvasser* berasal dari bahasa Inggris yang dalam istilah bahasa Indonesia (kata benda) adalah “seseorang yang meminta suara”. yang bertujuan untuk menghimpun data-data pelanggan yang tidak tertera di peta, serta data tertulis atau data petunjuk dimanapun. Biasanya, data pelanggan ini akan kita temui ketika kita berada di lapangan dan melihat langsung lokasi atau wujud fisik pelanggan tersebut. Penjualan Sales *Canvasser* dapat mengelompokkan data

pelanggan secara langsung sehingga data tersebut saling berdekatan dan area nya tidak saling berjauhan. Hal ini sangat membantu sales canvasser saat mengunjungi pelanggannya sehingga turut menghemat waktu kunjungan dan biaya. (Febryan, 2010: 201)

Keberadaan Sales Canvasser pun sangat membantu terlebih pada suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, bantuan tersebut biasanya dalam proses pengenalan produk kepada konsumen atau bahkan menjual produk, penampilan yang rapi atau menarik perhatian menjadi alasan seseorang sales canvasser membantu dalam proses ini, karena biasanya ketertarikan manusia terhadap manusia lain pada saat pertama kali yaitu dengan ketertarikan fisik, hal ini bisa menjadi kunci untuk membuka suatu komunikasi dengan calon pembeli.

Sales Canvasser sebagai seorang komunikator dapat menunjukkan kemampuan berkomunikasi yang efektif melalui bahasa verbal dan non verbal, atau simbol-simbol tertentu, sehingga membentuk pola komunikasi dan interaksi dengan para konsumen atau pelanggan, dan sebaliknya para konsumen pun memiliki budaya tersendiri khususnya yang berada jauh diperkotaan.

Dalam hal komunikasi, para Sales Canvasser pasti mempunyai cara-cara atau pola komunikasi untuk menarik para konsumen agar melihat atau membeli produk yang sedang ditawarkan oleh Sales Canvasser tidak semua mempunyai cara atau bentuk komunikasi yang sama untuk menarik para konsumen untuk membeli apa yang sedang ditawarkan, apalagi sudah berbeda lokasi dan daerah. Selain ada perbedaan bahasa, cara pandang dan cara berfikir antara organisasi atau masyarakat

yang tinggal di kota dan didesa merupakan bagian dari perbedaan itu. Dalam perbedaan tersebut terdapat teknik-teknik pemasaran pada sebuah produk tertentu.

Dalam proses pertukaran terjadi proses komunikasi baik langsung maupun tidak langsung, komunikasi sangat diperlukan untuk memastikan bahwa apa yang dimaksud pemasar (komunikator) sampai pada calon konsumen (komunikan) berkesesuaian. Paling tidak pemasar menyampaikan pesan tentang produk dan penawaran dengan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh konsumen. Juga dengan disampaikan cara berbicara yang dapat diterima oleh konsumen. Termasuk dengan menggunakan etika (tata krama) yang lazim digunakan dalam interaksi sosial. Tak kalah pentingnya menggunakan bahasa nonverbal (bahasa tubuh) yang tidak asing bagi konsumen. Hal mendasar seperti ini harus dilakukan oleh komunikator bila tujuan pertukaran nya berhasil. (Panuju, 2019: 07)

Pemasaran suatu produk, kosumen merupakan bagian sangat penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Kesadaran akan pentingnya konsumen telah menjadi kekuatan penggerak dalam usaha dalam semua perusahaan yang memiliki ambisi tinggi. Jika tidak ada ketertarikan konsumen maka perusahaan tidak akan berjalan dengan baik. PT. Multi Media Selular Baturaja selalu mengutamakan agar konsumen selalu puas terhadap produknya, dengan memberikan harga yang relatif rendah meskipun keuntungan yang dicapai berkurang. (Moeljono, 2003:70)

Keberadaan Indosat menjadi salah satu perusahaan yang menyediakan lapangan pekerjaan mata pencarian dari sebagian masyarakat di Kota Baturaja. dimana PT. Multi Media Selular Baturaja merupakan salah satu perusahaan penjualan kartu perdana khususnya kartu IM3 atau Indosat, pulsa m.tronik dan

paket data android sejenis lainnya, sehingga penjualan menjamur diperusahaan ini. Hal ini yang menjadi salah satu alasan kenapa peneliti melaksanakan penelitian di PT. Multi Media Selular Baturaja

Berdasarkan hal tersebut, peneliti beranggapan bahwa Sales Canvasser PT. Multi Media Selular Baturaja cocok untuk dijadikan fokus penelitian mengenai pola komunikasi Sales Canvasser IM3 Indosat Baturaja. Hal ini merupakan salah satu bentuk pelayanan dari perusahaan tersebut untuk memperkenalkan produk IM3 Indosat secara langsung kepada konsumen dan memberikan informasi dengan semua kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh IM3 Indosat itu sendiri dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. Banyak diantara perusahaan sejenis lainnya juga melakukan penjualan secara langsung terhadap konsumen. Sehingga persaingan yang terjadipun menjadi sangat terlihat disini.

Sales Canvasser bertugas menjelaskan informasi secara lengkap mengenai seluruh produk yang ditawarkan. Sehingga apabila konsumen yang tidak ingin membeli produk saat itu kemungkinan kedepan konsumen akan membeli produk tersebut karena telah mendapatkan informasi secara lengkap mengenai produk.

Peneliti memilih Sales Canvasser IM3 Indosat sebagai penelitian karena berdasarkan observasi sementara, IM3 Indosat merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi cukup yang besar salah satunya berada di Kota Baturaja sehingga Sales Canvasser IM3 Indosat merupakan Sales Canvasser yang paling banyak dibandingkan dengan Sales Canvasser perusahaan sejenis lainnya.

Sales Canvasser Indosat Baturaja memiliki keunikan tersendiri, sangat mampu mengejar sesuai target setiap perhari atau perbulan bahkan pertahun, maka itulah sangat banyak jumlah karyawan Sales Canvasser Indosat Baturaja dibanding dengan dengan perusahaan sejenis lainnya di Baturaja. Selain itu berkomunikasi, baik secara verbal ataupun non verbal keunikan tersebut suatu cara untuk menampilkan identitas diri apa adanya. Sales Canvasser IM3 Indosat memiliki cara tersendiri dalam berkomunikasi seperti menyapa konsumen, memberi banyak promo hemat, memberi fasilitas seperti spanduk, kursi dan jam dinding dari produk Indosat ke setiap konsumen baru untuk menarik konsumen.

Pola komunikasi seorang Sales Canvasser dapat dilihat ketika berkomunikasi dengan konsumen dan juga berinteraksi dengan konsumen pada saat sedang memberikan pelayanan mengenai keseluruhan informasi mengenai produk IM3 Indosat. Pola komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku Sales Canvasser IM3 pada umumnya dilatar belakangi oleh motif dengan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. (Devito, 2001: 66)

Komunikasi merupakan bagian yang penting bagi kehidupan manusia, hal ini dapat di lihat dari keseharian bagaimana seseorang berkomunikasi pada setiap harinya untuk bertukar informasi atau bahkan mencari informasi dan belajar bagaimana berkomunikasi dengan baik. Seperti melalui bahasa verbal dan non verbal. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. (Devito, 2011: 12)

Dalam hal ini seorang Sales Canvasser indosat mampu membangun komunikasi yang efektif dengan konsumen. Melalui percakapan, Sales Canvasser

dapat mengungkapkan perasaan emosi, pendapat atau maksud saat mempromosikannya, menyampaikan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pendapat, sehingga terjalin komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi verbal bahasa mempunyai peranan. Seorang Sales Canvasser menggunakan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan, agar komunikasi yang disampaikan jelas dan seluruh informasi pun dapat tersampaikan sehingga konsumen merasa paham dengan penjelasan seorang Sales Canvasser tersebut. (Harjana, 2003: 42)

Seorang Sales Canvasser provider IM3 Indosat memiliki kemampuan, berkomunikasi antara pelanggan dan harus terjalin dua arah. Dengan demikian, Sales Canvasser dapat memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Pada sisi lain, pelanggan dapat mengetahui penjelasan tentang produk dan prosedur lainnya. Untuk itu Sales Canvasser harus mampu melakukan komunikasi secara verbal maupun nonverbal. Hal yang paling penting adalah dalam memilih kata-kata harus benar agar tidak terjadi kesalahan komunikasi di antara kedua belah pihak. (Jenu, 2010: 34)

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang peneliti paparkan diatas maka peneliti tertarik dengan mengangkat judul Pola Komunikasi Sales Canvasser IM3/Indosat (PT. Multi Media Selular Baturaja) Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Konsumen Di Kota Baturaja.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti memutuskan masalah sebagai berikut: “ *Bagaimana Pola Komunikasi Sales Canvasser*

IM3/Indosat PT. Multi Media Selular Baturaja (Studi Kasus Mengenai Pola Komunikasi Sales Canvasser Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Konsumen Di Kota Baturaja).

1.3. Tujuan penelitian

Apapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui komunikasi verbal yang digunakan oleh Sales Canvasser Indosat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen di kota Baturaja.
2. Untuk mengetahui komunikasi non verbal yang digunakan oleh Sales Canvasser Indosat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen di kota Baturaja.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai aplikasi ilmu komunikasi dalam penggunaannya dan suatu pembelajaran mengenai perilaku komunikasi yang di lakukan oleh Sales Canvasser IM3 Indosat Kota Baturaja khususnya komunikasi pemasaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat diharapkan dijadikan acuan pada perusahaan IM3 Indosat Baturaja sebagai informasi, evaluasi, dan rekomendasi terkait dengan tentang Sales Canvasser IM3 Indosat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen di Indosat Kota Baturaja.