



**STRATEGI PERSONAL SELLING PRODUK B2B  
(STUDI KASUS PT PROPAN RAYA ICC UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PERIODE AGUSTUS - OKTOBER 2015)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Dennys Munkik Setiawati

44312110017

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2017**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI PERSONAL SELLING PRODUK B2B**  
**(STUDI KASUS PT PROPAN RAYA ICC UNTUK**  
**MENINGKATKAN PENJUALAN PERIODE AGUSTUS -**  
**OKTOBER 2015)**

Nama : Dennys Munkik Setiawati

NIM : 44312110017

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

**UNIVERSITAS**  
Jakarta, Februari 2017  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,

**Dosen Pembimbing**

**( Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. )**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI PERSONAL SELLING PRODUK B2B**  
**(STUDI KASUS PT PROPAN RAYA ICC UNTUK**  
**MENINGKATKAN PENJUALAN PERIODE AGUSTUS -**  
**OKTOBER 2015)**

Nama : Dennys Munkik Setiawati

NIM : 44312110017

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Februari 2017

UNIVERSITAS

1. Ketua Sidang

Nama : Dr. Farid Hamid., M.Si

(  )

2. Penguji Ahli

Nama : Ponco Budi, M.Com. PhD

(  )

3. Pembimbing

Nama : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

(  )



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**


Judul Skripsi : **STRATEGI PERSONAL SELLING PRODUK B2B**  
**(STUDI KASUS PT PROPAN RAYA ICC UNTUK**  
**MENINGKATKAN PENJUALAN PERIODE AGUSTUS -**  
**OKTOBER 2015)**

Nama : Dennys Munkik Setiawati  
NIM : 44312110017  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Februari 2017

Disetujui dan diterima oleh,

**Dosen Pembimbing**



( Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. )

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



( Dr. Agustina Zubair, M. Si )

**Ketua Bidang Studi**  
**Marketing Communication**



( Dr. Farid Hamid., M.Si )

**Ketua Program Studi**  
**Ilmu Komunikasi**



( Ponco Budi, M.Com. PhD )

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dennys Munkik Setiawati

NIM : 44312110017

Judul : Strategi *Personal Selling* Produk B2B (Studi Kasus PT Propan Raya ICC Untuk Meningkatkan Penjualan Periode Agustus-Oktober 2015)

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain pada beberapa bagian, maka saya mencantumkan sumber informasinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Februari 2017

Yang menyatakan,



Dennys Munkik S

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kehadrat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “*Strategi Personal Selling Produk B2B (Studi Kasus PT Propan Raya ICC Untuk Meningkatkan Penjualan Periode Agustus-Oktober 2015)*” dapat diselesaikan.

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

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, 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 Ponco Budi Sulisty, M.Comm., Ph.D, selaku Dosen Penguji yang telah membantu peneliti dalam memberikan masukan terhadap perbaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi *Marketing Communication & Advertising* atas kesempatan yang telah Ibu berikan sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
4. Bapak Andy Wibowo, selaku Manajer dan Kepala Cabang Jakarta Industri Besar PT Propan Raya ICC yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
5. Bapak Fery, selaku Manajer dan Kepala Sales Industri Besar Cabang Jakarta PT Propan Raya ICC, atas informasi yang diberikan.
6. Bapak Sugiharto, selaku Sales Industri Besar Cabang Jakarta yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
7. Keluarga tercinta yang memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan Marcomm angkatan 21 dan sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

9. Seluruh staf karyawan kampus yang turut membantu demi kelancaran penyelesaian skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena adanya keterbatasan pengetahuan, waktu, dan data yang dimiliki oleh peneliti, maupun surutnya semangat. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua dengan pahala dan rahamat-Nya.

Jakarta, Februari 2017

Penulis  
Dennys Munkik



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II KERANGKAN KONSEP.....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.2 Kerangka Teori	
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2 Komunikasi Antarpribadi.....	18
A. Tujuan Komunikasi Antarpribadi.....	19
B. Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi.....	19
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.4 Bauran Promosi.....	22
2.2.5 <i>Personal Selling</i>	
A. Definisi <i>personal selling</i> .....	24
B. Tujuan <i>personal selling</i> .....	27
C. Kriteria <i>personal selling</i> .....	28
D. Faktor-faktor <i>personal selling</i> .....	30
E. Keunggulan dan kelemahan <i>personal selling</i> .....	31
2.2.6 <i>Personal Selling</i> untuk <i>Business to Business</i> .....	33
2.2.7 Strategi <i>Personal Selling</i>	
A. Strategi Umum.....	39
B. Strategi Pendekatan Individual.....	40
2.2.8 Analisis SWOT.....	44
2.2.9 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> .....	46



<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Paradigma.....	50
3.2 Tipe Penelitian.....	51
3.3 Metode Penelitian.....	52
3.4 Subyek Penelitian.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1 Data Primer.....	56
3.5.2 Data Sekunder.....	57
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.1.3 Produk Perusahaan.....	65
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	68
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Perencanaan <i>Personal Selling</i> .....	71
A. Analisis Situasi.....	71
B. Analisa SWOT.....	73
C. Target Market dan <i>Positioning</i> .....	80
D. Pesaing atau Kompetitor Perusahaan.....	83
E. Jenis Komunikasi dan Alat Promosi.....	84
F. Perumusan Strategi <i>Personal Selling</i> .....	86
4.2.2 Implementasi <i>Personal Selling</i> .....	88
4.2.3 Evaluasi <i>Personal Selling</i> .....	97
4.3 Pembahasan.....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109
5.2.1 Saran Akademis.....	109
5.2.2 Saran Praktis.....	109

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1	Produk PT Propan Raya ICC.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penjualan Produk Industri 2015 PT Propan Raya ICC.....	3
Gamabr 1.2	Data Share Competitor 2015 (Industry Base).....	4
Gamabr 4.1	Skema Struktur Organisasi PT Propan Raya ICC.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

SURAT PERMOHONAN PENGUMPULAN DATA

CURRICULUM VITAE



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA