

# **PENERAPAN *PERSONAL SELLING* PADA PT. KODAMKAR YOGYAKARTA**

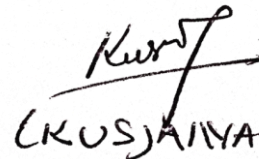
**Fitri Nur Hayati**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *personal selling* pada PT. Kodamkar Yogyakarta. *Personal selling* merupakan interaksi langsung dengan satu atau lebih pelanggan untuk tujuan membuat presentasi, menjawab pertanyaan dan mendapatkan pesanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jenis *personal selling* yang diterapkan oleh PT. Kodamkar Yogyakarta adalah *new business selling* menggunakan tahap *prospecting & qualifying, pre-approach, presentation & demonstration, handling objections, closing, dan follow up*. Pada penelitian ini dalam melakukan *personal selling* PT. Kodamkar Yogyakarta sudah melakukan sesuai tahapan, namun *personal selling* belum efektif meningkatkan volume penjualan karena *sales person* kurang optimal dalam melakukan *follow up* terhadap konsumen.

**Kata Kunci:** *Personal Selling*

 8/9 '21

  
(KUSJAYAH)


**IMPLEMENTATION OF PERSONAL SELLING IN PT. KODAMKAR  
YOGYAKARTA**

***Fitri Nur Hayati***

***Abstract***

*This study aims to determine the application of personal selling at PT. Yogyakarta Military Command. Personal selling is direct interaction with one or more customers for the purpose of making presentations, answering questions and obtaining orders. The method used in this study is a qualitative descriptive method. This study uses primary data and secondary data with data collection methods through interviews and documentation. Based on the results of the study, it can be seen that the type of personal selling applied by PT. Kodamkar Yogyakarta is a new business selling that uses the stages of prospecting & qualifying, pre-approach, presentation & demonstration, handling objections, closing, and follow up. Personal selling PT. Kodamkar Yogyakarta has been carried out according to stages, but personal selling has not been effective in increasing sales volume because the sales person is not optimal in doing follow-up to consumers.*

***Keywords: Personal Selling***

  
(KUSJANIYAH)