

ABSTRAK

Salah satu strategi bauran promosi yang dilakukan PT. Yudhistira Ghalia Indonesia adalah melalui strategi *personal selling*. *Personal Selling* adalah salah satu alat promosi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan *customer* potensial secara langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi *personal selling* yang telah diterapkan PT. Yudhistira Ghalia Indonesia Divisi Toko Buku Yogyakarta kepada para *customer*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mengimplementasikan strategi *personal selling*, PT. Yudhistira Ghalia Indonesia menerapkan strategi dalam mempromosikan produknya dengan melakukan pendekatan, presentasi, dan penawaran secara langsung dengan pihak *customer*. Adapun prinsip dasar yang diterapkan adalah dengan sifat jujur ketika memasarkan produk kepada *customer*. Faktor yang berpengaruh dalam penerapan strategi *personal selling* pada PT. Yudhistira Ghalia Indonesia dengan memperhatikan *performance* dan *product knowledge*. Dengan memanfaatkan keunggulan yang ada yaitu melakukan komunikasi secara langsung terhadap *customer* potensial, sehingga terjadi interaksi dan umpan balik antara seorang wiraniaga dengan *customer* secara langsung, serta dapat menyampaikan karakteristik produk secara kompleks. Perusahaan lebih intensif memasarkan produk langsung kepada sekolah dan toko buku dan bekerjasama dengan Dinas Pendidikan untuk membantu pemasaran produk. Meskipun terdapat kelemahan yaitu waktu, dan tenaga yang terbatas. Namun, PT. Yudhistira Ghalia Indonesia telah mendapatkan solusinya dengan melakukan komunikasi jarak jauh terhadap *customer* serta melakukan aktifitas promosi pembantu lainnya untuk meningkatkan omset penjualan produk.

Kata kunci: Strategi Pemasaran dan *personal selling*

ABSTRACT

One of the promotional mix strategy by PT. Yudhistira Ghalia Indonesia is through personal selling strategies. Personal Selling is one of the promotional tools that are used to communicate with potential customers directly. The purpose of this study is to describe the personal selling strategy that has been implemented by PT. Yudhistira Ghalia Indonesia Yogyakarta Book Stores Division to its customers. This study used descriptive qualitative method. Data from this study were obtained by interview, observation and documentation. The results of this study indicate that the implementation of personal selling strategy, PT. Yudhistira Ghalia Indonesia implement strategies to promote their products by doing approach, presentation, and deals directly with the customer. The basic principle applied is by nature honest when marketing the product to the customer. Factors that influence the implementation of personal selling strategy at PT. Yudhistira Ghalia Indonesia with due regard to performance and product knowledge. By utilizing the existing advantages are to communicate directly to potential customers, so that the interaction and feedback between the salesperson with the customer directly, and can convey a complex product characteristics. More intensive companies to market products directly to schools and bookstores and in collaboration with the Department of Education to help the marketing of products. Despite the disadvantage of time and energy are limited. However, PT. Yudhistira Ghalia Indonesia has been getting a solution to conduct long-distance communication to customers and perform other supporting promotional activities to increase sales turnover of the product.

Keywords: Marketing and personal selling