



**PENERAPAN PERSONAL SELLING PRODUK BUSINESS To BUSINESS;
STUDI KASUS Pada PT. JATRACO KURNIA LAKSANA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

HARIANTO

44306010005

Marketing Communication

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMM. & ADVERTISING
2012

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Harianto
NIM : 44306010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication
Judul : Penerapan Personal Selling Produk Business to Business; Studi Kasus pada PT. Jatraco Kurnia Laksana

Menyetujui
Pembimbing

(SM Niken Restaty, S.Sos., MSi.)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMM. & ADVERTISING
2012

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Harianto
NIM : 44306010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication
Judul : Penerapan Personal Selling Produk Business to Business; Studi Kasus pada PT. Jatraco Kurnia Laksana

Jakarta, 26 Januari 2012

Ketua Sidang
(Dra. Tri Diah Cahyowati, MSi.)

Penguji Ahli
(A. Judhie Setiawan, SE, MSi.)

Pembimbing
(SM Niken Restaty, S.Sos., MSi.)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMM. & ADVERTISING
2012

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Harianto
NIM : 44306010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication
Judul : Penerapan Personal Selling Produk Business to Business; Studi Kasus pada PT. Jatraco Kurnia Laksana

Jakarta, Februari 2012

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(SM Niken Restaty, S.Sos., MSi.)

Mengetahui:

Dekan Fak. Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, MSi.)

Ketua Program Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, MSi.)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Tiada kata yang paling indah yang patut diucapkan seorang hamba selain puji dan syukur kepada Alloh *subhanahu wa ta'ala*, Tuhan semesta alam, atas rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu dari prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada utusan Alloh yang mulia, Rasulullah Muhammad *shalaullohu alaihi wasalam*, keluarga, sahabat, dan pengikut beliau yang setia di jalan yang lurus.

Salah satu amanat Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah melakukan penelitian. Maka, menjadi kewajiban bagi setiap mahasiswa melakukan penelitian skripsi. Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang kami miliki, maka dengan penuh kerendahan hati, kami mengharapkan kritik dan saran atas penulisan ini.

Pada kesempatan ini, ijinilah kami menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat tersaji didepan pembaca sekalian, yaitu:

1. Ibu Niken Restaty, S.Sos., MSi., Dosen Pembimbing saya –yang telah menjadi seperti ibu saya sendiri, Senantiasa membimbing dari awal sampai skripsi ini selesai, berkat semua kesabarannya, motivasi ,dan kasih sayang yang telah saya dapatkan selama menjadi mahasiswa bimbingan akademik dan skripsi ini.
2. Ibu Tri Diah Cahyowati, MSi., selaku ketua sidang, dan Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising FIKOM Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan kontribusi ilmu dalam proses pengajaran di akademik, menjadi sumber inspirasi serta bersedia menjadi Ketua sidang saat sidang

outline. Terima kasih untuk masukan yang sangat berarti atas kesempurnaan penulisan skripsi ini.

3. Bapak A. Judhie Setiawan, SE., MSi., selaku Dosen Penguji, Salah satu Seseorang yang menjadi sumber inspirasiku, Dengan kerendahan hati Begitu banyak pengalaman yang diberikan saat proses pengajaran di akademik, dan masukan yang menambah wawasan dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Papa & Mama Tercinta atas segala Doa, kasih sayang, perhatian dan dukungannya baik moril ataupun materil setiap hari sampai aku sebesar ini.
5. Kakakku LIA dan Adik-adikku Fanny & Rissa yang selalu kusayangi setiap saat sampai selamanya walau terkadang menyebalkan pula. Dan Dede Willy yang selalu uncle sayangi
6. Untuk Keluarga The Rahmatz Saudara-saudaraku tercinta, yang selalu setia menemani dalam kebersamaan, Moment hari special saat berlibur bersama kalian banyak kenangan manis, pahit, lucu, gokil yang tak bisa dilupakan, Semoga dalam pertemuan The Rahmatz makin eksis selamanya sampai melahirkan cicit-cicit, (Khusus buat Kungkung Wawat & Engkim Iyong sesepuh the rahmatz, Ie yayang & Icong, Ci Mei & Om Imran, Ci Yeni & Om Shindu, Ie Aling & Icong Aliu, Ku Dadang & Mba Sri, Ie Afun, Ci Erlan & Om Jems, Ko Irwan, Ci Ida, Ko Jimmy, Ninie, Ria, Diki & Adi Tim ROKES, Ade, Ririe, Randi, Andri, Deni, Adikku Ega, Adikku Braiten, Adikku Raymonk, Adikku Dewa, Adikku Niel...(I LOVE YOU ALL).
7. Para Narasumber dalam penelitian ini, Terimakasih atas waktu dan kesediaanya menerima saya untuk melakukan wawancara, sehingga penelitian ini dapat tersusun sampai selesai. Terima kasih untuk Bapak Firman Hadiwijaya (Direktur PT.Jatraco kurnia Laksana), Bapak Petrus (Manager Marketing PT. Jatraco kurnia Laksana), Bapak Budi Prasetyo (Tim Marketing PT. Jatraco Kunia Laksana), Bapak Amin (Manager PT. Taruna Grafika).

8. Semua Dosen Marcomm & Advertising. yang telah membagi ilmunya kepada kami semenjak di akademik. Khususnya untuk Pak Judhie, Ibu Tri Diah, Ibu Niken, Pak Hardiyanto, Pak Mulyana, Pak Farid, Ibu yoyoh, Ibu Berliani, Pak Dicky, dll –Terima kasih atas semua pemikiran dan pengkajian ilmu Marcomm & Advertising baik teoritis dan praktis yang telah di berikan selama ini.
9. Hamdi –Sahabat terbaik saya, teman yang baik hati, tulus membantu dan peduli ketika saya sedang dilanda sebuah masalah, teman yang menjadi tempat curahan buah pikiran saya, teman spirit motivasi untuk maju menyongsong masa depan yang lebih baik lagi. Dan untuk saudaraku Diki, Adi, Yudha yang baik hati, humoris, dan terkadang menyebalkan. Kita Wajib bersatu sampai hari tua menjemput untuk memberikan penghargaan yang special untuk orang–orang yang kita cintai dan sayangii
10. Senior & Junior Club ALIF FIKOM, Asmuni, Ghozali, Tiar, Ice, Resti, Ita, Istie, Heni, Jaka, Ayi, Bang Rustandi, Bang Aldi Bang Yusuf, Bang Isno, Bang Ichsan. Terima kasih atas kebersamaan yang selama ini kita jalani baik itu dalam kesenangan, rintangan, hambatan. Moment yang paling indah ketikaku selalu bersama kalian dalam kenangan
11. Anak–anak Marcomm 2006 (Chairul, Lucky, Cecep, Hamdi, Yuda, Indra, Rendra, Fanri, Krisofer, Agung, Nining, Febri, Sari, Saskya, Rosna sebuah memory kenangan indah ketika bersama kalian.
12. Sahabat-sahabat Seiramaku di luar Bang Rino, Ditta, Andre, Bang Irfan, Bang Nugi, Yosse, Temen-temen di SMK (Boim, Rian, Adit, Bara, Heru, Kodir Ibnu dll), Temen-temen SMP (Tonay, Yansah, Anto, Cokelat, Solihin, Ipul, Firman dll), Thanks untuk support kalian selama ini.
13. Semua Teman-teman FIKOM & Fakultas lain Mercu Buana, baik angkatan 2006, sebelum, dan sesudahnya, semoga persahabatan kita di kampus tercinta ini akan selalu terkenang sebagai kisah episode indah dikemudian hari.

14. Semua Staf TU & Lab FIKOM yang banyak membantu, untuk Mas Meifi di segala urusan dan bimbingan tugas dan khususnya untuk Pak Sam –yang memperlancar segala urusan administrasi akademis.

Dan juga untuk semua pihak yang tidak mungkin disebutkan disini satu persatu, Semoga Alloh Membalas segala kebaikan yang kalian semua berikan, Semoga penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri, Univ. Mercu Buana, Inspirasi PT.Jatraco Kurnia Laksana, Serta memberikan Kontribusi bagi dunia pemasaran khususnya strategi personal selling.

Jakarta, Februari 2012

Harianto
Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Tanda Lulus Skripsi	iii
Pengesahan dan Perbaikan Skripsi	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	x
Daftar Tabel dan Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Akademis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Komunikasi Antar Pribadi.....	8
2.2. Strategi Personal Selling.....	13
2.3. Personal Selling.....	18
2.4. Karakteristik Produk B to B.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Tipe Penelitian.....	28
3.2. Sifat Penelitian.....	29
3.3. Metode Penelitian.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1. Data Primer.....	31
3.4.2. Data Skunder.....	32

3.5.	Narasumber.....	32
3.6.	Definisi Konsep.....	33
3.7.	Fokus Penelitian.....	34
3.8.	Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1.	Profil PT. Jatraco Kurnia Laksana.....	37
4.2.	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1.	Identifikasi Lingkungan Komunikasi Pemasaran.....	41
4.2.2.	Perencanaan Program Personal Selling.....	45
4.2.3.	Implementasi Program Personal Selling.....	48
4.3.	Pembahasan.....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1.	Kesimpulan.....	82
5.2.	Saran.....	84
5.2.1.	Saran Akademis.....	84
5.2.2.	Saran Praktis.....	85
	Daftar Pustaka.....	87
	Daftar Lampiran.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Transaksi Secara Langsung Perusahaan