

PENERAPAN *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PAVING PADA PT PAVINDO INTERNUSA BANYUWANGI

Muhamad Rafly Zulvan

Manajemen Pemasaran

Dudi Anandya

Freddy Mutiara

ABSTRAK

PT Pavindo Internusa merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang usaha paving dan beton. Kegiatan laporan kerja lapangan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perusahaan menerapkan tahapan *personal selling* dalam melakukan penjualan, sehingga mampu menganalisis tahapan *personal selling* yang diterapkan oleh PT Pavindo Internusa. Teori yang digunakan adalah promosi, *promotion mix*, *personal selling* dan tahapan *personal selling*. Kegiatan laporan kerja lapangan dilakukan selama 3 bulan dan peserta melakukan serangkaian tugas sebagai *sales and marketing staff*, seperti mendampingi tim *sales and marketing* ketika berkunjung ke desa-desa di Kabupaten Banyuwangi, melayani konsumen yang datang langsung ke kantor, melakukan *survey* lokasi untuk proyek pavingisasi, membuat katalog produk, membantu tim pengiriman ketika terjadi banyak order dari konsumen, serta mencatat supplier seperti pasir dan semen untuk kebutuhan produksi paving. Hasil yang didapatkan dari laporan kerja lapangan menyatakan bahwa aktivitas magang berjalan dengan baik dan peserta memahami tahapan *personal selling* yang belum dilaksanakan dengan baik. Dengan tujuh tahapan *personal selling*, maka peserta dapat merumuskan permasalahan yang terjadi pada tahapan *handling objection* dan *follow up* di PT Pavindo Internusa. Rekomendasi yang dapat digunakan untuk menangani permasalahan *handling objection* dan *follow up* adalah menerapkan SOP terkait kepastian penetapan harga dan retur barang setelah proses *closing*.

Kata Kunci: *Personal Selling, Promosi, Promotion Mix*

PENERAPAN *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PAVING PADA PT PAVINDO INTERNUSA BANYUWANGI

Muhamad Rafly Zulvan

Manajemen Pemasaran

Dudi Anandya

Freddy Mutiara

ABSTRACT

PT Pavindo Internusa is a company engaged in the paving and concrete business. This field work report activity was carried out to find out how the company implements the personal selling stages in making sales, so as to be able to analyze the personal selling stages implemented by PT Pavindo Internusa. The theory used is promotion, promotion mix, personal selling and personal selling stages. Fieldwork report activities are carried out for 3 months and participants carry out a series of tasks as sales and marketing staff, such as accompanying the sales and marketing team when visiting villages in Banyuwangi Regency, serving consumers who come directly to the office, conducting site surveys for paving projects, creating product catalogs, assisting the delivery team when there are many orders from consumers, and recording suppliers such as sand and cement for paving production needs. The results obtained from the field work reports stated that the internship activities went well and the participants understood the stages of personal selling that had not been implemented properly. With seven stages of personal selling, participants can formulate problems that occur at the handling objection and follow-up stages at PT Pavindo Internusa. Recommendations that can be used to deal with handling objection and follow-up problems are implementing SOPs regarding the certainty of pricing and returns of goods after the closing process.

Keywords: Personal Selling, Promotion, Promotion Mix