

## ABSTRAK

Iklim usaha pada saat ini sangat berbeda dan lebih kompleks dari hanya satu dasawarsa yang lalu. Saat ini kita mengalami pertumbuhan ekonomi, peningkatan suku bunga, kegiatan usaha outsourcing yang meningkat, lebih banyak perhatian pada etika bisnis, globalisasi yang berkelanjutan sehingga suatu kegagalan pada sistem financial akan secara cepat mempengaruhi sistem financial lainnya, dan terjadi persaingan yang sangat tajam pada hampir seluruh jenis industri, termasuk pada bisnis ketenagalistrikan di Indonesia.

Saat ini, pelanggan mengharapkan para tenaga penjual menciptakan dan mengkomunikasikan suatu konsep nilai dengan cara yang meyakinkan dan secara konsisten pada setiap langkah proses penjualan, maka karenanya *personal selling* merupakan suatu strategi yang makin banyak diminati oleh perusahaan-perusahaan yang memasarkan suatu paket produk yang kompleks.

PT Imeco Inter Sarana (Imeco), suatu perusahaan nasional yang dinamis yang bergerak di bidang jasa teknologi tinggi untuk energi dan ketenagalistrikan, memanfaatkan strategi personal selling untuk memasarkan produk premium GE® Mobile Gas Turbine TM2500.

Karya akhir ini ditulis untuk mengevaluasi pelaksanaan strategi personal selling yang dilakukan oleh SBU Power System & Project Development dari Imeco, khusus dalam rangka mempertahankan dominasinya pada niche market pembangkit listrik 20 MW.

Proses evaluasi dilakukan dengan cara kerangka formulasi strategi yang menyeluruh, menggunakan Matrix Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (SWOT) pada semua elemen penentu yang dapat dikenal pada pelaksanaan strategi personal selling yang dilakukan SBU PS&PD.

Matrix Internal-External yang dihitung dari masukan yang diperoleh saat proses evaluasi memberikan gambaran growth-stability, walaupun masih banyak peluang untuk perbaikan.

Dari karya akhir ini ditemukan, bahwa strategi personal selling ternyata berhasil dengan baik bagi SBU PS&PD untuk mempertahankan dominasinya pada niche market pembangkit listrik 20 MW, namun demikian disarankan agar SBU PS&PD untuk terus mengembangkan kompetensi strategi personal selling dengan cara melakukan pelatihan pada semua karyawan di bidang-bidang seperti antara lain namun tidak terbatas pada komunikasi, negosiasi, pembentukan karakter, dipadukan dengan aspek teknis seperti perpajakan, kajian resiko dan mitigasinya.