

**PENERAPAN *PERSONAL SELLING* PADA  
PERCETAKAN HIAWATA DESIGN**



**Tugas Akhir**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna  
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi  
Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Disusun Oleh :**

**Bardan Abdul Azis**

**F3217011**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH VOKASI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2020**

*commit to user*

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

### PENERAPAN *PERSONAL SELLING* PADA PERCETAKAN HIAWATA DESIGN

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 14 Juli 2020

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji

Pembimbing

08 Agustus 2020

Drs. Djoko Purwanto, MBA., S.E., M.Sc.  
NIP 195901161985031004

Desy Mayasari, S.E., M.Sc.  
NIP1987121120130201

Mengetahui,

Direktur  
Sekolah Vokasi

Kepala Program Studi D3  
Manajemen Pemasaran  
12 Agustus 2020



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.  
NIP.1969092241994021001

Desy Mayasari, S.E., M.Sc.  
NIP1987121120130201

commit to user

**ABSTRAK****PENERAPAN *PERSONAL SELLING* PADA PERCETAKAN HIAWATA DESIGN**

Oleh:

Bardan Abdul Azis

F3217011

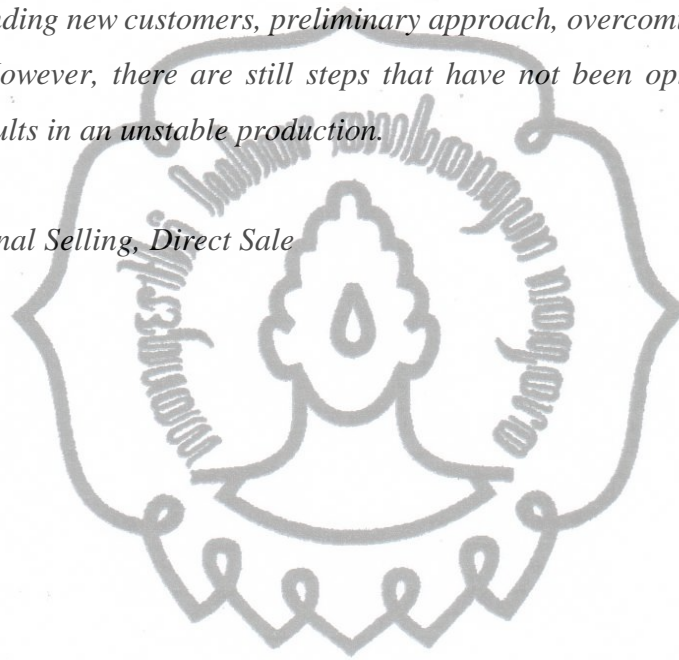
Penelitian ini tentang “Penerapan *Personal Selling* pada Percetakan Hiawata Design”. Permasalahan yang diambil yaitu Bagaimana penerapan Strategi personal selling yang di lakukan oleh direct sale pada percetakan Hiawata Design dan apa saja kendala yang dihadapi direct sale dalam melakukan personal selling produk dari Hiawata Design. Metode penelitian yang digunakan dengan pengumpulan data yaitu wawancara. Teknik pembahasan yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian mengetahui dan menjelaskan bahwa pelaksanaan personal selling yang dilaksanakan di Percetakan Hiawata Design menggunakan langkah-langkah yaitu: Mencari pelanggan baru, Pendekatan pendahuluan, Persentasi dan peragaan, Mengatasi Keberatan, Penutupan Penjualan, dan Tindak Lanjut. Akan tetapi masih ada langkah-langkah yang belum optimal pelaksanaannya salah satunya adalah pada bagian promosi yang megakibatkan produksi yang kurang stabil.

Kata Kunci : *Personal Selling, Direct Sale*

## ABSTRACT

*This research is about “Application of personal selling in Hiawatha Design printing.” The problem taken are how to apply the personal selling strategy that is done by direct sale in the Hiawatha Design printing and what are the obstacles faced by direct sale in doing personal selling products from Hiawatha Design printing. The research method used by data collection is interviews the discussion technique used was descriptive qualitative analysis. The result of the study know and explain that the implementation of personal selling carried out in Hiawatha Design printing uses steps, namely : finding new customers, preliminary approach, overcoming objection, closing sales, and follow up. However, there are still steps that have not been optimized for implementation section which results in an unstable production.*

*Key word : Personal Selling, Direct Sale*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan Judul **Penerapan *personal selling* pada Percetakan Hiawata Design** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan laporan tugas akhir ini:

1. Prof. Drs, Djoko Suhardjaonto, M.Kom.(Hons)., Ph.D., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Ibu Desy Mayasari S.E.,M.Sc. selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Desy Mayasari S.E.,M.Sc. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan dan saran selama penyusunan tugas akhir.
4. Ibu Amina Sukma Dewi S.E.,M.Sc. selaku Pembimbing Akademik yang membantu, membimbing dan mengarahkan selama perkuliahan berlangsung.
5. Bapak Brodjo Arie Prakoso, sebagai pemilik dari Hiawata Design, yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan magang kerja dan penelitian.

*commit to user*

6. Ibu dan Bapak Dosen selaku Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dan Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
8. Sahabat dan teman-teman D III Manajemen Pemasaran 2017 terima kasih untuk kerjasama, dukungan dan kebersamaan kalian selama ini.
9. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 10 Juli 2020

Penulis

Bardan Abdul Azis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	5
A. Promosi .....	5
B. Personal selling .....	12
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	25
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	25
B. Laporan Magang .....	25
C. Pembahasan .....	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	32
A. Kesimpulan .....	32
B. Saran .....	33
DAFTAR PUSTAKA .....	34
LAMPIRAN .....	35

*commit to user*