



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Name : Abdul Latief
NIM : 55207120010
Judul : Audit Komunikasi Salesmanship Training di
PT.Astra International,Tbk-Honda
Key Word : Audit Komunikasi.

ABSTRAK

Personal Selling sebagai bagian dari Integrated Marketing Communication (IMC) adalah salah satu bagian terpenting dari perkembangan bisnis. Dalam *personal selling*, *sales force* memiliki peran yang sangat penting. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan training bagi para sales force. Agar training dapat efektif mencapai sasarannya memerlukan strategi komunikasi dalam pelaksanaannya. Untuk mengukur efektifitas penerapan strategi komunikasi dalam training, diperlukan audit komunikasi sebagai alat analisisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dalam *Basic Salesmanship Training* di PT. Astra International,Tbk-Honda dan mengetahui hasil audit dari pelaksanaan strategi komunikasi dalam *Basic Salesmanship Training* di PT. Astra International,Tbk-Honda. Objek penelitian ini adalah *Basic Salesmanship Training* di PT. Astra International,Tbk-Honda. Sumber data utama penelitian ini adalah para trainer *Basic Salesmanship Training* dan peserta training yaitu salesman / counter sales yang mengikuti training ini secara penuh. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif evaluative. Data dianalisa dengan pendekatan kualitatif dengan berdasarkan wawancara, observasi, studi pustaka dan studi dokumentasi dan dengan kuesioner.

Hasil analisis menunjukkan secara keseluruhan pelaksanaan Basic Salesmanship Training di PT. Astra International, Tbk - Honda Sales Operation berjalan dengan baik. Semua proses dilalui dengan perencanaan dan strategi yang matang. Terlihat secara mayoritas peserta memberikan respon positif baik terhadap pesan yang disampaikan, proses dan metode penyampaian pesan, penggunaan media training maupun proses interaksi yang ada selama training. Implikasi dari Training yang baik dan penerapan strategi yang tepat tersebut akan dapat menciptakan salesman yang baik dan sesuai dengan kualifikasi kemampuan yang dibutuhkan dalam menjalankan aktifitas personal selling sebagai bagian dari penerapan IMC. Namun demikian, hasil yang didapat dari proses audit strategi komunikasi dalam training tetap terdapat beberapa hal yang perlu mendapatkan perhatian yaitu berupa inovasi materi atau penerapan strategi pada training selanjutnya.