



**STRATEGI PERSONAL SELLING PRODUK BUSINESS TO BUSINESS
STUDI KASUS PT. BEST WORLD INDONESIA (BWL)
PERIODE OKTOBER - DESEMBER 2012**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

BAMBANG WAHYU NUGROHO

44309110107

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2013



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Program Studi Marketing
Communications & Advertising**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Bambang Wahyu Nugroho
NIM : 44309110107
Bidang Studi : Marketing Communications dan Advertising
Judul Skripsi : Strategi Personal Selling Produk Business to Business
Studi Kasus PT. Best World Indonesia (BWL)
Periode Oktober – Desember 2012

Jakarta, 24 September 2013

Mengetahui,
Pembimbing

(A. Judhie Setiawan, SE. M.Si)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Program Studi Marketing
Communications & Advertising**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Bambang Wahyu Nugroho
 NIM : 44309110107
 Bidang Studi : Marketing Communications dan Advertising
 Judul Skripsi : Strategi Personal Selling Produk Business to Business
 Studi Kasus PT. Best World Indonesia (BWL)
 Periode Oktober – Desember 2012

Jakarta, 24 September 2013

Ketua Sidang,

Dr. Farid Hamid, M.Si

Penguji Ahli,

Razie Razak, M. Ikom

Pembimbing,

A. Judhie Setiawan, SE. M.Si



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Program Studi Marketing
Communications & Advertising**

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Bambang Wahyu Nugroho
NIM : 44309110107
Bidang Studi : Marketing Communications dan Advertising
Judul Skripsi : Strategi Personal Selling Produk Business to Business
Studi Kasus PT. Best World Indonesia (BWL)
Periode Oktober – Desember 2012

Jakarta, 24 September 2013

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan, SE. M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

an -

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Herayah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “*Strategi Personal Selling Produk Business to Business Studi Kasus di PT. Best World Indonesia (BWL) Periode Oktober - Desember 2012*” dapat terselesaikan.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, peneliti menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Agus Judhie Setiawan, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran membimbing dengan penuh keikhlasan dan memberi arahan serta masukan yang bermanfaat hingga terselesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Sidang yang memberikan arahan serta perbaikan terhadap skripsi yang peneliti susun.
3. Bapak Razie Razak, M.Ikom., selaku Dosen Penguji yang telah membantu peneliti dalam memberikan masukan terhadap perbaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si., selaku Ketua Bidang Studi *Marketing Communications & Advertising* atas kesempatan yang Ibu berikan sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini.
5. Bapak Daniel Chang, selaku *Country Manager* beserta seluruh karyawan PT. Best World Indonesia yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
6. Ibu Rita Ong selaku *Platinum Director* BWL Indonesia, atas informasi yang diberikan.
7. Ibu Flora Andarini selaku *Training dan Marketing Coordinator* PT. Best World Indonesia pada kegiatan *Cosmobeute 2012* yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Peneliti hanya dapat menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdo'a atas segala motivasi dan

dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah terjadi, amin.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya peneliti berharap adanya kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca, agar lebih bertambah kesempurnaan ilmu pengetahuan yang akan datang, Amin.

Jakarta, 24 September 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis/ Akademis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	6
2.2. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	7
2.3. <i>Personal Selling</i> / Penjualan Pribadi.....	8
2.3.1. Definisi <i>Personal Selling</i>	8
2.3.2. Tujuan <i>Personal Selling</i>	9
2.3.3. Sifat-sifat <i>Personal Selling</i>	10
2.4. <i>Personal Selling</i> untuk <i>Business to Business</i>	11
2.4.1. Peran / Karakteristik dari B2B/ <i>Personal Selling</i>	12
2.4.2. Karakteristik khas Tenaga Penjual Industrial	14
2.4.3. Kelebihan dan Kekurangan <i>Personal Selling</i>	16
2.5. Strategi <i>Personal Selling</i>	18
2.5.1. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)....	19
2.5.2. Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> dalam Pemasaran Bisnis	21
2.5.3. Menentukan Anggaran Promosi.....	24

2.5.4. Proses <i>Personal Selling</i>	25
2.5.5. Kendali Pemasaran.....	35
BAB III METODOLOGI.....	37
3.1. Tipe Penelitian	37
3.2. Sifat Penelitian	37
3.3. Metode Penelitian.....	38
3.4. Subyek Penelitian (<i>Key Informan/ Narasumber</i>)	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1. Data Primer	40
3.5.2. Data Sekunder	41
3.6. Definisi Konsep.....	41
3.7. Fokus Penelitian	42
3.8. Teknik Analisis Data.....	43
3.9. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Best World Indonesia	46
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3. Struktur Organisasi	48
4.1.4. Tugas dan Wewenang	49
4.2. Hasil Penelitian	51
4.2.1. Perencanaan.....	52
4.2.2. Implementasi	58
4.2.3. Evaluasi	68
4.3. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1.1	Grafik penjualan produk BWL di Indonesia	3
2.5.4.	Proses <i>Personal Selling Business to Business</i> (B2B)	26
2.5.5.	Tipe-tipe Pengendalian Pemasaran	37
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Best World Indonesia (BWL)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran II	Pedoman Wawancara
Lampiran III	Hasil Wawancara
Lampiran IV	<i>Loyalty Guest Card</i> dan <i>Skin Studio</i>
Lampiran V	Kategori produk PT. Best World Indonesia (BWL)
Lampiran VI	Daftar Harga produk PT. Best World Indonesia (BWL)
Lampiran VII	Susunan Acara BWL pada 21-23 Oktober 2012
Lampiran VIII	Foto Kegiatan <i>Personal Selling</i> PT. Best World Indonesia
Lampiran IX	<i>Curriculum Vitae</i> Peneliti