



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

Nama : Maftuhin
NIM : 44307110012
Judul : Strategi *Personal Selling* PT. Kalbe Farma dalam Memasarkan Produk Ethical
Bibliografi : 5 bab, xiii + 127 halaman + lampiran, 30 referensi

ABSTRAKSI

Industri farmasi merupakan industri yang berkembang pesat di Indonesia sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan semakin banyaknya jenis penyakit. Sehingga persaingan di industri tersebut menjadi sangat tinggi. PT. Kalbe Farma adalah salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia, meraih sukses dan menjadi contoh atau panutan bagi industri farmasi lain. Untuk dapat menguasai persaingan pasar farmasi, diperlukan strategi *personal selling* yang tepat yang akan dapat menentukan keberhasilan perusahaan industri farmasi dalam melakukan penjualan terhadap produk yang ditawarkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *personal selling* PT. Kalbe Farma dalam memasarkan produk ethical. Konsep yang digunakan dalam tinjauan pustaka pada penelitian ini adalah komunikasi sebagai salah satu kegiatan pemasaran, komunikasi antar pribadi, bauran pemasaran, bauran promosi, strategi *personal selling*, serta pengelolaan tenaga penjual.

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif, mendeskripsikan strategi *personal selling* PT. Kalbe Farma dalam memasarkan produk ethical. Metode yang digunakan yaitu melalui metode studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber dan melalui observasi di lapangan serta kepustakaan berupa buku-buku, dokumen-dokumen yang berkaitan langsung dengan penelitian. Fokus penelitian ini adalah pada tahapan-tahapan strategi *personal selling* yang terdiri dari *prospecting for customer*, *opening the relationship*, *qualifying the prospect*, *presenting the sales message*, *closing the sales*, dan *servicing the account*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Kalbe Farma melaksanakan tahapan-tahapan strategi *personal selling* dengan baik. Kunci keberhasilan dari proses *personal selling* PT. Kalbe Farma yaitu komunikasi antar pribadi yang baik antara tenaga penjual dan pelanggan dengan membina *relationship* untuk menciptakan penjualan jangka panjang. Strategi *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Kalbe Farma juga menggunakan strategi sponsorship dimana hal ini merupakan temuan yang bisa menjadi kajian baru yang mana biasanya sponsorship merupakan sebuah strategi promosi tersendiri diluar dari strategi *personal selling*.