

***PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA CV. MULIA
EDUTAINMENT***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

JOHAN BAGASKARA FAJAR NIAGARA

NBI: 1152000053

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024**

**PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA CV. MULIA
EDUTAINMENT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

JOHAN BAGASKARA FAJAR NIAGARA

NBI: 1152000053

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Johan Bagaskara Fajar Niagara

NBI : 1152000053

Judul : Strategi *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran
Pada CV. Mulia *Edutainment*

Surabaya, 9 Juli 2024

Mengetahui

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP:20120870103


Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom

NPP: 20150130616

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 09 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. **Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom**
Ketua
2. **Drs. Edy Sudarvanto, M.I.Kom**
Anggota
3. **Fransisca Benedicta Avira Citra**
Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom
Anggota

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP:20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Johan Bagaskara Fajar Niagara
NIM : 1152000053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi
Pemasaran Pada CV. Mulia *Edutainment*

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 09 Juli 2024

Yang Menulis Pernyataan



(Johan Bagaskara Fajar Niagara)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Johan Bagaskara Fajar Niagara
NBI : 1152000053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul :

"Strategi *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada CV. Mulia Edutainment"

Dengan ***Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 9 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Johan Bagaskara Fajar Niagara)

ABSTRACT

Personal selling by marketing is used by CV Mulia Edutainment in promoting tour services, including educational tours to the general public or community. Personal selling uses direct communication which allows two-way communication between the seller and potential customers so that the seller must be active in visiting potential customers to offer products from his company. The personal selling strategy has been used by CV Mulia Edutainment for a long time. The purpose of this research is to find out personal selling activities as a marketing communication strategy carried out by CV. Mulia Edutainment. This research uses a qualitative approach with descriptive methods and uses interviews, observation, and documentation to collect data. The results of the study showed relevance to the theory applied. Personal selling is a marketing communication strategy that is very effective in attracting educational tour consumers. Personal selling is done by directly visiting consumers to schools and then meeting face to face and demonstrating products so that consumers are more easily interested in using the services offered. As well as making it easier for salespeople to identify and analyze prospective buyers.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Personal Selling

ABSTRAK

Personal selling yang dilakukan marketing digunakan CV. Mulia *Edutainment* dalam mempromosikan layanan *tour*, diantaranya *tour* edukasi kepada publik umum atau masyarakat. *Personal selling* menggunakan komunikasi langsung yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara penjual dengan calon konsumen sehingga penjual harus aktif dalam mendatangi calon konsumen untuk menawarkan produk dari perusahaannya. Strategi *personal selling* telah digunakan oleh CV. Mulia *Edutainment* sejak lama. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas *personal selling* sebagai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan CV. Mulia *Edutainment*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan wawancara, observasi, serta dokumentasi untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan kesesuaian relevansi dengan teori yang diterapkan. Penjualan *personal selling* merupakan strategi komunikasi pemasaran yang sangat tepat untuk menarik minat konsumen *tour* edukasi. *Personal selling* yang dilakukan yaitu dengan cara langsung mendatangi konsumen ke sekolah lalu bertatap muka serta mendemonstrasikan produk dengan demikian konsumen lebih mudah tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Serta memudahkan tenaga penjual dalam mengidentifikasi dan menganalisa calon pembeli.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, *Personal Selling*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada CV. Mulia *Edutainment*" ini sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam menyelesaikan skripsi ini, pastinya peneliti mengalami kesulitan serta hambatan baik itu hambatan teknis maupun hambatan non teknis. Namun berkat izin Allah SWT, usaha, doa, bimbingan serta dukungan yang terus menerus diberikan maka peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.

Untuk tidak mengurangi rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan fasilitas belajar di kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan arahan;
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom, yang telah memberikan motivasi;
4. Terima kasih banyak kepada Bapak Dr. Hamim, S.SoS.,M.I.Kom, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bantuan, bimbingan, waktu, semangat dan kesabaran serta saran-saran yang

telah diberikan, dan juga arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;

5. Terima kasih kepada Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.SoS., M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberi nasehat, semangat, serta ilmu yang bermanfaat untuk mengerjakan skripsi ini;
6. Kepada seluruh dosen S1 Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan;
7. CV. Mulia Edutainment yang telah memberikan izin untuk penelitian mengenai judul skripsi ini;
8. Terima kasih Papa, Mama, adikku dan Afifah Nabila Firdausi yang senantiasa memberikan doa, semangat, kesabaran, cinta, kasih sayang dan dukungan selama masa perkuliahan hingga proses penulisan skripsi ini;
9. Teman-teman yang menjadi satu tim menemani peneliti dalam penulisan skripsi ini Haliza, Azri dan Devy yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan telah membantu peneliti dalam proses penulisan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Surabaya, 1 Juni 2024

Johan Bagaskara Fajar Niagara

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Definisi Konseptual.....	17
2.2.1 Definisi Personal Selling.....	17
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.3 CV. Mulia Edutainment.....	26
2.3 Kerangka Berpikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian.....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30

3.3.2	Objek Penelitian	31
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4.1	Data (Primer dan Sekunder)	31
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5	Analisis Data.....	35
3.6	Keabsahan Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN	39
4.1	Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian	39
4.1.1	Profile CV. Mulia <i>Edutainment</i>	39
4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	40
4.1.3	Data informan	40
4.1.4	Struktur Perusahaan.....	42
4.1.5	Lokasi Perusahaan	44
4.1.6	Produk Layanan Jasa.....	44
4.2	Hasil Penelitian	46
4.3	Pembahasan.....	47
4.3.1	<i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	47
4.2.1	Hasil Wawancara.....	49
4.3.2	Strategi Umum.....	68
4.3.3	Strategi Pendekatan Individual.....	68
4.3.4	Langkah-Langkah Dalam <i>Personal Selling</i>	70
4.3.5	Tujuan Penerapan <i>Personal Selling</i>	73
4.3.6	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	73
BAB V	PENUTUP	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Rekomendasi	79
5.2.1	Bagi CV. Mulia <i>Edutainment</i>	79
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo CV. Mulia Edutainment	39
Gambar 4. 2 Wawancara Informan 1.....	49
Gambar 4. 3 Akun Facebook CV. Mulia Edutainment	50
Gambar 4. 4 Brosur Tur Edukasi CV. Mulia Edutainment	55
Gambar 4. 5 Wawancara Informan 2.....	58
Gambar 4. 6 Instagram CV. Mulia Edutainment.....	59
Gambar 4. 7 Wawancara Informan 3.....	64
Gambar 4. 8: Video Kegiatan Tur Edukasi CV. Mulia Edutainment.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4. 1 Produk Layanan Jasa CV. Mulia Edutainment.....	44

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir	28
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi CV. Mulia Edutainment	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara.....	81
Lampiran 2: Transkrip Wawancara	84
Lampiran 3: Transkrip Wawancara	92
Lampiran 4: Transkrip Wawancara	100
Lampiran 5: Dokumentasi	102
Lampiran 6: Kartu Bimbingan.....	105
Lampiran 7: Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 1	107
Lampiran 8: Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 2	108
Lampiran 9: Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 3	108
Lampiran 10: Hasil Turnitin	110