



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

Bambang Wahyu Nugroho (44309110107)

Strategi Personal Selling Produk Business to Business Studi Kasus

PT. Best World Indonesia (BWL) Periode Oktober - Desember 2012

(xi + 76 halaman)

Bibliografi 26 referensi (2000 – 2011); 4 artikel situs internet: 9 lampiran

ABSTRAK

Pada *personal selling business to business*, tenaga penjual memiliki andil lebih besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor terbesar yang mengendalikan keputusan pembelian oleh pelanggan *business to business* adalah kemampuan tenaga penjual dalam mengajarkan pelanggan sesuatu yang baru atau tantangan merubah pola pikirnya. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, berbagai macam produk sejenis ditawarkan oleh para pesaing menjadikan tenaga penjual terus berinovasi agar dapat memenuhi tujuan perusahaan. Seperti halnya yang dilakukan oleh PT. Best World Indonesia atau BWL dalam strategi *personal selling*-nya memanfaatkan alat bantu promosi dan inovasi teknologi perawatan kulit sehingga diferensiasi inilah yang menjadikan BWL memiliki keunggulan tersendiri dibanding pesaingnya.

Strategi *personal selling* dalam pemasaran bisnis adalah sebuah strategi yang disusun dan dilaksanakan oleh tenaga penjual agar tujuan pemasar dan konsumen bisnis terpenuhi. Berdasarkan teori yang mengacu kepada pemikiran Khrisna K. Havaldar menjelaskan bahwa kegiatan *personal selling* ditempuh dengan tahapan strategis meliputi perencanaan yang berupa analisa *strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*. Langkah selanjutnya adalah menentukan *segmentation, targeting, positioning*, dan diakhiri dengan penyusunan anggaran. Pada tahap implementasi berupa proses *personal selling* mulai dari memprospek hingga melakukan *follow-up* dan *service*. Pada tahap evaluasi berupa pelaksanaan kendali pemasaran.

Adapun tipe penelitian yang digunakan di BWL adalah tipe penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data adalah wawancara dan studi pustaka, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sedangkan metode analisisnya adalah menggunakan analisa kualitatif.

Hasil penelitian akan mengetahui bahwa strategi *personal selling* dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan terhadap penggunaan produk, meningkatkan penjualan produk, meningkatkan jumlah distributor, serta mampu membangun suatu hubungan antara pelaku bisnisnya.