



**IMPLEMENTASI STRATEGI PERSONAL SELLING SALES TUNAS
DAIHATSU KELAPA GADING UNTUK KENDARAAN CITY CAR
TAHUN 2013**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Advertising

Disusun oleh :

Aniisa Rizqiyanti

44311110144

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI PERSONAL SELLING
SALES TUNAS DAHATSU KELAPA GADING UNTUK
KENDARAAN CITY CAR TAHUN 2013**

Nama : Aniisa Rizqiyanti

NIM : 44311110144

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 10 Juli 2014

Mengetahui,

Pembimbing

(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI PERSONAL SELLING
SALES TUNAS DAIHATSU KELAPA GADING UNTUK
KENDARAAN CITY CAR TAHUN 2013**

Nama : Aniisa Rizqiyanti

NIM : 44311110144

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 10 Juli 2014

Ketua Sidang,
Riswandi, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Dadan Iskandar, M.Si

(.....)

Pembimbing,
SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI PERSONAL SELLING
SALES TUNAS DAIHATSU KELAPA GADING UNTUK
KENDARAAN CITY CAR TAHUN 2013**

Nama : Aniisa Rizqiyanti

NIM : 44311110144

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 10 Juli 2014

(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Bidang Studi
Marketing Komunikasi dan Advertising**

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Advertising
Aniisa Rizqiyanti
44311110144

IMPLEMENTASI STRATEGI PERSONAL SELLING YANG DILAKUKAN TUNAS DAIHATSU KELAPA GADING UNTUK KENDARAAN CITY CAR TAHUN 2013

Jumlah halaman : x + 70 halaman + lampiran
Bibliografi : 15 acuan

ABSTRAKSI

Persaingan dalam dunia otomotif khususnya untuk *city car* saat ini semakin berat. Oleh karena itu dibutuhkan strategi *personal selling* dalam melakukan penjualan kendaraan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana implementasi proses strategi *personal selling* sales dalam penjualan kendaraan *city car* di Tunas Daihatsu Kelapa Gading.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Peneliti berinteraksi terhadap fakta yang diteliti. Menurut Phillip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran, mengemukakan proses *personal selling* adalah mencari pelanggan baru (*prospecting*), melakukan pendekatan (*aproach*), melakukan penyajian dan peragaan (*presentation*), mengatasi keberatan (*handling the objek*), melakukan penutupan penjualan (*closing the sale*), melakukan tindak lanjut (*follow Up*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi Kasus adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini membahas bagaimana implementasi strategi *personal selling* sales Tunas Daihatsu Kelapa Gading yaitu mencari pelanggan baru (*prospecting*), melakukan pendekatan (*aproach*), melakukan penyajian dan peragaan (*presentation*), mengatasi keberatan (*handling the objek*), melakukan penutupan penjualan (*closing the sale*), melakukan tindak lanjut (*follow Up*)

Kata kunci: *Personal Selling, City Car, Sales, Tunas Daihatsu Kelapa Gading,*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Advertising pada Fakultas Ilmu Komunikasi. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Drs. Kahfi Alijatmoko dan Sri Widayati selaku kedua orang tua saya yang sangat membantu saya baik doa dan harapan;
3. Siti Mawaddah selaku kakak perempuan yang selalu memberi doa dan dukungan. Semoga sukses dan sehat selalu untuk kita semua;
4. Ibu Ira Purwitasari, M.Si sebagai dosen pembimbing akademis yang membimbing saya;
5. Bapak Samsudin sebagai TU Markom, selalu membantu dan memberikan kemudahan untuk proses kelengkapan administrasi.

6. Bapak Riswandi, M.Si, dan Bapak Dadan Iskandar, M.Si, selaku ketua sidang dan penguji ahli tidak lupa saya haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh Dosen Ilmu Komunikasi - Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Advertising Universitas Mercu Buana;

7. Ibu Fatmadewi dan Andi Bhawika, terima kasih atas bantuan, doa dan semangatnya.

8. Guru-guru saya dari Taman Kanak-kanak Cendrawasih, SDI Al-Azhar Jakapermai, SMPN 18 Bekasi, SMAN 2 Tambun Selatan, dan D3 Komunikasi Institut Pertanian Bogor (IPB). Semoga semua ilmu yang diberikan bermanfaat untuk masa depan saya.

9. Teman seperjuangan Eneng Firly Lutviah dan Markom angkatan 19'.

10. Bapak Bernard Wirawan dan Bapak Rahman Santoso selaku Kepala Cabang, Bapak Morris selaku CR Manager Tunas Daihatsu, rekan-rekan sales, Daniel, Dony, Edi, Vebry, Aya, Novi, Iren, Herdian, serta semua teman-teman Tunas Daihatsu Kelapa Gading Terima kasih untuk ilmu ,dukungan serta doanya.

11. Rekan- rekan kantor AWO khususnya teman satu team yang bersedia memberikan kesempatan jadwal shifting untuk kuliah, Mas Imron, Ka Tina, Lina, Andre, Mas Aryo dan Jeni.

11. Ibu Ipah, ibu kos yang selalu mendukung dan mendoakan. Tria teman kosan yang membantu dan menemani.

12. Terima kasih kepada berbagai pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2 Elemen-elemen komunikasi pemasaran.....	11
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	11
2.3 Strategi <i>Personal Selling</i>	14
2.3.1 Personal Selling.....	14
2.3.2 Strategi Personal Selling.....	16
2.4 Proses Strategi Personal Selling.....	21
2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Personal Selling.....	26
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28

3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subyek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Data Primer	32
3.4.2 Data Sekunder	32
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	34
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum PT Tunas Ridean, Tbk – Tunas Daihatsu Kelapa Gading sebagai Objek Penelitian.....	37
4.1.1 PT Tunas Ridean, Tbk.....	37
4.1.2 PT Tunas Daihatsu	41
4.1.3 Tugas dan wewenang.....	44
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Proses Mencari Pelanggan Baru.....	48
4.2.2 Proses Pendekatan.....	53
4.2.3 Proses Penyajian dan Peragaan	57
4.2.4 Proses Mengatasi Keberatan.....	61
4.2.5 Proses Menutup Penjualan.....	62
4.2.6 Proses Tindak Lanjut.....	63
4.3 Pembahasan	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKAxiii

LAMPIRANxvii

Lampiran 1 – Surat Pengantar

Lampiran 2 – Hasil Wawancara

Lampiran 3 – Dokumentasi Kegiatan

Lampiran 4 – CV

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Tunas Group.....	39
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Tunas Daihatsu Kelapa Gading.....	43
Gambar 4.3. Sales melakukan pameran di Mall Klender	51
Gambar 4.4. Sales melakukan canvassing	52
Gambar 4.5. Broad Cast Message yang dilakukan sales.....	53
Gambar 4.6. Training dan Tes Product Knowledge.....	54
Gambar 4.7. Handout Produk.....	55
Gambar 4.8. Panduan SPWA.....	58
Gambar 4.9. Sales menjelaskan fitur kendaraan kepada customer.....	60
Gambar 4.10. Contoh SPK	65