

TUGAS AKHIR

**PENERAPAN *PERSONAL SELLING* DALAM PENJUALAN GENSET
PADA**

CV. ERKOTAMA MANADO

Oleh

WINDY MELISSA JERMIAS

NIM : 13052024



POLITEKNIK NEGERI MANADO

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN

2018

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Banyak sekali produk dan pelayanan jasa berkembang di Indonesia. Konsumen dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk untuk dikonsumsi dalam memenuhi kebutuhan. Perusahaan berdiri pasti mempunyai tujuan, disamping untuk mencari laba, suatu perusahaan pasti ingin perusahaannya bertahan hidup dan selalu bertumbuh tiap tahunnya. Perusahaan-perusahaan baik swasta maupun negeri bersama-sama mencari keuntungan yang diwarnai dengan persaingan ketat guna menghasilkan keuntungan. Mendapatkan konsumen atau pelanggan merupakan hal yang utama bagi perusahaan dalam upaya agar perusahaan tetap unggul dalam persaingan jangka panjang, untuk itu perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan pemasaran. Tetapi kegiatan tersebut tidak akan berjalan dengan mudah dengan adanya para pesaing, sehingga dibutuhkan promosi yang efektif dan efisien untuk mendorong keberhasilan kegiatan pemasaran.

Perusahaan akan terus bertahan hidup jika para pelanggannya selalu setia dengan produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan tidak akan berkembang jika perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan atau konsumennya. Hal itu lah yang sebenarnya harus disadari oleh manajemen setiap perusahaan.

Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima,

membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, Tjiptono (2001:219).

Personal selling merupakan alat promosi yang sifatnya secara lisan, baik kepada seseorang maupun calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan menggunakan manusia sebagai alat promosinya.

CV. Erkotama adalah sebuah perusahaan Distributor Genset baik Genset Diesel dan Portable. Perusahaan CV. Erkotama sendiri didirikan oleh Erwin Korompis sebagai Direktur pada tahun 2002 yang dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dengan adanya NPWP, SITU, SIUP dan TDP. CV. Erkotama awalnya adalah perusahaan kontraktor yang sudah lama berdiri sejak 14 Tahun yang lalu. Perusahaan ini Pada Tahun 2014 menjadi Perusahaan untuk Pembelian Genset berbagai macam Produk, Pemeliharaan Genset Diesel serta Instalasi Genset di instansi-Instansi dan Perusahaan Swasta. Permasalahan yang dihadapi oleh penulis selama melakukan praktek kerja lapangan pada CV. Erkotama ialah tidak adanya karyawan yang ditugaskan untuk melakukan promosi terhadap produk-produk yang dijual agar orang-orang mengetahui kelebihan dari produk tersebut, selama ini perusahaan melakukan promosi hanya melalui media koran dan radio dimana hal itu kurang maksimal karena kebanyakan masyarakat jarang membaca koran ataupun mendengar radio. Di jaman yang semakin canggih dengan adanya perkembangan teknologi semakin banyak masyarakat yang menggunakan media sosial. Maka sebaiknya perusahaan juga menggunakan media online.

Untuk dapat bersaing di pasaran kita harus memiliki strategi-strategi agar pada bersaing, salah satunya adalah strategi promosi. Ada empat jenis kegiatan promosi, antara lain periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct*

marketing). Namun yang jelas apapun jenis kebutuhan yang akan diprogramkan untuk dipengaruhi, tetap ada perencanaan bagaimana perusahaan tetap eksis dan berkembang apalagi perusahaan tersebut mempunyai lini produk lebih dari satu produk.

Untuk mewujudkan hal tersebut maka harus melakukan pelaksanaan yang baik yang sesuai dengan perencanaan, sebab suatu perencanaan yang sempurna bukanlah merupakan suatu jaminan jika tidak ditunjang dengan pelaksanaan yang sesuai dengan peraturan dan persyaratan yang berlaku. Disadari bahwa dalam melakukan kegiatan promosi seringkali terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan apa yang direncanakan, untuk itu sangat dibutuhkan ketelitian dan fokus terhadap apa yang nantinya akan dikerjakan agar mendapat hasil yang sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Begitupun dengan CV. Erkotama Manado dalam hal mempromosikan produknya yaitu ganset, butuh waktu dan usaha untuk meyakinkan dan mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk tersebut agar meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut sehingga mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “**Penerapan *Personal Selling* dalam Penjualan Ganset pada CV. Erkotama Manado**”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yaitu :
“Bagaimana Penerapan *Personal Selling* dalam penjualan Ganset pada CV. Erkotama”.

2. Tujuan dan Manfaat Tugas Akhir

1.3.1 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini yaitu untuk mengetahui penerapan *personal selling* dalam penjualan Genset pada CV. Erkotama Manado.

1.3.2 Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan juga dapat dijadikan bahan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah ke dunia kerja.
2. Bagi Perusahaan, Menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak manajemen pemasaran untuk melaksanakan kegiatan promosi selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen pemasaran perusahaan dalam menerapkan *personal selling* dalam usaha meningkatkan penjualan.
3. Bagi Pihak Lain, Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi bagi setiap pembaca dan pengguna informasi ini untuk penelitian yang ada hubungannya dengan *personal selling*.

2. Teknik Penulisan

1.4.1 Metode Penelitian

Dalam melakukan penulisan Tugas Akhir ini, metode yang digunakan penulis yaitu analisa deskriptif untuk menggambarkan dan menguraikan masalah yang dihadapi sesuai dengan keterampilan dan pengetahuan yang didapat saat perkuliahan.

1. **Observasi**

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pada perusahaan terhadap objek yang diteliti yaitu Penerapan Personal Selling dalam Penjualan Genset pada CV. Erkotama Manado.

2. Studi Pustaka

Penulis melakukan dengan cara mempelajari, mendalami, dan mengutip teori-teori dari sejumlah literature yang berkaitan dengan pembahasan yang tentunya relevan dengan masalah yang diteliti.

1.4.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada CV. Erkotama Manado. Waktu penelitian dirancang selama 3 (tiga) Bulan.