

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Yashfi Hanifan
44315110098

Implementasi *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Perusahaan Percetakan Uang RI (Studi Deskriptif Kualitatif untuk Security Product Non Captive Pada Tahun 2018-2019)
Jumlah halaman : x + 95 halaman + lampiran
Bibliografi : 21 acuan, Tahun 2003 – 2012

ABSTRAK

Industri percetakan sekuriti memiliki cakupan yang sangat luas. Pasar luar negeri dan dalam negeri merupakan target pasar yang perlu dijajaki, oleh karena itu setiap perusahaan percetakan sekuriti memiliki berbagai cara untuk dapat meningkatkan penjualannya. Peruri sebagai Badan Usaha Milik Negara yang bertugas mencetak Uang dan Dokumen Sekuriti lainnya juga ditargetkan untuk dapat meningkatkan penjualan. Tenaga Pemasar (Sales Executive) Peruri menfokuskan kepada penjualan produk – produk *non captive*.

Penelitian ini membahas bagaimana implementasi *personal selling* oleh tenaga pemasaran yaitu Sales Executive Peruri dalam meningkatkan penjualan khususnya produk – produk *non captive* seperti Ijazah, Sertifikat dan produk berbahan logam. Tahapan *personal selling* yang dilakukan melalui tahap analisis dan perencanaan, tahap implementasi dan tahap evaluasi.

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Menggunakan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap beberapa informan dari *sales executive* yang ada di Departemen Penjualan Peruri juga pelaksanaan kegiatan observasi dilapangan, dan sumber data – data yang didapat dari dokumen atau berkas perusahaan.

Hasil Penelitian ini adalah *personal selling* yang dijadikan saluran komunikasi pemasaran utama oleh Peruri dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Tahapan *personal selling* yang dilakukan memiliki kesamaan dengan teori yang dijabarkan oleh David W. Carvens, strategi *personal selling* yang dilakukan oleh Peruri merupakan strategi jenis baru dan strategi penjualan konsultatif. Strategi jenis baru yang dilakukan Peruri bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru dengan harapan akan selalu memesan produk ke Peruri (*repeat order*). Dikarenakan produk Peruri yang merupakan produk dengan spesifikasi yang rumit, maka strategi penjualan konsultatif merupakan strategi yang sering dilakukan oleh tenaga penjual Peruri.

Kata Kunci : implementasi, *personal selling*, penjualan produk



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Yashfi Hanifan
44315110098

Implementation of Personal Selling in The Indonesian Government Security Printing & Minting Corp.

(Qualitative Descriptive Study for Non Captive Security Products in 2018-2019)

Number of pages : x + 95 pages + attachment

Bibliografi : 21 reference, Years 2003 – 2012

ABSTRACT

The security printing industry has a very broad scope. Foreign and domestic markets are the target markets that need to be explored, therefore every security printing company has various ways to increase sales. Peruri as a State-Owned Enterprise in charge of printing Money and other Security Documents is also targeted to be able to increase sales. Peruri's Sales Executive focuses on selling non-captive products.

This study discusses how the implementation of personal selling by marketing personnel, namely Peruri Sales Executive in increasing sales, especially non-captive products such as diplomas, certificates and metal products. The stages of personal selling are carried out through the analysis and planning stages, the implementation phase and the evaluation stage.

This research uses descriptive qualitative type. Using data collection through in-depth interviews with several informants from sales executives in the Peruri Sales Department as well as conducting field observation activities, and sources of data obtained from company documents or files.

The results of this study are personal selling which is used as the main marketing communication channel by Peruri in establishing good relations with customers. The stages of personal selling carried out have similarities with the theory set forth by David W. Carvens, the personal selling strategy undertaken by Peruri is a new type of strategy and consultative sales strategy. The new type of strategy implemented by Peruri aims to get new customers in the hope that they will always order products to Peruri (repeat orders). Due to the Peruri product which is a product with complex specifications, the consultative sales strategy is a strategy that is often carried out by Peruri sales person.

Keywords : implementation, personal selling, product sales