

## ABSTRAKSI

**Judul** : Personal Selling Pada PT. Arterindo Perkasa Semarang  
**Nama** : Vera Ratna Dewi  
**NIM** : D0G006052  
**Program Studi** : D III Pemasaran  
**Approved** : Maret 2010

---

Untuk dapat memasarkan produk kepada konsumen, perusahaan harus menetapkan strategi promosi yang tepat, yaitu mengetahui selera konsumen dan harus dapat menganalisa kebutuhan pasar serta bagaimana perusahaan dapat mengkomunikasikan produk yang dihasilkannya kepada konsumen. Promosi berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan karena di dalam kegiatan promosi perusahaan berusaha untuk menciptakan daya tarik dan kesan yang baik terhadap produk yang dihasilkannya sehingga tumbuh keyakinan dan minat masyarakat untuk membeli. Salah satu bauran promosi adalah Personal Selling, Personal selling merupakan suatu bentuk promosi yang menggunakan komunikasi langsung yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara tenaga penjual dan calon konsumen. Tenaga penjual harus aktif mendatangi calon konsumen untuk menawarkan produk PT. Arterindo Perkasa Semarang.

Tipe penelitian yang digunakan penulis untuk meneliti Personal Selling di PT. Arterindo Perkasa adalah tipe penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi langsung dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif.

Pada Personal Selling, salesman menjalankan tahapan-tahapan kegiatan menggunakan strategi Personal selling dalam meningkatkan volume penjualan. Dalam melaksanakan kegiatan Personal Selling PT. Arterindo Perkasa, mengalami beberapa hambatan antara lain tenaga penjual kurang menguasai produk-produk dan tehnik-tehnik pendekatan dalam menjual.

Setelah menentukan kegiatan Personal Selling pada PT. Arterindo Perkasa maka penulis dapat memberikan saran yaitu PT. Arterindo Perkasa sebelum mempromosikan barang memerlukan perencanaan yang lebih matang agar promosi bisa mengenai sasaran.

PT. Arterindo Perkasa dalam melaksanakan strategi promosi Personal Selling baiknya menggunakan tujuan yang lebih tepat dan inovatif serta lebih berani dalam melakukan persaingan untuk penawaran produk-produknya sesuai dengan kebijakan yang ada.