STRATEGI *PERSONAL SELLING* MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UNIT RUMAH KPR DI GRAND TAMANSARI RESIDENCE BEKASI

SKRIPSI

Oleh :

Rizki Aditya Pratama

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

STRATEGI *PERSONAL SELLING* MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UNIT RUMAH KPR DI GRAND TAMANSARI RESIDENCE BEKASI

SKRIPSI

Oleh :

Rizki Aditya Pratama

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: Strategi *Personal Selling* Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Unit Rumah KPR di Grand Tamansari Residence Bekasi
Nama Mahasiswa	: Rizki Aditya Pratama
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201810415311
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

Menyetujui

Pembimbing

Dr.Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom.

NIP 0301047107

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Personal Selling Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Unit Rumah KPR Di Perumahan Grand Tamansari Residence Bekasi
Nama Mahasiswa	: Rizki Aditya Pratama
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201810415311
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si .....
NIDN. 0313088106

Penguji : Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom. .....
NIDN. 0301047107

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom. , M.I.Kom .....
NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	**Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D**
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Strategi *Pesonal Selling* Marketing Dalam meningkatkan Penjualan Unit Rumah KPR Di Grand Tamansari Residence Bekasi" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagi referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerma sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Rata.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan.



Rizki Aditya Pratama

201810415311

ABSTRAK

Rizki Aditya Pratatama. 201810415311. Strategi *Personal Selling* marketing dalam meningkatkan penjualan unit rumah KPR di Grand Tamansari Residende Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *personal selling* yang diterapkan oleh tim marketing Grand Tamansari Residence Bekasi dalam meningkatkan penjualan unit rumah KPR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi personal selling diterapkan melalui beberapa tahapan, yaitu: mencari calon pelanggan *(prospecting)*, prapendekatan *(pre-approach)*, pendekatan *(approach)*, presentasi dan demonstrasi, menangani keberatan *(handling objection)*, menutup penjualan *(closing)*, dan tindak lanjut *(follow-up)*. Strategi ini secara signifikan membantu meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk rumah yang ditawarkan. Namun, penurunan penjualan juga masih terjadi karena minimnya promosi digital dan keterbatasan tenaga pemasaran. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kualitas strategi personal selling yang disertai dengan dukungan promosi digital untuk mencapai target penjualan yang optimal.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Strategi Pemasaran, Penjualan Rumah, Grand Tamansari Residence, KPR.

ABSTRACT

Rizki Aditya Pratatama. 201810415311. *Personal selling marketing strategy in increasing sales of KPR housing units at Grand Tamansari Residence Bekasi*

This study aims to examine how personal selling strategies are implemented by the marketing team at Grand Tamansari Residence Bekasi to increase sales of mortgage housing units. The research uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation. The findings reveal that the personal selling strategy is carried out through several stages: prospecting, pre-approach, approach, presentation and demonstration, handling objections, closing the sale, and follow-up. This strategy significantly contributes to building consumer trust and interest in the housing products offered. However, a decline in sales has still occurred due to limited digital promotion and marketing personnel. Therefore, it is necessary to improve the quality of personal selling strategies along with enhanced digital marketing support to achieve optimal sales targets.

Keywords**:** *Personal Selling, Marketing Strategy, House Sales, Grand Tamansari Residence, Mortgage (KPR).*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirt Allah SWT atas rahmat, hidayat dan karunianya serta doa dukungan dan motivasi keluarga tercinta sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir dengan judul "Strategi *Personal Selling* Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Unit Rumah KPR Di Grand Tamansari Residence Bekasi". Kepada kedua orang tua yang saya cintai sayangi yaitu Ayahanda Turyono dan Ibunda Ramaini atas doa, dukungan dan semangat yang selalu diberikan kepada saya selama masa perkulihan dan proses penyusunan skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan memperoleh gelar sarjana saya. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D.,D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra.Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.S.i., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akaddemik.

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5. Dr. Rina Sovianti, S.I.P.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan serta saran yang sangat berarti dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Segenap Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti serta seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis.
7. Teman – teman yang telah memberikan kenangan serta semangat bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini, sehingga bisa sama-sama dapat menyelesaikan skripsi.
8. Teman-Teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan kepada peneliti selama pengerjaan Skripsi ini.

Penulis menyadari betul bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangan, oleh karena itu penulis sangat menghargai adanya kritik dan saran berbagai pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat juga bagi penulis khususnya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Penulis



Rizki Aditya Pratama

Strategi Personal... Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Tinjuan Konseptual 15
2.2.1. Strategi 15
2.2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu 16
2.2.2.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu 16
2.2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran Terpadu 18
2.2.2.3. Manfaat Komunikasi Pemasaran Terpadu 18
2.2.2.4. Kendala Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu 19
2.2.3. Periklanan 20
2.2.3.1. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) 24
2.2.3.2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) 24
2.2.3.3. Penjualan Personal (*Personal Selling*) 25

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.3.4. Pemasaran Interaktif (*interaktive marketing*).....25
2.2.3.5. Hubungan Masyakat (*Public Relation*).....25
2.3. Pengertian KPR.....25
2.3.1. Bunga KPR.....26
2.3.2. Pengertian *Customer*.....26
2.4. Tinjauan Teoritis.....27
2.4.1. Pengertian *Personal Selling*.....27
2.4.1.1. Langkah-langkah Proses Penjualan Melalui *Personal Selling*.....27
2.4.1.2. Tujuan *Personal Selling*.....29
2.4.1.3. Keuntungan dan Kerugian *Personal Selling*.....29
2.4.1.4. Manfaat *Personal Selling*.....30
2.4.1.5. Tipe *Personel Selling*.....31
2.4.1.6. Bentuk-Bentuk *Personal Selling*.....32
2.5. Kerangka Pemikiran.....33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....34
3.1. Pendekatan Penelitian.....34
3.2. Subjek dan Objek Penelitian.....34
3.2.1. Subjek.....34
3.2.2. Objek.....35
3.3. Informan Penelitian.....35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....36
3.5. Teknik Analisis Data.....37
3.6. Teknik Keabsahan Data.....38
3.7. Tempat dan Waktu Penelitian.....39
3.7.1. Lokasi Penelitian.....39
3.7.2. Waktu Penelitian.....39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....40
4.1 Profil Perusahaan.....40
4.1.1. Profil dan sejarah perumahan Grand Tamansari Residence.....40
4.2 Penyajian data.....43

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.3 Langkah–langkah proses penjualan melalui *personal selling* dalam meningkatkan penjualan.....44
4.4 Pembahasan.....51
BAB V PENUTUP.....56
5.1 Kesimpulan.....56
5.2 Saran.....57
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Unit Perumahan Grand Tamansari Residence.....4
Tabel 1. 2 Data Penjualan Unit Perumahan Grand Residence City.....5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....8
Tabel 3.1 Informan.....36
Tabel 3.2 Waktu Penelitian.....39

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....33
Gambar 4.1 Logo Grand Tamansari Residence.....40
Gambar 4.2 Logo PT. Cahaya Graha Lestari.....41
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Grand Tamansari Residence, 2025.....43
Gambar 4.4 Kegiatan *personal selling* Marketing Grand Tamansari.....46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Diri

Lampiran II : Pedoman Wawancara

Lampiran III : Matrix Wawancara

Lampiran IV : Dokumentasi Peneitian

Lampiran V : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran VI : Form Perbaikan Skripsi

Strategi Personal.., Rizki Aditya Pratatama, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025