



**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION  
AND ADVERTISING**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

RIZKI ARFAN (44310110037)

AKTIVITAS PERSONAL SELLING PT SOEJASCH BALI INDONESIA  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SOSIS NIKMAT  
DELIKATESSEN ( Periode Januari – Maret 2015 )

Jumlah halaman : V +77 halaman+ 34 lampiran

Bibliografi : 34 acuan, Tahun 1992 - 2012

### **ABSTRAK**

Para *sales person* merupakan ujung tombak perusahaan dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Bahkan bagi sebagian konsumen, *sales person* adalah perusahaan itu sendiri. *Sales person* harus bisa dipercaya oleh konsumen. Maka *sales person* akan sulit menjual secara maksimal karena sudah tidak lagi dipercaya oleh konsumen. Oleh sebab itu *sales person* harus berhati-hati dalam setiap tindakannya, pertahankan diri agar bisa dipercaya oleh konsumen agar aktivitas *personal selling* bisa berlangsung sedemikian rupa.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep komunikasi, komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran, bauran promosi, *personal selling*, karakteristik *personal selling*, tujuan *personal selling*, prinsip dasar *personal selling*, strategi *personal selling*, tahapan *personal selling*, keunggulan *personal selling*, kendala *personal selling*, syarat-syarat *personal selling*. Peneliti menggunakan tahapan *personal selling* meliputi pendekatan pendahuluan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus melalui wawancara mendalam kepada para narasumber, dan peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu jawaban yang di dapat selama terjun di lapangan ( observasi ) di pastikan kembali dengan sumber ( subyek penelitian ) untuk mendapatkan keabsahan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan aktivitas *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Soejasch Bali yang terkait dengan konsep tahapan-tahapan *personal selling* yaitu pendekatan pendahuluan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut. Sehingga dari hal tersebut peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai aktivitas *personal selling* PT Soejasch Bali Indonesia dalam meningkatkan penjualan produk sosis Nikmat Delikatessen.

Penelitian menyimpulkan bahwa aktivitas *personal selling* yang dilakukan oleh PT Soejasch Bali adalah dengan melakukan tahapan-tahapan *personal selling*, dapat meningkatkan penjualan produk sosis PT. Soejasch Bali.