

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS* PT. BEAUTY MEDIKA  
MELALUI KEGIATAN *PERSONAL SELLING***

**PADA PERIODE JULI 2014.**

**Oleh:**

**Nama : Stephanie Zakaria**

**NIM : 66100280**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Agustus 2014**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS



**PENGESAHAN**

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS PT. BEAUTY MEDIKA  
MELALUI KEGIATAN PERSONAL SELLING PADA PERIODE JULI  
2014.**

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Stephanie Zakaria**

**NIM: 66100280**

**Jakarta, 24 Agustus 2014**

**Disetujui Oleh:**

**Dosen Pembimbing,**

**(Deavvy M.R.Y Johassan, S.Sos, M.Si)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2014**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Stephame Zakaria / 66100280 / 2010 / Strategi Customer Relations PT.Beauty Medika Melalui Kegiatan Personal Selling Pada Periode Juli 2014 / Pembimbing: Deavvy M.R.Y Johassan,S.Sos.,M.Si

Membina hubungan dengan pelanggan merupakan hal penting yang harus dilakukan, khususnya dalam aktivitas kegiatan perusahaan. Cara membina hubungan ini nantinya memiliki manfaat dan dampak positif bagi perusahaan apabila diimplementasikan dengan benar dan konsisten. Oleh karena itu, PT. Beauty Medika memerlukan cara khusus dalam membina hubungan pelanggan dalam melaksanakan aktivitas penjualannya terutama dalam kegiatan *personal selling*. Cara ini dapat dijadikan salah satu strategi yang kemudian diimplementasikan oleh PT. Beauty Medika dalam kegiatan tersebut, agar hubungan yang telah ada dapat dibangun dan dipelihara dengan baik.

Penelitian ini dianalisis berdasarkan konsep *customer relations*. Dimana cara membina hubungan tersebut dapat membantu perusahaan melakukan aktivitas pemasaran dalam kegiatan *personal selling*. Strategi *customer relations* diimplementasikan ke dalam keenam tahapan kegiatan *personal selling* PT. Beauty Medika berdasarkan empat prinsip utama yaitu dimulai dalam prinsip persiapan yang matang dilakukan *sales person* dalam melakukan kegiatan *personal selling* sampai pada menimbulkan *good will*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Kemudian wawancara mendalam dilakukan terhadap pemilik yang berperan secara langsung sebagai *sales person* PT. Beauty Medika, Jakarta.

Melalui hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa PT. Beauty Medika telah mengimplementasikan startegi *customer relations* kedalam kegiatan *personal selling*. Strategi tersebut berdasarkan prinsip *personal selling* yaitu: mencari dan mengkualifikasi pelanggan yang dilakukan oleh tenaga penjual atau *sales person*, melakukan pembangunan hubungan, janji demonstrasi sampai pada menutup penjualan. Strategi *customer relations* ini dilakukan pada *before sales* dan *after sales*.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah perusahaan telah mengimplementasikan strategi kekuatan hubungan ke dalam enam tahap kegiatan *personal selling* berdasarkan empat prinsip utama. Sehingga penelitian ini menghasilkan pembagian kedalam *before sales* dan *after sales*. Pada bagian *before sales*, perusahaan melakukan persiapan yang matang, mendapatkan/menentukan tempat pembeli dan merealisasikan penjualan. Sedangkan pada bagian *after sales* perusahaan melakukan kegiatan yang dapat menimbulkan *good will* atau itikad baik oleh perusahaan terhadap pelanggan dan sebaliknya.



## ABSTRACT

Stephanie Zakaria / 66100280 / 2010 / Customer Relations Strategy PT.Beauty Medika Through Personal Selling Activity During the Period of July 2014 / Pembimbing: Deavvy M.R.Y. Johassan,S.Sos.,M.Si

Customers relationship is an important thing to do, especially in company activities. It means this relationships have benefit and a positive impact on the company, if the relationship has implemented correctly and consistently. Therefore, Beauty Medika Company required special method to build customer relations carrying out its sales activity especially in personal selling activity. This method as one of strategy implemented later by Beauty Medika Company, so that the existing relationship can be built and maintained well.

This research analyzed based on the customer relations concept. It can help the company to do its marketing activities in personal selling activities. The customer relationship strategy implemented six stages of Beauty Medika Company personal selling activities according to 4 main principal started from the good preparation of the sales person in personal selling until the triggered of good will.

The research method is using a qualitative method and collecting data technique is using depth interview, observation, and documentation study. Then depth interview done to owners who lodges directly as a sales person Beauty Medika Company, Jakarta.

Through this research, it can be explained that Beauty Medika Company has implemented the conduct of customer relations activities into personal selling. This strategies according to main principal of personal selling is customer search and qualification which are executed by the sales person, relationship development, demonstration appointment up to the closing of the sale. Customer relations strategies to do on before sales and after sales.

The conclusions from this research is that the company has implemented a strategy of customer relationships to the fields the six stages of personal selling activities based on four main principles. This research resulted in the division of before sales and after sales. In before sales division, the company conducts through preparation, acquiring or appointing buyer's location, and sales realization. While in after sales division, the company conducts activities which triggers good will or perceived good attitude by the company to the customers.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugrah dan penyertaanNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi di Institut Bisnis dan Informasi Kwik Kian Gie, Jakarta. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Deavvy M.R.Y Johassan, S.Sos., M.Si selaku ketua program studi ilmu komunikasi sekaligus dosen pembimbing yang saya hormati. Terima kasih banyak atas segala bantuan pikiran, tenaga, waktu, kesabaran, dan ilmu yang telah Bapak berikan kepada saya selama masa kuliah dan juga dalam hal membimbing penulis dalam proses penulisan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

2. Ibu Glorya Agustiningsih, S.sos., M.Si, Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., M.A (Comm), dan Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos., M.Soc.Sc yang telah memberikan masukan serta dorongan semangat kepada peneliti selama masa penelitian berlangsung.

3. Keluarga terutama papa tercinta Natanael Zakaria yang selalu mendukung dan memberikan segala hal yang terbaik kepada penulis serta kedua kakak tersayang Steven Zakaria dan Michael Zakaria yang terus memotivasi selama proses penulisan dari awal hingga akhir.

4. Dosen-dosen yang selama ini telah mendidik penulis baik didalam kelas maupun diluar kelas hingga penulis menyelesaikan S1.

5. Terima kasih kepada Drg.Priscillia Yenni dan Jessy Chris Oey selaku sahabat dan kerabat yang selalu mendukung penulis dalam suka maupun duka dan terus memotivasi penulis dalam proses penulisan hingga akhir.





7. Bapak Hadi Saputra beserta seluruh jajaran Staf PT.Beauty Medika yang telah bersedia menjadi informan dan memperbolehkan penulis dalam melakukan penelitian serta

observasi hingga selesai pada waktunya.

Tanpa bantuan kalian tentu saja skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih banyak atas segala sesuatu dan pikiran yang telah diberikan kepada saya saat proses wawancara hingga akhir.

8. Teman-teman tersayang (We Can Do It), Agnes Arifin, Jessica, Kristy Karlinda, Melsa Erlayantie terima kasih atas motivasi dan semangat selama proses penulisan ini.

9. Kepada teman-teman tercinta Stella Angeline, Agnes Arifin, Moulini Monica Adam, Elsy Rusady, Michiko Tendean, Richard Tanuwijaya, Frans Andre Yosua, Nidya Carolina, Rosyana Djoko, Nadia Nursentana, Marhadi, Martha Verlani serta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu mohon maaf sebesar-besarnya atas penulisan yang ada dan penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. terima kasih

Jakarta 24 Agustus 2014

Penulis

# DAFTAR ISI

Lembar Judul		i
Lembar Pengesahan		ii
Abstrak		iii
Abstract		v
Kata Pengantar		vii
Daftar Isi		viii
Daftar Gambar		x
Daftar Lampiran		xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>		
A. Latar Belakang Masalah		1
B. Rumusan Masalah		8
C. Identifikasi Masalah		8
D. Tujuan Penelitian		9
E. Manfaat Penelitian		10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>		
A. Landasan Teori		
1. Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relations</i> )		11
1.1 Definisi Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relations</i> )		11
1.2 Tujuan <i>Customer Relations</i>		13
1.3 Kegiatan <i>Customer Relations</i>		14
1.4 Kegiatan <i>Customer Relations</i>		17
1.5 Tantangan <i>Customer Relations</i>		19
2. Penjualan Tatap Muka ( <i>Personal Selling</i> )		22
2.1 Pengertian Penjualan Tatap Muka ( <i>Personal Selling</i> )		22
2.2 Tujuan <i>Personal Selling</i>		26

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2.3 Sifat –Sifat <i>Personal Selling</i> .....	27
2.4 Pendekatan <i>Personal Selling</i> .....	28
2.5 Fungsi <i>Personal Selling</i> .....	30
2.6 Bentuk- Bentuk <i>Personal Selling</i> .....	31
2.7 Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i> .....	32
2.8 Karakteristik <i>Personal Selling</i> .....	34
2.9 Prinsip-Prinsip dasar <i>Personal Selling</i> .....	35
2.10 Langkah-langkah <i>Personal Selling</i> .....	37
B. Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Pemikiran.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Subyek Penelitian.....	48
B. Metode Penelitian.....	48
C. Jenis Data.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Teknik Analisis Data.....	56
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum.....	59
B. Analisis dan Pembahasan.....	62
C. Hasil Penelitian.....	103
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	112

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Gambar Perusahaan tampak dari luar.....	59
Gambar 4.2	Logo Perusahaan.....	60
Gambar 4.3	Perusahaan tampak dari dalam.....	61
Gambar 4.4	Hasil Percakapan Langsung <i>Sales Person</i> dengan Calon Pelanggan.....	67
Gambar 4.5	Hasil Percakapan <i>Sales Person</i> dengan Calon Pelanggan.....	70
Gambar 4.6	Proses Kegiatan <i>Personal Selling</i> Menentukan Lokasi Pembeli Melalui Media Telepon.....	74
Gambar 4.7	Proses Kegiatan <i>Personal Selling</i> Menentukan Lokasi Pembeli Melalui Media Handphone.....	75
Gambar 4.8	Lembar QFU.....	76
Gambar 4.9	Papan Tulis Perencanaan Demo.....	79
Gambar 4.10	Kegiatan <i>Personal Selling</i> Bertatap Muka Dengan Calon Pelanggan.....	81
Gambar 4.11	Proses Demonstrasi Dengan Calon Pelanggan.....	82
Gambar 4.12	Proses Presentasi Menggunakan Media Brosur.....	83
Gambar 4.13	Perincian HPP Alat Dermabrasi.....	87
Gambar 4.14	Hasil Observasi <i>Capture BBM Sales Person</i> .....	90
Gambar 4.15	Percakapan <i>Sales Person</i> Dengan Pelanggan Melalui Media <i>Whatsapp</i> .....	91
Gambar 4.16	Hasil Dokumentasi Percakapan <i>Sales Person</i> .....	93
Gambar 4.17	Parcell Lebaran <i>DL Clinic</i> , Dokter Deddy Chandra.....	94
Gambar 4.18	Proses Penyerahan Parcell Lebaran Kepada Pelanggan PT. Beauty Medika.....	95
Gambar 4.19	Karangan Bunga Ucapan Selamat dan Sukses Pembukaan Cabang Baru.....	99
Gambar 4.20	Hasil Dokumentasi Percakapan <i>Sales Person</i> dengan Calon Pelanggan.....	99

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Transkrip Wawancara.....	112
LAMPIRAN II Hasil Observasi Kegiatan Personal Selling.....	119
LAMPIRAN III Hasil Dokumentasi Kegiatan Personal Selling .....	125



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Ditak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

