



**IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* ROKOK WISMILAK PADA
PT. GAWIH JAYA CABANG JEMBER**

***IMPLEMENTATION OF PERSONAL SELLING WISMILAK'S CIGARETTE
AT PT. GAWIH JAYA BRANCH JEMBER***

SKRIPSI

Oleh

**Riska Antyanti Wasita
NIM 060910202166**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, M.M
Dosen Pembimbing Anggota : Yoslinda DH, S.Sos, MAB**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* ROKOK WISMILAK PADA
PT. GAWIH JAYA CABANG JEMBER**

***IMPLEMENTATION OF PERSONAL SELLING WISMILAK'S CIGARETTE
AT PT. GAWIH JAYA BRANCH JEMBER***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1) dan mencapai Gelar Sarjana Sosial

Oleh

**Riska Antyanti Wasita
NIM 060910202166**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* ROKOK WISMILAK PADA
PT. GAWIH JAYA CABANG JEMBER**

***IMPLEMENTATION OF PERSONAL SELLING WISMILAK'S CIGARETTE
AT PT. GAWIH JAYA BRANCH JEMBER***

Oleh

**Riska Antyanti Wasita
NIM 060910202166**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, M.M
Dosen Pembimbing Anggota : Yuslinda DH, S.Sos, MAB

RINGKASAN

Implementasi *Personal Selling* Rokok Wismilak Pada PT. Gawih Jaya Cabang Jember; Riska Antyanti Wasita, 060910202166; 2010: 120 halaman; Program Studi Administrasi Niaga; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Memasuki era baru dimana lingkungan pemasaran menjadi kompleks dan ajang kompetisi dimulai, teknik pemasaran massal mendapatkan banyak tantangan yang disebabkan perubahan pada setiap aspek kehidupan. Perhatian yang semakin besar terhadap aspek pemasaran sudah seharusnya pada era kompetisi saat ini, dan dinilai penting sebab adanya kepercayaan bahwa perusahaan dengan keahlian pemasaran yang kuat memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan standar hidup masyarakat. Setiap perusahaan berusaha untuk menggunakan alat pemasaran yang lebih efektif dan efisien agar produk yang ditawarkan dapat langsung dinikmati oleh konsumennya, hal yang sama juga dilakukan oleh PT. Gawih Jaya Cabang Jember dalam memasarkan rokok wismilak. Penelitian ini meneliti mengenai implementasi *personal selling* rokok wismilak pada PT. Gawih Jaya Cabang Jember.

PT. Gawih Jaya Cabang Jember merupakan perusahaan yang menangani pemasaran rokok wismilak. Berkaitan dengan fungsinya sebagai pemasar PT. Gawih Jaya Cabang Jember menggunakan tehnik *personal selling* guna menawarkan produk pada konsumennya. Adapun konsumen tersebut dibagi menjadi calon konsumen baru, pelanggan atau toko mitra, dan konsumen tingkat akhir. Pelaku *personal selling* Pada PT. Gawih Jaya Cabang Jember yang dimaksud adalah tenaga penjual, tenaga penjual dibagi menjadi tenaga penjual tim reguler dan tenaga penjual tim even.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian diskriptif dengan paradigma kualitatif. Peneliti menggunakan teknik *purposive* dan dilakukan dengan mengambil informan-informan yang dipilih oleh peneliti secara sengaja menurut ciri-ciri khusus

yang dimiliki sesuai dengan permasalahan yang digali. Informan dalam penelitian ini tidak dibatasi terlebih dahulu, tetapi dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan informasi yang diperlukan. Penelitian ini melibatkan beberapa informan diantaranya 1 informan kunci yaitu *area sales manager* dan 5 informan dari tenaga penjual pada masing-masing jabatan.

Sebagai tenaga penjual, tim reguler merupakan ujung tombak dari perusahaan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh tenaga penjual tim reguler dipantau langsung oleh *area sales manager*, segala bentuk kegiatan implementasi *personal selling* disesuaikan dengan proses dan prosedur yang diterapkan oleh PT. Gawih Jaya Cabang Jember. Namun untuk kegiatan yang dilakukan oleh tenaga penjual tim even, program acara tidak diagendakan per tahunnya secara baku, meskipun demikian terdapat prosedur yang harus dipenuhi apabila akan mengadakan even atau acara khusus.

Implementasi *personal selling* terhadap calon pelanggan baru dilakukan tenaga penjual melalui kunjungan rutin. Tujuan dilakukannya *personal selling* terhadap calon pelanggan baru yaitu untuk memperluas pasar, membangun kepercayaan serta tujuan utamanya yakni menciptakan dan meningkatkan penjualan. Implementasi *personal selling* terhadap toko mitra atau pelanggan diwujudkan guna menjaga kerjasama yang telah terjalin, memberikan pelayanan serta meningkatkan penjualan. Implementasi *personal selling* terhadap konsumen tingkat akhir dilakukan oleh *sales promotion girl* dengan tujuan menjalin komunikasi guna memberikan pengetahuan tentang produk, serta yang terpenting adalah membentuk citra perusahaan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
PRAKATA	viii
RINGKASAN	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	10
2.2 Konsep Pemasaran	11
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	12

2.2.2 Bauran Promosi.....	15
2.3 <i>Personal Selling</i>	18
2.3.1 Sifat-sifat <i>Personal Selling</i>	19
2.3.2 Fungsi-fungsi <i>Personal Selling</i>	19
2.3.3 Latar Belakang Penggunaan <i>Personal Selling</i>	22
2.3.4 Proses <i>Personal Selling</i>	26
2.3.5 Faktor Pendukung Keberhasilan <i>Personal Selling</i>	32
2.3.6 Implementasi <i>Personal Selling</i> Perusahaan	36
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu	37
2.4.1 Penelitian dalam Bentuk Skripsi	37
2.4.2 Penelitian dalam Bentuk Jurnal	38
 BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	41
3.2 Tahap Persiapan	42
3.3 Tahap Pengumpulan Data	46
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	48
3.5 Tahap Analisis Data	48
3.5 Tahap Penarikan Kesimpulan	51
 BAB 4. PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Domain.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	52
4.1.2 Struktur Organisasi	54
4.1.3 Budaya Perusahaan	60
4.1.4 Keadaan Ketenagakerjaan	63
4.1.5 Produk-produk PT. Gawih Jaya Cabang Jember	68
4.1.6 Kegiatan <i>Personal Selling</i>	69
4.2 Analisis Taksonomi	72
4.2.1 Lokasi Kegiatan <i>Personal Selling</i>	74

4.2.2 <i>Personal selling</i>	81
4.2.3 Tahap Kegiatan <i>Personal Selling</i>	95
4.2.4 Target Penjualan	103
4.3 Interpretasi	105
4.4 Matrix Implementasi <i>Personal Selling</i> Rokok Wismilak PT. Gawih Jaya Cabang Jember	108

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	110
5.2. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN