

ANALISIS PENERAPAN *PERSONAL SELLING* PADA GRAHA PERMAI LAND PT PELITA SATRIA PERKASA BANJARNEGARA

Joan Anggi Prasetyo

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *personal selling* pada Graha Permai Land PT. Pelita Satria Perkasa. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara tidak terstruktur dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif untuk mengetahui bagaimana penerapan *personal selling* dan kuantitatif untuk menghitung efektifitas *personal selling*. Berdasarkan perbandingan dengan teori tujuan *personal selling* Kotler dan Keller (2016) yang menyebutkan bahwa tujuan *personal selling* diantaranya adalah mencari calon pelanggan, menentukan sasaran, mengomunikasikan, menjual, melayani, mengumpulkan informasi, mengalokasikan. PT. Pelita Satria Perkasa gagal mencapai target penjualan *personal selling* 24 unit rumah per tahun yang berarti PT. Pelita Satria Perkasa gagal mencapai tujuan *personal selling*. Berdasarkan perbandingan dengan teori kegiatan *personal selling* Priansa (2017) yang diantaranya adalah memilih calon pelanggan, mempelajari calon konsumen, pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, menutup penjualan, serta tindak lanjut setelah penjualan dan perawatan. PT. Pelita Satria Perkasa menggunakan seluruh teori dalam kegiatan nya di lapangan. Berdasarkan uji efektifitas dapat dilihat bila perusahaan hanya mencapai nilai efektifitas 0,458 di tahun 2018, nilai efektifitas 0,125 di tahun 2019 dan nilai efektifitas 0 di tahun 2020 yang dapat diartikan bahwa perusahaan tidak efektif dalam menjalankan kegiatan *personal selling* nya. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan *personal selling* PT. Pelita Satria Perkasa sesuai dengan teori namun tidak efektif dalam menjalankan kegiatan nya.

Kata Kunci: *Personal Selling*

22/11/21


ANALYSIS OF PERSONAL SELLING IMPLEMENTATION AT GRAHA PERMAI LAND PT PELITA SATRIA PERKASA

Joan Anggi Prasetyo

Abstract

This study aims to analyze the application of personal selling at Graha Permai Land PT. Pelita Satria Perkasa. Primary data collection was carried out using unstructured interviews and questionnaires. The data analysis method used in this research is qualitative to find out how to apply personal selling and quantitative to calculate the effectiveness of personal selling. Based on a comparison with the theory of personal selling goals of Kotler and Keller (2016) which states that the goals of personal selling include finding potential customers, setting goals, communicating, selling, serving, collecting information, allocating. PT. Pelita Satria Perkasa failed to achieve the personal selling target of selling 24 housing units per year, which means that PT. Pelita Satria Perkasa failed to achieve the goal of personal selling. Based on a comparison with Priansa's (2017) theory of personal selling activities, which include prospecting and qualifying, preapproach, approaches, presentations and demonstrations, overcoming objections, closing sales, and follow-up after sales and maintenance. PT. Pelita Satria Perkasa uses all theories in its field activities. Based on the effectiveness test, it can be seen that the company only achieved an effectiveness value of 0.458 in 2018, an effectiveness value of 0.125 in 2019 and an effectiveness value of 0 in 2020, which means that the company is not effective in carrying out its personal selling activities. This shows that the application of personal selling PT. Pelita Satria Perkasa is in accordance with the theory but is not effective in carrying out its activities.

Keywords: *Personal Selling*