

PERSONAL SELLING SEBAGAI ALAT PROMOSI PT.SERUNI
PUTRA DALAM MENJARING KLIEN

PERSONAL SELLING AS A PROMOTION TOOL PT. SERUNI
PUTRA IN RECRUITING CLIENTS



Disusun oleh:

Anita Dewi Setyawati

20040530042

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2012/2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hari : Rabu
Tanggal : 17 Maret 2013
Jam : 09.00 - 11.00
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi

Susunan Tim Penguji

Ketua Penguji

Krisna Mulawarman, S.Sos.,M.Sn

Penguji I

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP.,M.SC.

Penguji II

Muria Endah,

S.,S.IP.,M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)
tanggal : ... April 2013

Aswad Ishak, S.IP.,M.Si.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Komunikasi Dengan Konsumen	10
a. Stimulasi Dasar Pembelian.....	11
b. Fungsi perilaku konsumen dalam komunikasi pemasaran	14

c. Hubungan Pemasaran	15
d. Memilih Saluran Komunikasi.....	15
3. Personal Selling	16
a. Sifat dan keunggulan Personal selling.....	18
b. Kategorisasi Tenaga Penjual	20
c. Proses Personal Selling	22
d. Evaluasi kinerja tenaga penjualan.....	28
F. Sistematika Penulisan	32
G. Metode Penelitian	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3. Lokasi Penelitian.....	35
4. Teknik Analisis Data	35
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	37
A. Sejarah Singkat Perusahaan	37
B. Jenis Pelayanan Dan Spesifikasi Produk	39
C. Visi Dan Misi	44
D. Struktur Organisasi	44
BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	46
A. Sajian Data	46
1. Proses Penentuan Personal Selling Sebagai Alat Promosi PT. Seruni Putra	46
2. Perencanaan Personal Selling PT. Seruni Putra.....	53
3. Pelaksanaan Strategi Personal Selling PT. Seruni Putra.....	57

4. Menjaga Hubungan Dan Loyalitas Klien	67
5. Evaluasi Kinerja Tenaga Penjualan	68
B. Pembahasan.....	70
1. Proses Penentuan Personal Selling Sebagai Alat Promosi PT. Seruni Putra	70
2. Perencanaan Personal Selling PT. Seruni Putra.....	73
3. Pelaksanaan Strategi Personal Selling PT. Seruni Putra.....	75
4. Menjaga Hubungan Dan Loyalitas Klien	78
5. Evaluasi Kinerja Tenaga Penjualan	79
 BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	 84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	86
 DAFTAR PUSTAKA	 89
 LAMPIRAN	 90

DAFTAR GRAFIK

I. 1	Referensi pekerjaan PT. Seruni.....	3
III. 2	Referensi pekerjaan PT. Seruni Putra.....	51

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Anita Dewi Setyawati

Personal Selling Sebagai Alat Promosi PT. Seruni Putra dalam Menjaring Klien

Tahun Skripsi : 2013 + 88 halaman + 12 halaman lampiran

Daftar Pustaka: 13 buku

PT. Seruni Putra merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Produk yang ditawarkan oleh PT. Seruni Putra adalah jasa pengadaan, pemasangan dan perawatan alat-alat medis, serta pengisian gas medis. Promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan strategi *personal selling*. Penelitian ini mengangkat tema personal selling sebagai strategi promosi PT. Seruni Putra dalam menarik klien. Kesehatan menjadi sebuah isu yang sedang berkembang dan dibicarakan didunia internasional. Sehingga kebutuhan akan pelayanan kesehatan bertambah, banyak instansi kesehatan dan rumah sakit terus menerus membenahi kualitas dan kuantitas pelayanan kesehatannya demi memenuhi kebutuhan manusia akan kesehatan. Kebutuhan akan kesehatan sekarang ini semakin diperhatikan, apalagi saat ini dimana arus globalisasi bisnis yang terus tumbuh menjadikan kesehatan sebagai aspek yang komersil. Distributor alat-alat kesehatan semakin banyak bermunculan seiring dengan bertambahnya kebutuhan manusia akan kesehatan. Peneliti memilih PT. Seruni Putra sebagai objek penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana *personal selling* yang dilakukan PT. Seruni Putra dalam menarik klien. jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan metode deskriptif kualitatif yaitu memaparkan pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan PT. Seruni Putra untuk menarik klien. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Data berasal dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu Direktur PT. Seruni Putra dan bagian *Marketing* PT. Seruni Putra. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Seruni Putra adalah dengan melakukan kunjungan ke instansi kesehatan, rumah sakit, klinik dan Depkes. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan program *personal selling* masih ada kekurangan yang perlu diperbaiki.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Personal selling*

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Social Science and Politics of Departement

Advertising of Concertration

Anita Dewi Setyawati

Personal Selling As A Promotion Tool PT. Seruni Putra in Recruiting Clients

Tahun Skripsi : 2013 + 88 page + 12 page lampiran

Daftar Pustaka: 13 book's

PT. Seruni Putra is a company engaged in the field of services. Products offered PT. Seruni Putra is procurement, installation and maintenance of medical devices, and medical gas filling. Promotion PT. Seruni Putra by using personal selling strategies. This study raised the theme of personal selling as a promotional strategy PT. Seruni Putra in attracting clients. Health became an issue and discussed emerging international world. Thus the need for health care increases, many health agencies and hospitals continue to fix the quality and quantity of health services to meet human needs for health. The need for health care is now more attention, especially in this time where globalization growing business made health a commercial aspect. Distributor of medical equipment more and more popping up with increasing human need for health. Researchers chose PT. Seruni Putra as an object of research for the purpose determines how personal selling by PT. Seruni Putra in attracting clients. This research type used is qualitative, descriptive qualitative method that describes the implementation of personal selling by PT. Seruni Putra to attract clients. Data analysis techniques used in this research is the analysis of qualitative data. The data comes from interviews with sources, namely PT. Seruni Putra and Marketing section PT. Seruni Putra. Based on the research conducted, personal selling is done by PT. Seruni Putra is with a visit to health institutions, hospitals, clinics and Departemen of Health . Based the research and discussion that is done it can be concluded that both in the planning and implementation of personal selling is still a shortage that needs to be fixed.

Key Word : Promotion, Personal Selling

DAFTAR GAMBAR

I. 1	Proses <i>Personal Selling</i> by William J Stanton.....	22
III. 2	Sertifikat produk PT.Seruni Putra.....	48
III. 3	Contoh Produk yang ditawarkan pada proposal PT. Seruni Putra....	55
III. 4	Bentuk Kunjungan dan Penawaran PT.Seruni Putra.....	58
III. 5	Skema Proses <i>Personal Selling</i> PT. Seruni Putra.....	59

MOTTO

Pemenang kehidupan adalah orang yang tetap **sejuk** ditempat yang **panas**.

Yang tetap **manis** ditempat yang begitu **pahit**, yang tetap merasa **kecil** meskipun telah menjadi **besar**. Dan yang tetap **tenang** ditengah **badai** yang paling hebat, serta tetap mengandalkan **Allah** didalam segala perkara, walaupun seperti menggenggam **bara api** , tetapi jangan dilepas. Semoga kita
menjadi **pemenang**

HALAMAN PERSEMBAHAN

I dedicated this to my mother and father

To my big big big family , my brother's and my little sister,
my sister's in law, my nepwew's, my niece's, you are all my
reason.

To my best best friend's, love you all.

To my friend's, Juki and Merry, thanks to arrive me.

And Special thanks to Syila, u'r not only a cat. Sayang Syila

Selalu.....

KATA PENGANTAR

Promosi bisa kita temukan setiap hari, dengan sadar atau tanpa kita sadari. Pada awalnya konsumenlah yang mencari penjual namun sekarang ini khususnya perusahaan jasa, penjual yang menjemput konsumen. Promosi yang dilakukan dibuat untuk menarik kepercayaan klien, menciptakan hubungan

yang bukan hanya konsumen dan penjual namun situasi yang hangat dan kekeluargaan, sehingga konsumen enggan untuk berganti produk (loyal). Seperti yang dikatakan Stanton "buyer are not computer, like mechanisms who arrive at decision by feeding facts into their brains and turn out the right answer. They are human beings and such, prefer to do business with people they like". Disanalah seni komunikasi pemasaran terutama pada strategi personal selling, how make relationship with client not only selling product.

Penulis melibatkan banyak orang yang sangat berjasa di dalam proses pembuatan hingga penyelesaian karya tulis ini, kepada Pak Krisna Mulawarman, S.Sos.,M.Sn, ya allah pak terimakasih sekali mau membimbing saya dengan sabar. Untuk dosen penguji, Pak Haryadi Arief S.IP.,M.SC. dan dosen kami yang cantik Ibu Muria Endah S.,S.IP.,M.Si. terimakasih atas masukan revisinya, saya memang banyak kekurangannya. Pak Jono dan Pak Mul, i loph u full, terimakasih sangat sangat membantu saya untuk administrasi dari pendaftaran pendadaran sampai wisuda. Untuk teman-teman angkatan 2004 yang gag bisa disebutin semuaaa, special for papank, suryo, agni, dito, maaann cadas maaannn, gag bakal lupa deh gara-gara Mr. AK kita gag jadi wisuda ber-3, yo ra sur-sur (hahahahaha.....). Mr. AK gunbate ne. Untuk angkatan 2000-2003, ah parah maannn. SEMARMESEM Family yang sekarang jadi FOTKA, peccyaaahh.... jaman kita masih kenal kamera analog ya, ngatur diafragma dan kecepatan itu ilmu banget (bersyukurrr). Mak Ijah, Mbak Rini dan Soto Bang Jerry Crew, kalian membuat kantin lebih menyenangkan.

Untuk para Sahabat tercinta, unggul, renna, rinno, dwi and fam, atenk, adin, kita kepompong ya kan? Forever ever after. My martabak special, bibiyy, irham nabil adib, we never plain anything but everything's happen. Anabila you are a gift and i love you. Oiya, untuk yang selalu menemani saya begadang, syila. Kamu menggemaskan sekali, terimakasih sayangku syila, miaawwwww. For my past, you teach me a good thing and bad thing, sometimes maybe i looking back for memories but im not stay.

Tidak lupa pula kepada Rektor UMY, PR. I, II, III yang sudah mewisuda saya. Thank you very much.

Mama, papa, terimakasih jadi alasan terkuat saya untuk lulus, jadi pendukung sampai akhir secara finansial dan moral, percaya bahwa saya akan lulus, terimakasih. 5 pengawal laki laki saya, kakak-kakakku yang super duper ganteng dan adik perempuan saya yang cantik, terimakasih.

Dan diatas segalanya, skripsi ini dapat terselesaikan semata-mata karena ridho Allah SWT. Tidak ada satu perkara yang akan terjadi di dunia ini tanpa kehendak dan ridho dariNYA. KepadaNYA kita memuji dan memanjatkan syukur atas karunia yang diberikan, kepadaNYA pula kita memohon semoga niat baik penulisan ini memperoleh manfaat bagi kehidupan. Amin.

Yogyakarta, 17 April 2013

Anita Dewi Setyawati