



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

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)
Bibliografi : 5 bab, x + 110 halaman + lampiran, 22 Referensi

ABSTRAK

Industri kimia merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia, mulai dari industri yang menjual produk *business to consumer* hingga pada industri *business to business*. PT Propan Raya ICC adalah satu contoh industri kimia dibidang cat yang menjadi *market leader* untuk pangsa pasar cat kayu. Untuk dapat menguasai pangsa pasar cat Indonesia, diperlukan strategi *personal selling* yang tepat yang akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam melakukan penjualan produk b2b yang ditawarkan.

Tujuan Penelitaian ini adalah untuk mengetahui strategi *personal selling* PT Propan Raya ICC dalam memasarkan produk cat. Konsep yang digunakan dalam tinjauan pustaka pada penelitian kali ini adalah komunikasi pemasaran, komunikasi antar pribadi, bauran pemasaran, bauran promosi, *personal selling*, dan strategi *personal selling* pada *business to business*.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif, mendeskripsikan strategi *personal selling* PT Propan Raya ICC dalam memasarkan produk cat. Metode yang digunakan yaitu metode studi kasus, dengan data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber dan melakukan observasi di lapangan serta kepustakaan berupa buku, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Fokus penelitian ini adalah pada tahapan-tahapan strategi *personal selling* yaitu *prospecting*, *preapproach*, *approach*, *presentation and demonstration*, *handling objections*, *closing sales*, dan *follow up*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Propan Raya ICC melaksanakan tahapan-tahapan strategi *personal selling* dengan baik. Dengan mengedepankan komunikasi antar pribadi yang baik antara tenaga pemasar dan pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.