



**IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada EVA Airways Kargo Jakarta Periode 2022)

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun oleh:

SHINTA AYU PERMATASARI

UNIVERSITAS
44320120024
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Ayu Permatasari

NIM : 44320120024

Program Studi : Periklanan Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Personal Selling* Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada EVA Air Cargo Jakarta Periode 2022)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Agustus 2023



0FCF9AKX558145638

Shinta Ayu Permatasari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Shinta Ayu Permatasari
NIM : 44320120024
Program Studi : Periklanan Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Personal Selling Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada EVA Air Cargo Jakarta Periode 2022)


Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

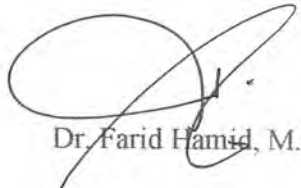
Pembimbing	: Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si	
NIDN	: 0726067701	
Ketua Penguji	: Melly Ridaryanthi, M.Soc.SC,Ph.D	
NIDN	: 0324128202	
Penguji Ahli	: Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom	
NIDN	: 0330019002	

Jakarta, 26 Agustus 2023
Mengetahui,

Dekan


Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi


Dr. Farid Hamid, M.Si

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Ayu Permatasari
NIM : 44320120024
Program Studi : Periklanan Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Personal Selling Dalam Mempertahankan Loyalitas Kosumen (Studi Kasus pada EVA Air Cargo Jakarta Periode 2022)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Shinta Ayu Permatasari

ABSTRAK

Nama : Shinta Ayu Permatasari
NIM : 44320120024
Program Studi : Periklanan Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Personal Selling Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada EVA Air Cargo Jakarta Periode 2022)
Pembimbing : Dewi S. Tanti, S.Sos, M.Si.

Keadaan Covid19 dan isu resesi 2023 membuat keadaan bisnis kargo menjadi tidak menentu, hal ini juga berdampak kepada EVA Airways Cargo sebagai salah satu maskapai internasional yang memiliki jasa angkut kargo via udara. Penelitian ini membahas tentang “Implementasi Personal Selling dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada EVA Air Cargo Jakarta)”

Penelitian ini mengacu pada tahapan aktivitas personal selling yaitu mencakup proses prospecting and qualifying, pre-approach, approach, presentation, handling objections, closing, dan follow-up. Selain itu melibatkan konsep-konsep komunikasi pemasaran, bauran promosi pemasaran Business to Business, dan loyalitas pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana tujuannya adalah untuk mendeskripsikan bagaimana implementasi personal selling di EVA Air Cargo digunakan untuk mempertahankan konsumen. Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data penelitian, melalui wawancara mendalam dengan narasumber, serta studi kepustakaan berupa buku-buku dan dokumen yang relevan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa EVA Air Cargo berhasil melaksanakan seluruh tahapan personal selling mulai dari mencari dan mengkualifikasi prospek, pendekatan, mengatasi keberatan, hingga melakukan follow-up dan Evaluasi. Selain itu, EVA Air Cargo juga fokus pada membangun hubungan bisnis jangka panjang dengan konsumen lama, khususnya agent forwarder.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, *personal selling*, loyalitas, Kargo, Maskapai

ABSTRACT

Name : *Shinta Ayu Permatasari*
Student ID : *44320120024*
Study Program : *Advertising Communication Science*
Title of Thesis : *The Implementation of Personal Selling in Maintaining Customer Loyalty (A Case Study on EVA Air Cargo Jakarta in 2022)*
Counsellor : *Dewi S. Tanti, S.Sos, M.Si.*

The uncertain business environment in 2023 due to the COVID-19 situation and recession issues has significantly impacted the cargo industry, including international carriers like EVA Airways Cargo. This research explores the "Implementation of Personal Selling in Maintaining Customer Loyalty (A Case Study on EVA Air Cargo Jakarta)."

This study refers to the stages of personal selling activities, including prospecting and qualifying, pre-approach, approach, presentation, handling objections, closing, and follow-up. It also incorporates marketing communication concepts, Business to Business (B2B) marketing promotion mix, and customer loyalty.

The research methodology employed is qualitative research with a descriptive approach. Its purpose is to describe how personal selling is implemented in EVA Air Cargo to retain customers. A case study method is used to gather research data, including in-depth interviews with key informants and a review of relevant literature, including books and documents related to this research.

The findings indicate that EVA Air Cargo successfully executes all stages of personal selling, from prospecting and qualifying leads to approaching, addressing objections, and conducting follow-ups and evaluations. Additionally, EVA Air Cargo places a strong emphasis on establishing long-term business relationships with loyal customers, especially freight forwarding agents.

Keywords: Marketing communication strategy, personal selling, loyalty, cargo, airline.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap rasa syukur dan pujian kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis merasa sangat berbahagia telah berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "Implementasi *Personal Selling* dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada EVA Air Cargo Jakarta Periode 2022)". Penulisan dan penyusunan skripsi ini menjadi syarat utama dalam perolehan gelar S-1 dari Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication di Universitas Mercu Buana Menteng, Jakarta Pusat.

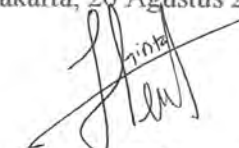
Dalam perjalanan menyusun skripsi ini, penulis merasa beruntung dan bersyukur atas dukungan, bimbingan, serta nasehat yang diberikan oleh berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu, menemani, dan berjuang bersama hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan :

1. Dosen Pembimbing dan pengampu mata kuliah Tugas Akhir, Dewi S. Tanti, S.Sos, M.Si. Terimakasih sebanyak – banyak nya sudah membimbing dan memberikan perhatian dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesainya
2. Dosen wali , Wiyanto Hidayatullah, S.IKom, M.IKom. Terima kasih banyak atas bantuan dan bimbingannya dari semester 1 s/d semester 5
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan.
4. Dr. Irmulansati T, SH, M.Si, selaku Wakil Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan
5. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1- Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom, selaku Sekprodi 4 - Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
7. Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D, selaku Sekprodi 3 - Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

8. Seluruh Dosen dan Staff, khususnya Program Studi Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan membantu peneliti selama perkuliahan.
9. Terutama dan utama saya berterimakasih kepada diri saya sendiri karena mampu bertanggung jawab untuk menyelesaikan kuliah dan penulisan tugas akhir ini dengan segala macam rintangan dan halangan yang terjadi sepanjang kuliah
10. Ibu saya tercinta, yaitu Mama Tries yang sudah memberikan dukungan baik secara emosional dan financial dan semuanya untuk membantu anaknya menyelesaikan Pendidikan ini. Kepada kakak, dan adik serta keluarga besar yang memberikan doa dan dukungan, sehingga saya mampu dan berhasil menyelesaikan pendidikan S1.
11. EVA Air Cargo Jakarta, terutama untuk narasumber; Bapak Daniel Pekik, Bapak Reggy Atmante, Ibu Caroline dan seluruh staff EVA Air Jakarta, seta perwakilan agent forwarder dari PT. MJP Cargo Bapak Asiung yang turut membantu peneliti dalam memperoleh sumber informasi penunjang penelitian ini
12. Fernando Gratia Wungo selaku teman dekat, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan waktu dan pemikiran agar peneliti terus bersemangat dalam menyusun skripsi.
13. Susan Napitupulu dan Caroline selaku sahabat yang untuk semangat dan dukungan yang diberikan selama ini
14. Luki Uji Andita dan seluruh teman teman mahasiswa/I Universitas Mercu Buana - Program Studi Marketing Communication Angkatan 2021. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat berbagai kesalahan dan kekurangan, serta jauh dari sempurna. Karena itu, peneliti siap menerima kritik dan saran konstruktif dari semua pihak agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini.

Jakarta, 26 Agustus 2023



Shinta Ayu Permatasari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kajian Teori	26
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.2. <i>Personal Selling</i>	30
2.2.3. Loyalitas Pelanggan	35
2.2.3.1. Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2.4. <i>Business -to-Business (B2B)</i>	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1. Paradigma Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian.....	44
3.3. Subjek Penelitian	48
3.4. Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1. Data Primer	50
3.4.2. Data Sekunder	51
3.5. Teknik Analisis data	52
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1. Sejarah.....	57
4.1.2. Layanan Kargo	58
4.1.3. Divisi Cargo Sales Representative	61
4.2. Hasil Penelitian	63
4.2.1. Keadaan Bisnis EVA Air Cargo pada masa Pandemi Covid19.....	65

4.2.2. Kegiatan <i>Sales Call</i> dari <i>Sales Person</i> EVA Air Cargo selama pandemi	67
4.2.3. Tahapan <i>Sales Call</i> EVA Air Cargo	70
4.2.3.1. Mencari Project Pengiriman	71
4.2.3.2. Pendekatan <i>Sales Call</i> kepada <i>Agent Forwarder</i> Lama.....	75
4.2.3.3. Mengatasi Kendala, Keberatan dan Permasalahan dalam Pengaturan Shipment	79
4.2.3.4. Penutup	86
4.2.3.5. Menindak lanjuti	88
4.2.3.6. Menjaga Hubungan Jangka Panjang dengan <i>Agent Forwarder</i>	89
4.2.3.7. Evaluasi.....	94
4.2.4. Loyalitas <i>Agent Forwarder</i>	95
4.3. Pembahasan.....	99
4.3.1. Hasil Penelitian Implementasi <i>Personal Selling</i> yang dilakukan <i>Sales Person</i> EVA Air Cargo	100
4.3.1.1. Mengkualifikasi dan Menggali Informasi Perencanaan Pengiriman	103
4.3.1.2. <i>Pre-Approach</i> terhadap <i>Agent Forwarder</i>	104
4.3.1.3. <i>Overcoming Objection</i>	105
4.3.1.4. <i>Closing</i>	107
4.3.1.5. Follow Up	107
4.3.1.6. Membangun dan Menjaga Hubungan Baik dengan <i>Agent Forwarder</i>	108
4.3.1.7. Tahap Evaluasi Kepuasan	109
4.3.2. Analisis Layanan yang Dicapai dari Aktivitas <i>Personal Selling</i> EVA Air Cargo	110
4.3.2. Hubungan <i>Business to Business</i> antara EVA Air Cargo dan <i>Agent Forwarder</i>	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1. Kesimpulan.....	113
5.2. Saran	114
5.2.1. Saran Akademis	114
5.2.2. Saran praktis.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	119
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	119
EVA Air Minutes Meeting (MoM).....	120
TRANSKRIP WAWANCARA I.....	123
TRANSKRIP WAWANCARA II.....	132
TRANSKRIP WAWANCARA III	138
TRANSKRIP WAWANCARA IV	147
DOKUMENTASI.....	152
CURRICULUM VITAE.....	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Volume Ekspor Menurut Negara Tujuan Utama	2
Gambar 1.2. Wawancara Direktur Eksekutif Core Indonesia dengan CNBC.....	3
Gambar 2.1. Bagan Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	38
Gambar 3.1. Bagan Alur Analisis Data	54
Gambar 4.1 Sales Bulletin & Email Sales Bulletin.....	69
Gambar 4.2. Screen Shoot WA Sales Person EVA Air dengan ATT Agent Forwarder Menanyakan Project Shipment.....	72
Gambar 4.3. Screen Shoot WA Sales Person EVA Air dengan ACC agent forwarder untuk Mengajak Makan Siang Bersama	76
Gambar 4.4. Email Shipment Inquiries (SI).....	78
Gambar 4.5. Contoh Bookingan pada CargoWing System	78
Gambar 4.6. Screen Shoot Email WEN Parker Agent forwarder Menolak Harga yang diberikan EVA Air.....	80
Gambar 4.7. Email Sales Person EVA Air Kepada HDQ Untuk Melakukan Negosiasi Harga.....	84
Gambar 4.8. Harga dan Space Confirm pada CargoWings System	87
Gambar 4.9. Screen Shoot WA - Pre Flight Shipment	89
Gambar 4.10. Screen Shoot WA Bapak Daniel & Bapak Asiung MJP Untuk Mengajak Makan Siang Bersama.....	90
Gambar 4.11. Kue Ulang Tahun dari EVA Air untuk Agent MJP Sebagai Bentuk Ucapan Selamat Ulang Tahun	92
Gambar 4.12. EVA Air Cargo Agent Award 2023	93
Gambar 4.13. Email Survey “ EVA Airways Cargo Service Quality Global Satisfaction Survey of 2022	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1. Contoh Pertanyaan Penelitian ((Yin, 2009 dalam (Nur'aini, 2020))....	46
Tabel 3.2. Subjek Penelitian	50
Tabel 4. 1. Destinasi Online	59
Tabel 4. 2. Destinasi Offline.....	60
Tabel 4. 3. Team EVA Air Cargo & Jobdesks.....	63
Tabel 4. 4. Analisis Dasar Tahapan Personal Selling	101
Tabel 4. 5. Analisis Gambaran Implementasi Personal Selling EVA Air Cargo	103

