



**PENERAPAN STRATEGI PERSONAL SELLING DAN  
SALES PROMOTION DALAM MENDUKUNG  
REPUTASI MEREK INDOGROSIR**



**Disusun Oleh :**

**MIKHAEL JATU HENDRA PERMANA**

**55220120056**

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



**PENERAPAN STRATEGI PERSONAL SELLING  
DAN SALES PROMOTION DALAM MENDUKUNG  
REPUTASI MEREK INDOGROSIR**

**TESIS**

Tesis Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister  
Ilmu Komunikasi

**Disusun Oleh :**

**MIKHAEL JATU HENDRA PERMANA**

**55220120056**

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



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Mikhael Jatu Hendra Permana  
NIM : 55220120056  
Jenjang Pendidikan : S2 ( Strata 2 )  
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Dalam Mendukung Reputasi Merek Indogrosir

Jakarta, 25 Agustus 2023  
Dosen Pembimbing

(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Dalam Mendukung Reputasi Merek Indogrosir  
Nama Lengkap : Mikhael Jatu Hendra Permana  
NIM : 55220120056  
Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)  
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication  
Tanggal : 25 Agustus 2023

Jakarta, 25 Agustus 2023

Mengetahui,

**1. Ketua Sidang**

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

**2. Penguji Ahli**

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

(.....)

**3. Pembimbing**

(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si)

(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Dalam Mendukung Reputasi Merek Indogrosir  
Nama Lengkap : Mikhael Jatu Hendra Permana  
NIM : 55220120056  
Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)  
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication  
Tanggal : 25 Agustus 2023

Jakarta, 25 Agustus 2023

Mengetahui,  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**1. Ketua Sidang**

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

**2. Penguji Ahli**

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

(.....)

**3. Pembimbing**

(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Mikhael Jatu Hendra Permana  
NIM : 55220120056  
Jenjang Pendidikan : S2 ( Strata 2 )  
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Dalam Mendukung Reputasi Merek Indogrosir

Jakarta, 25 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budiarto, M.Si)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**PERNYATAAN SIMILARITY CHECK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Mikhael Jatu Hendra Permana  
Nim : 55220120056  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Dalam Mendukung Reputasi Merek Indogrosir”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal, 16 Agustus 2023 didapatkan nilai persentase sebesar 13%

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 25 Agustus 2023



Administrator Turnitin

**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Dalam Mendukung Reputasi Merek Indogrosir

Nama Lengkap : Mikhael Jatu Hendra Permana

NIM : 55220120056

Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)

Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication

Tanggal : 23 Agustus 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 25 Agustus 2023



( Mikhael Jatu Hendra Permana )



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia-Nya, tesis yang berjudul Penerapan Strategi Personal Selling dan Sales Promotion Mendukung Reputasi Merek Indogrosir dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi yang diselenggarakan oleh Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Tesis ini juga dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Mercu Buana, Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, Kepala Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, Kepala Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si dan beserta jajarannya yang telah memberikan bantuan dan dukungan hingga penyelesaian tesis ini.
2. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H. M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dalam teknik penyusunan tesis dan dorongan semangat dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak Suyono selaku Direktur PT Inti Cakrawala Citra (Indogrosir), Bapak Slamet Poernomo dan Bapak Freddy Yusuf selaku jajaran Manajemen Marketing Indogrosir yang memperbolehkan dan mendukung peneliti dalam melakukan penelitian ini.
4. Bapak Surianata, Bapak Gilang, Bapak Yosua, Bapak Agus Ariyantho, dan seluruh jajaran staf Marketing Indogrosir yang membantu peneliti dalam membuat dan mengerjakan tesis ini.
5. Bapak Freddi selaku Store Manager Indogrosir Cikokol dan Bapak Joshua Nugroho selaku Member Service Manager yang telah membantu peneliti dalam melakukan pengambilan data di Indogrosir Cikokol.

6. Keluarga yang tercinta; Bapak Wuryono dan Mama Rini Krisnawati yang selalu mendukung setiap langkah dalam menjalani perkuliahan Magister Ilmu komunikasi.
7. Calon istriku, Mia, yang telah memberikan dukungan dan bantuan setiap proses perkuliahan hingga pengerjaan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 38.

Dengan demikian, peneliti mengucapkan terima kasih atas semua dukungan yang sudah diberikan dan berharap tesis ini bisa berguna bagi para pembaca.



Jakarta, 10 Juli 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	19
1.3. Rumusan Masalah.....	20
1.4. Tujuan Penelitian .....	20
1.5. Manfaat Penelitian .....	21
1.5.1. Manfaat Akademis .....	21
1.5.2. Manfaat Praktis.....	21
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>22</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	22
2.2. Landasan Teori .....	36
2.2.1. Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran.....	36
2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	45
2.2.3. Integrated Marketing Communication .....	47
2.2.4. Posisi Merek dalam Integrated Marketing Communication.....	54
2.2.5. Segmentasi Pasar .....	61
2.2.6. Target Pasar .....	57
2.2.7. Positioning.....	70
2.2.8. Analisis SWOT.....	72
2.2.9. Faktor-faktor dalam Analisis SWOT .....	75
2.2.10. Analisis Matriks SWOT .....	76
2.2.11. Strategi Komunikasi .....	78
2.3. Kerangka Pemikiran .....	80
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>82</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	82
3.2. Objek Penelitian.....	83

3.3. Tipe Penelitian .....	83
3.4. Metode Penelitian .....	85
3.5. Subjek Penelitian .....	85
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	87
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	88
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>91</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	91
4.1.1. Gambaran Umum Indogrosir.....	91
4.1.2. Visi dan Misi Indogrosir.....	93
4.1.3. Ekspektasi Konsumen Terhadap Indogrosir.....	93
4.2. Hasil Penelitian.....	95
4.2.1. Analisis SWOT.....	96
4.2.2. Analisis Matriks SWOT .....	102
4.2.3. Pemetaan Kompetitor Indogrosir .....	105
4.2.4. Segmenting, Targeting, dan Positioning .....	107
4.2.5. Bauran Komunikasi Pemasaran Indogrosir.....	110
4.2.6. Penerapan Strategi Personal Selling dan Sales Promotion.....	121
4.3. Pembahasan .....	140
4.4. Kendala Penerapan Strategi Personal Selling dan Sales Promotion..	150
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>157</b>
5.1. Kesimpulan .....	157
5.2. Saran .....	159
5.2.1. Saran Akademis.....	159
5.2.2. Saran Praktis.....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>165</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Informasi Membership Indogrosir di Media Online .....	9
Gambar 1.2. Pendapat Kepala BP Batam terhadap Indogrosir Batam.....	10
Gambar 1.3. Penjualan Indogrosir tahun 2018-2022 .....	11
Gambar 1.4. Situasi Pandemi Covid 19 di Indonesia tahun 2022.....	13
Gambar 1.5. Perkembangan Ritel Tahun 2022 .....	13
Gambar 1.6. Jumlah Member Merah Belanja dari 2018-2022.....	15
Gambar 1.7. Jumlah member Biru Belanja dari 2018-2022 .....	15
Gambar 1.8. Penyebaran Covid 19 di Indogrosir Yogyakarta .....	16
Gambar 1.9. Karyawan Indogrosir Yogyakarta Terpapar Covid 19 .....	17
Gambar 1.10. Kolaborasi Indogrosir dengan Blue Bird .....	18
Gambar 2.1. Model Komunikasi Pemasaran.....	50
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....	81
Gambar 3.1. Triangulasi Teknik .....	88
Gambar 3.2. Triangulasi Sumber .....	88
Gambar 4.1. Jenis Produk di Indogrosir.....	78
Gambar 4.2. Ragam Produk di Indogrosir .....	79
Gambar 4.3. Promo Produk Dijamin Laku .....	80
Gambar 4.4. Jenis Satuan Harga di Indogrosir .....	82
Gambar 4.6. Promo Potongan Harga Indogrosir.....	84
Gambar 4.7. Program Loyalty Member Merah Indogrosir .....	85
Gambar 4.8. Promo Hadiah Langsung.....	86
Gambar 4.9. Kegiatan Promosi di Toko.....	87
Gambar 4.10. Bentuk Promo Potongan Harga.....	93
Gambar 4.11. Bentuk Promo Bundle Deals di Indogrosir .....	93
Gambar 4.12. Undian di Indogrosir .....	94
Gambar 4.13. Promo Hadiah Gratis di Indogrosir .....	96
Gambar 4.14. Loyalty di Klik Indogrosir.....	97
Gambar 4.15. Website Indogrosir .....	101
Gambar 4.16. Website Klik Indogrosir .....	102
Gambar 4.17. Aplikasi Indogrosirku.....	103
Gambar 4.18. Instagram Indogrosir .....	104
Gambar 4.19. Facebook Indogrosir.....	105
Gambar 4.20. WhatsApp Business Indogrosir .....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matriks SWOT.....	78
Tabel 4.1. Analisis SWOT.....	93
Tabel 4.2. Analisis Matriks SWOT.....	99

