

**PERSONAL SELLING CUSTOMER SERVICE DALAM
LAYANAN NOKIA CARE PROTECT (NCP) SEBAGAI
STRATEGI CUSTOMER RELATIONS**

**(STUDI DESKRIPTIF PERANAN PERSONAL SELLING YANG DILAKUKAN
OLEH CUSTOMER SERVICE NOKIA CARE CENTER MANGKUBUMI
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN NCP)**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

DINASTI BONDAN WRESANJANI

20060530075

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

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 7 Agustus 2012
Tempat : Ruang Multimedia
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

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

Penguji I

Penguji II

(Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si.) (Filosa Gita Sukmono, S.Ikom., MA.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal 7 Agustus 2012

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

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan...

♥ Untuk kedua orang tua-ku; Bapak Asidin dan Ibu Tri Utami atas do'a dan harapan yang tak pernah putus dan semua yang telah diberikan untukku, hingga aku mampu menjadi seperti sekarang.

♥ Dan juga untuk "my groom" ; Fajar Ari Saputra atas pengertian, dukungan, bantuan, semangat dan kesabarannya menemaniku selama 10 tahun, hingga membuat hidupku lebih berwarna.

Ucapan Terima Kasih tak terhingga untuk:

- ♥ Allah SWT, puji syukur saya panjatkan atas segala nikmat, petunjuk, kekuatan, dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat selesai. Rencana-Mu lebih baik daripada rencana ku sendiri...
- ♥ Kakak perempuanku Griyanti Revi Lunita Bridaraya, S.T. Makasih buat do'a, semangat & motivasinya. Semoga tahun depan kesampean gubug Lasagna-nya :)
- ♥ Kakak laki-lakiku Dinasti Pudang Binoriang, S.Kep., Ns. Makasih do'anya biar aku cepet lulus, makasih juga selalu isiin tinta printer. Semoga S-2 mu lancar...
- ♥ Keponakanku Rendy Maulidika Aji Dharmawangsa & Adinda Mutiara Ramadhani. Makasih selalu nanyain "mana piala wisuda mbak bon?"... yang buat aku semangat.
- ♥ Tanteku Puji Ismulyani terima kasih atas semangat, motivasi, tausiyah, pengalaman hidup, dan inspirasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan islami.
- ♥ Mama Hermintyas & Papa Himawanto. Terima kasih atas dukungan dan harapannya.
- ♥ Nokicunn... Ike Trisnawati Mardiana, Pramita Puspita Dewi, Shinta Rahmawati. Makasih bantuannya, selalu ada kapanpun dibutuhkan, semoga kebersamaan ini tidak akan pernah berakhir.
- ♥ IK '06 Hartati, Lyza Anggraheni, Fadhillah Anggitawati. Makasih udah care tentang skripsiku, nemenin konsultasi, pinjem bahan tulisan... akhirnya aku lulus juga sama kayak kalian.
- ♥ Semua pihak & teman-temanku yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Terima kasih untuk semuanya.....

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Alhamdulillah Hirobbil 'Alamin, segala puji dan syukur tidak lupa terucap kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam senantiasa disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat-sahabatnya yang dengan perantarnya penulis mengenal keagungan-Nya sehingga penulis dapat menikmati kebahagiaan dalam kondisi apapun dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Personal Selling Customer Service dalam Layanan Nokia Care Protect sebagai Strategi Customer Relations" sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari kerja sama, bantuan, bimbingan, pengarahan, petunjuk, dan saran-saran dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Ir. Dasron Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Achmad Nurmandi, M.Sc selaku Dekan Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas segala pengarahan serta kesabaran Bapak dalam membimbing skripsi saya hingga selesai.
5. Ibu Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si selaku Dosen Penguji. Terima kasih atas kritik dan sarannya sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Filosa Gita Sukmono, S.IKom., MA selaku Dosen Penguji. Terima kasih atas kritik dan sarannya sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu yang sudah diberikan.
8. Seluruh staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas keramahan dan segala informasi yang diberikan
9. Bapak Winanto Utomo selaku supervisor NCC Mangkubumi Yogyakarta dan juga narasumber dalam penelitian saya. Terima kasih ayah buat pengalaman yang saya dapat di Nokia dan dukungannya sehingga skripsi ini selesai.
10. Rohani Ambarwati selaku staf admin NCC Mangkubumi Yogyakarta dan juga narasumber dalam penelitian saya. Makasih banget mbak Ambar.

11. Customer Service NCC Mangkubumi Yogyakarta Ike Trisnawati, Shinta Rahmawati, Frida Syaflia, Darsella, Della Oktorinto. Terima kasih atas bantuan, informasi, dan dukungannya.
12. Orang tua penulis, kakak-kakak, dan seluruh keluargaku yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hanya Allah sajalah yang pantas memberi balasan yang lebih baik atas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya dan bernilai ibadah di hadapan Allah SWT.

Wassalaamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Yogyakarta, Juli 2012

Penulis

Dinasti

Bondan

Wresanjani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
1. <i>Personal Selling</i>	10
1.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	10
1.2 Tujuan <i>Personal Selling</i>	15
1.3 Sifat <i>Personal Selling</i>	18
1.4 Kegiatan <i>Personal Selling Customer Service</i>	22
2. Penjualan Jasa	24
F. Metode Penelitian	28
1. Jenis Penelitian	28

2. Waktu dan Lokasi Penelitian	28
3. Teknik Pengumpulan Data	29
4. Teknik Analisis Data	31
II. PROFIL PERUSAHAAN	33
A. Sejarah Perusahaan PT. Global Teleshop	33
B. Visi dan Misi Perusahaan	36
C. Struktur Organisasi After Sales Division	37
D. Nokia Care Protect (NCP)	40
III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Sajian Data	44
1. Pelaksanaan <i>Personal Selling</i> dalam Meningkatkan Pengetahuan Layanan Nokia Care Protect dan Mempengaruhi <i>Customer</i> untuk Melakukan Pembelian	48
2. Capaian Target dan Evaluasi Kegiatan <i>Personal Selling Customer</i> <i>Service</i>	64
B. Pembahasan	73
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Dinasti Bondan Wresanjani
Personal Selling Customer Service NCC Mangkubumi Yogyakarta dalam
Nokia Care Protect (NCP) sebagai Strategi Customer Relations
Tahun Skripsi : 2012 + 107 Halaman
Daftar Pustaka : 27 Buku + 5 Sumber Online + 1 Sumber Lain

Nokia Care Center (NCC) Yogyakarta merupakan suatu perusahaan *after sales* Nokia yang memiliki program berupa perpanjangan garansi menjadi 24 bulan, yang disebut Nokia Care Protect (NCP). Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengemukakan masalah dalam pelaksanaan *personal selling* NCP oleh *customer service* yaitu tidak tercapainya target aktifasi dan adanya peningkatan aktifasi selama trimester pertama tahun 2012 oleh seorang *customer service*. Permasalahan tersebut disebabkan, kurangnya kemauan atau keinginan pada masing-masing *customer service* dalam menerapkan komunikasi persuasif kepada setiap pelanggan yang dilayani, *customer service* kurang memperhatikan *follow up* dalam hal mempengaruhi pelanggan.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kegiatan *personal selling* yang dilakukan *customer service* NCC Yogyakarta dalam menarik konsumen untuk menggunakan NCP. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara langsung kepada informan.

Setelah dilakukan analisa dapat diambil kesimpulan bahwa *personal selling* yang dilakukan *customer service* NCC Yogyakarta menggunakan langkah pendekatan pendahuluan dan penyajian produk, mengutamakan pada proses komunikasi yang disampaikan secara langsung kepada pelanggan untuk menimbulkan daya tarik berupa keinginan pembelian NCP sehingga tercipta loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Saran yang dapat diberikan terkait dengan capaian aktifasi NCP adalah memberikan bimbingan dan pelatihan kepada *customer service*, terutama mengenai keterampilan melakukan komunikasi persuasif sehingga kemampuan berkomunikasi dapat lebih dikuasai dan dapat meyakinkan para konsumen dalam proses menawarkan produk perusahaan.

Kata kunci: *personal selling, customer service, NCP*

ABSTRACT

University Muhammadiyah Yogyakarta
Social and Political Science Faculty
Communications Science
Concentration of Public Relations
Dinasti Bondan Wresanjani
Personal Selling Customer Service NCC Mangkubumi Yogyakarta in Nokia
Care Protect (NCP) as Customer Relations Strategy
Script Year : 2012 + 107 pages
Literature : 27 Books + 5 Websites + 1 Other Literature

Nokia Care Center (NCC) in Yogyakarta is an after sales company Nokia which has a program in the form of an extended warranty to 24 months, which is called Nokia Care Protect (NCP). Based on the results of the study, the researchers raise the issue in the implementation of NCP personal selling by customer services that is not achieving the target activation and increased activation during the first trimester of 2012 by a customer service. The problem is caused, the lack of willingness or desire of each customer service in applying persuasive communication to each customer served, customer service less attention to follow up in terms of influencing the customer.

The purpose of this study was to describe the personal selling activities performed NCC Yogyakarta customer service to attract consumers to use NCP. The method used in this research is descriptive qualitative data collection techniques using observation and interviews directly to the informant.

After the analysis it can be concluded that personal selling is done on customer service Yogyakarta NCC uses preliminary step approach and presentation of products, primarily in the communications delivered directly to customers to induce magnetism in the form of desires for the NCP in order to create customer loyalty to the company. The advice can be associated with the achievements of the NCP activation is to provide guidance and training for customer service, especially regarding persuasive communication skills that communication skills can be mastered and can convince consumers in the process of offering the company's products.

Key words: personal selling, customer service, NCP