

**PENERAPAN STRATEGI SALES CANVASSING SEBAGAI UPAYA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN (STUDI KASUS PADA SINDU
KUSUMA EDUPARK)**

Siska Kristiana

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk meneliti penerapan strategi *sales canvassing* pada Sindu Kusuma Edupark yang berfokus penjelasan mengenai penerapan strategi *sales canvassing* untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran untuk kelompok atau grup. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan suatu kesimpulan tentang penerapan strategi *sales canvassing* di Sindu Kusuma Edupark. *Canvassing* merupakan aktivitas terencana yang dilakukan oleh seseorang untuk menawarkan, mendistribusikan, mencari pesanan penjualan atas produk atau jasa, termasuk penyampain & pengumpulan informasi tertentu dari para konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *sales cavassing* yang dilakukan departemen pemasaran dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Sindu Kusuma Edupark. Hal itu dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengunjung pada tahun 2016 dan 2017 sebanyak 26%. Kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan cara *canvassing* atau *sales* mengunjungi langsung calon konsumen potensial seperti *travel agent*, sekolah-sekolah, lembaga pemerintah dan *corporate*. Saat strategi *canvassing* menjadi prioritas utama komunikasi pemasaran yang ada di Sindu Kusuma Edupark dan dibantu dengan komunikasi pemasaran lainnya seperti media sosial, brosur, *flyer* dan *bilboard*. Strategi pemasaran yang dilakukan Sindu Kusuma Edupark sudah menunjukkan hasil meskipun belum maksimal karena masih ada beberapa kendala yang dihadapi Sindu Kusuma Edupark.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Canvassing, Pariwisata Yogyakarta*

**THE APPLICATION OF CANVASSING SALES STRATEGY
AS AN EFFORTS TO INCREASE THE VISITOR
(CASE STUDY IN SINDU KUSUMA EDUPARK)**

Siska Kristiana

Abstract

This is a qualitative research, aiming to explain the implementation of sales canvassing strategy at Sindu Kusuma Edupark in Yogyakarta. The focus of this research is to explain about the application of sales canvassing strategy, especially marketing to society or group as the marketing target, to increase the number of visitors of Sindu Kusuma Edupark. Canvassing is a planned activity carried out by someone to offer, distribute, look for goods and service orders, as well as deliver and gain certain information to and from consumers. This research shows that sales canvassing strategy implemented by Sindu Kusuma Edupark in Yogyakarta can raise the number of its visitor. The number of visitors in 2017 is 26% higher than that of 2016. The marketing activity was done by direct marketing, meaning that the salesperson visited potential marketplace such as travel agents, schools, government and other institutions. Canvassing as the main marketing strategies, supported by other marketing communications such as social media, brochures, flyers and billboards has proved to give good result in increasing the number of Sindu Kusuma Edupark visitor. There are still some obstacles Sindu Kusuma needs to handle to reach the top target of its marketing though.

Keywords: *Marketing Strategy, Canvassing, Yogyakarta Tourism*