

**HALAMAN JUDUL**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PERSONAL SELLING PENYUPLAIAN GAS PLUZ 50 KG PT  
RUKUN ADIL SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
KONSUMEN DI YOGYAKARTA TAHUN 2018**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**  
**MEGAH RIARTA A**  
**20130530268**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**STRATEGI PERSONAL SELLING PENYUPLAIAN GAS PLUZ 50 KG PT  
RUKUN ADIL SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
KONSUMEN DI YOGYAKARTA TAHUN 2018**

telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Skripsi Program  
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta,

pada :

Hari/Tanggal : Rabu / 24 Juni 2020

Tempat :

Nilai :

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua**

**Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Erwan Sudiwjaya, S.Sos, MBA, M.A.**

**Ayu Amalia, S.Sos, M.Si**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Megah Riarta A  
Nim : 20130530268  
Jurusan/program studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“STRATEGI PERSONAL SELLING PENYUPLAIAN GAS PLUZ 50 KG PT RUKUN ADIL SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI YOGYAKARTA TAHUN 2018”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam datar pustaka.

Yogyakarta, 24 Juni 2020

**Megah Riarat A**  
**20130530268**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PERSONAL SELLING PENYUPLAIAN GAS PLUZ 50 KG PT  
RUKUN ADIL SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
KONSUMEN DI YOGYAKARTA TAHUN 2018**

Disusun oleh:

MEGAH RIARTA A

20130530268

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 24 juni 2020

**Mengetahui:**

Dosen Pembimbing

**Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn**  
**NIK. 19741028200104 163 072**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI PERSONAL SELLING PENYUPLAIAN GAS PLUZ 50 KG PT RUKUN ADIL SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI YOGYAKARTA TAHUN 2018”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc. Selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi
2. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn. Selaku Dosen Pembimbing yang berkenan meluangkan waktu di tengah kesibukan yang padat untuk memberikan bimbingan demi selesainya skripsi ini.
3. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si. Selaku Dosen Penguji yang yang berkenan meluangkan waktu di tengah kesibukan dan kesulitan masa *Pandemi* ini untuk menguji dan mengurasi hasil sekripsi saya.
- 4.
5. Bapak Erwan Sudiwjaya, S.Sos, MBA, M.A. Selaku Dosen Penguji yang yang berkenan meluangkan waktu di tengah kesibukan dan

kesulitan masa *pandemi* ini untuk menguji dan mengurasi hasil skripsi saya

6. Orangtua saya tercinta, Bapak R Imam Achadin (Alm) dan Ibu Siti Susilowati tanpa adanya doa, dukungan, bantuan serta semangat yang luar biasa diberikan kepada saya, mungkin saya tidak dapat menyelesaikan skripsi ini secara baik dan maksimal sesuai kemampuan saya.
7. Bapak Arief Syarifuddin Rz selaku Orangtua ke dua di Kependuan, yang memberikan motivasi, support, dan segala wejangan nya untuk saya dan penulisan karya skripsi saya.
8. Yanuar Adi Nugroho dan Neni Kristini, selalu memberi semangat dan menginspirasi saya sehingga saya dapat mengerjakan skripsi dengan semangat.
9. Tomi Kastono dan Santi Anditya selalu memberi semangat dan menginspirasi saya sehingga saya dapat mengerjakan skripsi dengan semangat.
10. Seluruh keluarga besar R Rekso Soebroto yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang mana mereka sudah memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh keluarga besar Martorejo yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang mana mereka sudah memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sedulur Senior Udien Aee, Uzak Hananta dan *circle* pertemanan kesenian yang memberikan support tersendiri bagi saya.

13. PT Rukun Adil Sejahtera sebagai tempat penelitian dan sumber wawancara dalam penelitian skripsi.
14. Manager Marcom PT Rukun Adil Sejahtera Bapak Yanuar Adi Nugroho. selaku narasumber
15. Seluruh Dosen Komunikasi dan Jajaran TU Terima kasih banyak untuk semua pahlawan tanpa tanda jasa kampus yang sudah mendidik kami semua. Semoga komunikasi makin berkualitas dan tetap bersinar Oren nya.
16. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang saya sayangi dan saya banggakan, serta pihak lainnya yang penulis tidak bisa cantumkan satu persatu.

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kemampuan yang ada, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

***Wassalamualaikum Wr. Wb.***

Yogyakarta, Juli 31 2020

Megah Riarta A

20130530268

## **MOTO**

### **Umar bin Khattab**

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”

### **Emha Ainun Nadjib**

“Yang penting bukan apakah kita menang atau kalah, Tuhan tidak mewajibkan manusia untuk menang sehingga kalah pun bukan dosa, yang penting adalah apakah seseorang berjuang atau tak berjuang.”

### **Frank Sinatra**

“Balas dendam terbaik adalah kesuksesan yang hakiki.”

### **Arief Syarifuddin Rz**

“Hidup itu diawali dengan tangisan dan disambut dengan senyuman, diakhiri dengan tangisan yang dikawal dengan senyuman”

### **Jarod Soebroto**

“tinggal bagai mana menerima trigger yang dihidangkan, karena perspektif nikmat bukan hanya dari yang buruk, begitu juga antonimnya.”



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BSTRAK.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Tinjauan Teori.....	12
F. Kerangka Teori .....	15
F.1. Personal Selling .....	15
F.2. Langkah-langkah Personal Selling .....	21
G. Metode Peneliti .....	25
G.1. Waktu dan Tempat .....	25
G.2. Subjek dan Obyek Penelitian .....	26
G.3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
G.4. Analisis Data.....	28
<b>BAB II .....</b>	<b>29</b>
A. Sejarah PT Rukun Adil Sejahtera .....	29
B. Struktur Organisasi PT Rukun Adil Sejahtera .....	32
C. Visi dan Misi PT Rukun Adil Sejahtera .....	43
D. Produk Gas Pluz.....	43
E. Informasi Kontak PT Rukun Adil Sejahtera .....	44
<b>BAB III Sajian Data dan Pembahasan .....</b>	<b>46</b>
A. Sajian Data .....	46
A.1. Personal Selling.....	47
A.2. Pelaksanaan Personal selling .....	50
A.3. Evaluasi.....	79

B. Pembahasan.....	82
B.1. Mencari Prospek dan Kualifikasi .....	83
B.2. Pra Pendekatan .....	86
B.3. Presentasi dan Demonstrasi.....	88
B.4. Mengatasi Keberatan.....	93
B.5. Menutup Penjualan.....	98
B.6. Tindak Lanjut .....	101
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>114</b>
<b>Buku .....</b>	<b>114</b>
<b>Jurnal .....</b>	<b>114</b>
<b>Wab .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tabung Gas Pluz .....	4
Gambar 1.2 Surat Izin Usaha Kimia Yasa .....	5
Gambar 1.3 Perkembangan Penjualan PT Rukun Adil Sejahtera .....	7
Gambar 2.1 Logo PT Rukun Adil Sejahtera .....	30
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Rukun Adil Sejahtera .....	32
Gambar 2.3 Produk Gas Pluz .....	44
Gambar 3.1 langkah – langkah <i>Personal Selling</i> PT Rukun Adil Sejahtera .....	50
Gambar 3.2 Tahap <i>Personal Selling</i> Gas Pluz Dalam Mencari Posppek dan Kualifikasi .....	51
Gambar 3.3 Tahap <i>Personal selling</i> Gas Pluz Dalam Pra Pendekatan .....	54
Gambar 3.4 Surat Penawaran Gas Pluz .....	55
Gambar 3.5 Tahap <i>Personal selling</i> Gas Pluz Dalam Presentasi dan Demonstrasi .....	60
Gambar 3.6 <i>Personal Selling</i> Gas Pluz melakukan Presentasi Produk .....	61
Gambar 3.7 Produk knowledge Gas Pluz .....	65
Gambar 3.8 Tahap <i>Personal selling</i> Gas Pluz Dalam Mengatasi Keberatan .....	66
Gambar 3.9 Surat Permintaan Penambahan Incalude Atas Penggunaan Gas Pluz .....	67
Gambar 3.10 Tahap <i>Personal selling</i> Gas Pluz Dalam Menutup Penjualan .....	70
Gambar 3.11 Tahap <i>Personal selling</i> Gas Pluz Dalam Tindak Lanjut Terhadap Konsumen .....	74
Gambar 3.12 Pengiriman Gas Pluz .....	75
Gambar 3.13 Instalansi Gas Pluz .....	75
Gambar 3.14 Peningkatan Penjualan Gas Pluz Melalui <i>Personal Selling</i> 2016-2018 .....	78
Gambar 3.15 Langkah-Langkah <i>Personal Selling</i> .....	82
Gambar 3.16 Langkah Penerapan Tindak lanjut Di Lapangan Oleh <i>Personal Selling</i> .....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Klien PT Rukun Adil Sejahtera .....	49
Tabel 3.2 List Konsumen Personal selling Gas Pluz .....	52
Tabel 3.3 Pembagian Evaluasi PT Rukun Adil Sejahtera .....	80

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Megah Riarta A**

**20130530268**

**Tahun Skripsi 2020, 132 halaman + 3 tabel + 22 gambar**

**Daftar Pustaka : Buku, Jurnal, Web**

**Strategi Personal Selling PT Rukun Adil sejahtera Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Gas Pluz 50 kg di Yogyakarta Periode 2018**

**Referensi : 9 Buku (2002 – 2014) + 3 sumber online + 25 Jurnal**

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi personal selling PT Rukun Adil Sejahtera dalam meningkatkan jumlah konsumen. Produk yang ditawarkan oleh PT Rukun Adil Sejahtera adalah Gas Pluz 50 kg. Gas Pluz 50 kg sendiri berfungsi sebagai penyuplai bahan bakar bagi industrial. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang memaparkan atau mendeskripsikan strategi personal selling yang dilakukan oleh PT Rukun Adil Sejahtera periode tahun 2018. Metode pengumpulan data melalui wawancara dengan informan, observasi dan setudi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model dari Gunawan, 2013:143 dimana data yang diperoleh dijabarkan dengan bentuk kata-kata atau kalimat lalu di kotak kan menurut katagori untuk mendapatkan kesimpulan. Dengan pemahaman, laporan penelitian ini berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran pada penyajian laporan.

Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Rukun Adil sejahtera melakukan strategi personal selling menggunakan metode dari tahapan – tahapan personal selling dengan memetakan perusahaan – perusahaan yang menjadi target calon konsumen, dan mencoba menghubunginya dalam rangka menggali informasi

terkait target konsumen. Selanjutnya tahap pelaksanaan dengan bertemu calon konsumen untuk mengetahui keinginan dari calon konsumen yang mana selanjutnya akan di respon dengan mengirimkan surat penawaran kepada calon konsumen. Selanjutnya tenaga selling PT Rukun Adil Sejahtera melangkah ketahapan presentasi, menutup penjualan dan menindak lanjuti jalinan kerja sama dengan konsumen dari Gas Pluz. Langkah terakhir adalah evaluasi secara menyeluruh menjadi agenda wajib yang berperan penting dalam memahami faktor penghambat dan pendukung selama proses personal selling yang dilakukan oleh tenaga selling. Dengan begitu perusahaan dapat memperbaiki aktivitas personal selling selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih optimal.

**Kata kunci :** Sestrategi Personal Selling, Gas Pluz

## **ABSTRAK**

**Muhammadiyah University Of Yogyakarta**

**Faculty of social and Political Sciences**

**Department Of Communication Science**

**The Concentration Of Advertising**

**Megah Riarata A**

**20130530268**

**The year 2020 Thesis, 132 pages + 3 tables + 22 images**

**Bibliography: Books,jurnal, Web**

**Personal Selling Strategy of PT. Rukun Adil Sejahtera in Increasing Number of Consumer of Gaz Plus 50 Kilograms in Yogyakarta of 2018 Period**

**Reference: 9 books (2002-2014) + 3 online source + 25 journals.**

This research is aimed to describe personal selling strategy of PT. Rukun Adil Sejahtera in increasing number of consumer. The product offered by PT. Rukun Adil Sejahtera is Gaz Plus 50 Kilograms. The product has functional purpose as fuel supplies for industrial needs. Researcher use qualitative reasearch method with descriptive approach which describe the personal selling strategy that has been done by PT. Rukun Adil Sejahtera during 2018. For the data collection, researcher use interview method to a number of informants, observation, and study to documentative sources. For the data analysis technique, researcher using model from Gunawan, 2013:143 which the data obtained were described to words and sentences and coded into several category to get the conclusions. At the end, the research will provide data extracts to represent the whole result of the research.

The research result showing that PT. Rukun Adil Sejahtera had apply personal selling strategy using methods from personal selling stages by mapping out the companies targeted to be the product's consumer, and then trying to contact them to get the information about consumer's target. At the next stage, researcher arranged to meet the targeted consumers representative to get information about their needs, and then it will be responded with proposal letters to the targeted

consumers. next, the sales force of PT Rukun Adil Sejahtera stepped up the presentation stage, closed the sale and followed up the fabric of cooperation with consumers from Gas Pluz. The final step is that the overall evaluation becomes a mandatory agenda that plays an important role in understanding the inhibiting and supporting factors during the personal selling process carried out by the sales force. That way the company can improve further personal selling activities in order to get more optimal results.

**Keywords:** Personal Selling Strategy, Gas Pluz