

## Lampiran I

### Transkrip Wawancara

#### Profil Informan

Nama	: Hadi Saputra
Jenis Kelamin	: Pria
Jabatan	: Pemilik Perusahaan
Tempat Wawancara	: Gedung PT. Beauty Medika ,Ruko Inkopal Blok F No.67, Jl. Boulevard Barat Raya, Kelapa Gading
Hari/Tanggal Wawancara	: 17 juli 2014 dan 20 Juli 2014

#### Foto Narasumber



© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Hasil Wawancara ke-1 /17 juli 2014

**Stephanie Zakaria (SZ)** : Selamat Siang Pak Hadi. Terima kasih atas waktunya sudah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara ini

**Hadi Saputra (HS)** : Iya

:Saya tertarik untuk meneliti perusahaan Beauty Medika sebagai objek penelitian saya dalam topik mengenai strategi *Customer Relations* dalam kegiatan *Personal Selling*.Setelah mengobservasi beberapa perusahaan, saya melihat bahwa perusahaan ini memiliki keunikan karena telah menggunakan strategi kekuatan hubungan dalam merealisasikan penjualan.Sejak kapan Perusahaan Beauty Medika berdiri?

:Sejak 1 april 2008

:Produk atau jasa apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan Beauty Medika kepada pelanggan?

:Mmm, kami bergerak dalam bidang distributor alat kecantikan. Jadi jenis alat yang kami jual seperti alat Dermabrasi namanya Sevenshine, lalu ada juga alat *Slimming* seperti Hugo Ultralyo dengan menggunakan teknologi *Radio Frequency* dan Cavitasi, selain itu juga ada laser. kami juga menjual beberapa produk pendukung alat yang kami jual.

: Ooh begitu. Kalau begitu Pak. Berapakah jumlah divisi atau bagian yang terlibat dalam aktivitas penjualan perusahaan yah?

:Kalau mengenai berapa jumlahnya, perusahaan kami belum terlalu besar. Secara otomatis karyawannya masih sedikit. Jadi yang terlibat hanya bagian keuangan, bagian pengiriman atau disebut logistik, bagian teknisi , dan tenaga penjualan saja hehee..

:Ok, kalau begitu menurut Bapak Hadi apakah kegiatan yang dilakukan oleh tenaga penjual (*Sales Person*) dapat disebut sebagai kegiatan *Personal Selling*? Jika ya, strategi seperti apa yang bapak gunakan dalam melakukan kegiatan *Personal Selling*?

: Ya tentu saja dong.. hehe kan kegiatan *Sales Person* itu menjual dan melayani pelanggan dengan melakukan pendekatan dengan pelanggan. Mengenai strategi sih, dalam kegiatan penjualan atau dalam *personal selling* yang ada di Beauty Medika tentunya dengan membangun hubungan dengan pelanggan. Itu kunci sukses nya. Jika mau berhasil, *sales* tidak hanya menjual tapi juga melayani si pelanggan dengan *excellent*

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

SZ

Hak Cipta Dilindungi

HS

HS

SZ

HS

HS

HS

HS

HS

HS

HS

SZ

HS

HS

HS

HS

HS

SZ

HS

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.



SZ

: Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan PT. Beauty Medika dalam kegiatan *Personal Selling*?

HS

: Mmmm, dalam kegiatan menjual ya, paling , Mmm..

SZ

: Misalnya dengan menggunakan promosi atau kekuatan membina hubungan yang baik atau ada strategi komunikasi pemasaran lainnya?

HS

: Dalam kegiatan Menjual di Beauty Medika kita harus mencari dulu produknya. Produk atau alat apa yang sesuai, yang memenuhi kebutuhan yang berkualifikasi, lalu mengenai harganya, sesuai apa tidak dengan si pelanggan, jika tidak sesuai kita melakukan negoisasi harga dan bagaimana cara pembayaran yang terbaiknya, lalu juga mengenai siapa pelanggannya? Dokter nya kebutuhannya apa, harus bisa diidentifikasi, dan yang terakhir tenaga penjual atau si *Sales Person* tersebut. Jadi ada 4 faktor utama yang menjadi strategi kita dalam melakukan penjualan: produk, promosi harga, prospek pelanggan, dan tenaga penjual (*Sales Person*).

SZ

: Baik kalau begitu, bagaimana cara tim *sales person* Bapak dalam membina hubungan yang baik dengan pelanggan?

HS

: Caranya melalui *follow up* setiap hari lalu pada saat di pameran juga, *sales person* bisa berkenalan secara langsung

SZ

: Kalau begitu secara implementasinya sehari-hari nya lebih jelasnya bagaimana Pak?

HS

: Oohh, kalau sehari-hari Tim kita biasanya melakukan membangun hubungannya seperti menulis hasil follow up di form QFU (*Quotation Follow Up*) jadi didalam form tersebut si *sales person* bisa memantau apa saja yang telah dilakukan pada pelanggan secara konsisten. Seperti mulai bangun hubungan dengan menyapa, “selamat pagi dokter? Apa kabarnya nih dok?” saya Hadi dok, dari Beauty Medika.. bagaimana dok kliniknya lancar? dari situ pelanggan merasa diperhatikan. Kemudian pelanggan akan senang dan mulai sales membangun hubungan dengan memantau kondisi alat yang pernah dibeli (kalau itu dokter sudah pernah *repeat order*), lalu juga melakukan follow up melalui telepon maupun chat melalui bbm, sms, dll dengan merencanakan waktu untuk janji temu. Untuk melakukan presentasi dan juga kalau ada berkenaan dengan hari yang penting, seperti hari raya, mengucapkan “Minal Aidin Walfaidzin, mohon maaf lahir dan batin” tidak sekedar mengirim pesan juga mengirim parcel sebagai bentuk apresiasi, dan juga pada saat pembukaan cabang juga Beauty Medika akan segera mengirimkan karangan bunga ucapan selamat dan sukses”

SZ

: Kekuatan hubungan seperti apa sih ko yang perlu dibina?

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.



HS

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

SZ

HS

SZ

HS

SZ

HS

SZ

HS

: Tentunya yang perlu dibina adalah hubungan baik yang konsisten dalam arti butuh *effort* atau usaha yang lebih dalam membina hubungan stef. Seperti disaat melakukan pembinaan hubungan tidak semua pelanggan menerima kita dengan baik, namun ketika selisih sekian persen saja tapi kita sudah menyerah kita tidak akan mendapat apa yang sebenarnya kita bisa dapatkan. Oleh karena itu sales harus tetep ulet, hahaa harus banyak-banyak menabur. Nanti dari hubungan yang baik itu akan kita tuai dikemudian hari..

: Kalau begitu apakah *sales person* pada Beauty Medika sudah melakukan kegiatan *Personal Selling* sesuai dengan harapan atau maksimal?

: Hmm,,... ahhaahaha.. mau jujur apa ngga nih? Haha sejujurnya sih belum karena masih ada beberapa yang belum menguasai *product knowledge* dengan baik, lalu usahanya juga masih jalan lambat. Jadi butuh yang namanya motivasi dari dalam diri sih. Karena kan dalam melakukan menjual dan melayani itu tidak mudah. Jadi saya sebagai owner berharap ada motivasi dari dalam dan dari luar. Misalnya dengan ada motivasi sukses bekerja untuk keluarga. Hal ini menjadi dorongan besar untuk si sales ulet menjual. Dan pemberian target yang menghasilkan bonus juga sangat membantu. Nah dengan adanya target tersebut dan motivasi dari dalam diri membuat usaha membangun hubungan itu akan berusaha lebih besar dan berhasil.

:Berapa presentase jumlah pelanggan yang memiliki loyalitas membeli produk PT.Beauty Medika yang dihasilkan dari membina kekuatan hubungan baik?

: Kalau presentase sih, perkiraan yang loyal masih 40%, sisanya yang pembelian coba-coba 60%

: Dengan presentase tersebut apakah perusahaan berharap bahwa presentase terbesarnya dimiliki oleh pelanggan yang loyal (*repeat buyer*)?

: Tidak juga sih karena didalam dunia kecantikan, dalam arti dalam melakukan bisnis ini, ketika seiring dengan berjalannya waktu akan menemukan orang-orang yang baru bergabung didalamnya. Misalnya: dokter-dokter kulit atau estetik yang baru lulus dan berniat untuk membuka klinik baru.

: Apa saja hal yang harus dipersiapkan oleh *sales person* sebelum tahap mencari calon pelanggan dan mengkuifikasinya?

: Biasanya sebelum sales mencari calon yang berprospek, mereka harus memiliki data base atau referensi tersendiri. terserah, kami membebaskan mereka mau dapat *data base* dari mana saja.. bisa dari *data base* kantor yang lama, banyak banget setumpuk.bisa juga dapat didapat dari data base hasil pameran yang diadakan skitar

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

SI

HS

SZ

HS

SZ

HS

SZ

HS

sebulan 1x kami ada pameran. Tidak tentu juga sih. Kadang bisa 1bulan 2x, atau 1bulan tidak sama sekali dan juga bisa memfollow up data yang baru lagi, misalnya dari kegiatan “*Canvassing*” bisa disebut “*Door to door*” datang ke klinik-klinik kecantikan lalu kalau bisa ketemu langsung dengan dokter atau ownernya yah Puji Tuhan.hahaha.. Kalau tidak yah gimana cara sales bisa meyakinkan resepsionis atau pegawai mereka untuk mendapatkan no HP pribadinya.makanya agar lebih efisien proses kanvas-ing itu sebaiknya jangan hanya dilakukan pada satu hari full. akan lebih efektif apabila proses kanvas itu terjadi bersamaan dengan waktu setelah janji bertemu dengan dokter dan yang terakhir penguasaan “*product knowledge*” percuma kalau punya banyak data tapi sales sendiri tidak menguasai apa yang harus dikomunikasikan dengan baik kepada calon pelanggan...

: Strategi apa yang perlu lakukan *sales person* sebelum melakukan tahap pra pendekatan dengan calon pelanggan?

: Yah seperti Mmm, Mmm.. Apa yah sebutan nya yah.. oh seperti mempelajari kebutuhan si dokter tersebut. Apa yang jadi *wants* dan *needs* nya. *sales person* harus bisa mengidentifikasi secara cepat, sehingga bisa diarahkan apa yang jadi kebutuhan dokter. Jadi kita bisa menarik perhatian si dokter untuk setuju merencanakan janji demo untuk melihat hasil dan fungsi terbaik dari alat tersebut. *sales person* juga harus *review* kembali tahapan demo maksudnya menguasai jangan sampai saat ketemu dokter ada yang terlewatkan

: Media apa saja yang digunakan oleh Bapak dan tim *sales person* dalam proses menjangkau calon pelanggan yang berkualifikasi?

: yaaahhh... Handphone, lewat bbm atau sms masing-masing sales diberikan satu HP khusus, lalu Telepon Kantor juga bisa dipakai, dan melakukan kirim surat penawaran /Email.

: Bagaimana strategi dalam meyakinkan calon pelanggan bahwa produk Bapak mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka pada tahap penutupan?

: Hasil presentasi yang bisa menjawab semua masalah atau kebutuhan mereka dan hasil demo yang bagus, hasilnya maksimal, secara otomatis dokter akan semakin yakin.

: Apa saja hal yang telah Bapak dan tim *sales person* telah lakukan di PT. Beauty Medika pada tahap tindak lanjut dan pemeliharaan?

: Banyak hal, contohnya berespon cepat dan tepat dalam menangani keluhan atau ada alat rusak yang mau diservis. Ada pernyataan yang menenangkan si dokter jadi beliau tidak bingung kalau alatnya rusak harus dibawa kemana. Selain menangani hal itu, kita juga bisa melakukan follow up dengan konsisten, seperti: memperhatikan mereka dengan menanyakan kabar, bagaimana

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

perkembangan klinik mereka sehingga mereka bisa merasakan dengan tulus bentuk perhatian kita. Lalu jika ada hari raya mengirimkan parcel, seperti kemarin kita mengirimkan parcel lebaran padadokter Deddy DL Klinik kan.. ada juga kirim karangan bunga ucapan sukses dan selamat untuk cabang klinik baru.

: Bagaimana cara Bapak Hadi dalam tahap mengatasi keberatan yang dilontarkan calon pelanggan sehingga tetap dapat merealisasikan penjualan?

: Sebenarnya percaya deh setiap dokter pasti punya kebutuhan tapi terkadang mereka kurang sadari. Tapi ketika sales bertanya dan mendengarkan dokter saat mereka bercerita, sales akan punya strategi kekuatan pertanyaan atau kata-kata yang bisa ngorek informasi si dokter. Jadi gampang kan membelokkan beliau agar sadar akan kebutuhannya. Makanya harus pelajari tipe-tipe pelanggan ada banyak. Selain itu juga kalo dokter tetap merasa keberatan, kita harus punya strategi lain. minimal kalo dia tidak mau beli alat kita, kita coba masukan produk-produk pendukung setidaknya walau alat tidak keluar tetap pembelian produk juga dapat menjadi sumber pemasukan. Dan juga diharapkan dengan strategi produk, sales person juga dapat memprospek alat lainnya.

Hasil Wawancara ke-2/20 Juli 2014

: Bearti Bapak Hadi setuju dong kalau membangun hubungan itu merupakan salah satu strategi yang bisa dilakukan dalam kegiatan *Personal Selling*? Setelah itu, Bagaimana persyaratan utama yang dimiliki seorang *sales person* PT. Beauty Medika dalam melakukan kegiatan *Personal Selling*?

: Iya ya betul. Mmm.., syaratnya nya yah.. hmm.. mm menguasai *product knowledge* sih yang terpenting seperti menguasai fungsi, manfaat, cara kerja alat sampai bagaimana merawatnya. Karena kalau belum menguasai bagaimana *sales* dapat meyakinkan dokter untuk menutup penjualan. Selain itu juga penampilan, bukan harus cantik tapi minimal tau berpakaian yang sopan, rapih, wangi, dari *first impression* dapat menimbulkan kesan positif,... Mmm, dan mungkin yang terakhir mengenai *Attitude* / sikap nya saat beratap muka secara langsung dengan dokter

: Apakah ada suatu peristiwa atau momen yang terjadi diperusahaan mampu menggambarkan pelanggan yang membeli produk dan jasa berdasarkan dari hasil kekuatan hubungan?

: Saya punya *customer* dari *end user* pengguna alat kita, sekarang saya bisa tawarkan dia untuk menjual pada temannya. Sampai akhirnya kemarin dia ambil 10 alat dermabrasi dari Beauty Medika. Ada juga dokter Deddy DL klinik sudah punya 13 cabang klinik

SZ  
HS  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

SZ  
HS

SZ  
HS

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.



SZ

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

HS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

HS

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

tersebar di seluruh jakarta dan cibubur. Karena adanya kekuatan hubungan, mereka jadi percaya sama kita dan selalu *repeat order*.

: Hambatan-hambatan apa saja yang ko Hadi temui pada saat hendak merealisasikan penjualan setelah melakukan tahap presentasi dan demonstrasi?

:waktu untuk, janji temu (dokternya sibuk), kurang menguasai jadi saat demo, hasil dari alat tidak terlalu maksimal yang sesuai dengan presentasi awal, masalah harga yang tidak sesuai, dan dokter yang belum punya keinginan menambah alat karna pasar sedang sepi.

Bagaimana cara *sales person* membangun hubungan yang baik sehingga akan menciptakan good will?

:tentunya dari hasil demo yang baik dan presentasi. sehingga kita dapat merealisasikan penjualan. nah kita sebagai sales marketing tidak harus ketika bertemu dengan pelanggan lalu kita langsung fokus pada masalah penjualan. namun kita dapat membangun hubungan terlebih dahulu. dengan sering-sering bertanya, maksudnya melemparkan beberapa pertanyaan ke calon pelanggan. karena ketika kita bertanya secara tidak langsung kita telah memasukan sesuatu kealam bawah sadar mereka sehingga tanpa sadar , kita dapat memengaruhi mereka. sebenarnya semua dokter yang saya pernah bilang sebelumnya memiliki kebutuhan tanpa mereka sadari. namun ada beberapa dokter yang suka membeli. punya kebiasaan membeli tapi tidak suka ditawarkan. namun ketika kita duduk tenang mendengarkan apa yang dokter tersebut ceritakan, kita bisa bermain dengan intuisi kita melontarkan pertanyaan yang sebenarnya mengorek informasi dari mereka. dan tanpa sadar kita menjawab yang mereka butuhkan. saya pernah kok tanpa menawarkan apa-apa dengan sendirinya hanya duduk berbincang-bincang dengan dokter tersebut lalu dokter dengan sendirinya mereka meng-order alat atau produk kepada kita.

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.

## Lampiran II

### Hasil Observasi Kegiatan *Personal Selling*

#### 1. Perusahaan Beauty Medika tampak dari luar dan dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 2. Proses Kegiatan *Personal Selling* Mencari Calon Pelanggan Melalui Media Telepon dan mengirimkan pesan



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



### 3. Proses Prapendekatan *Personal Selling* pada saat melakukan tatap muka untuk presentasi dan demonstrasi

#### © Hak cipta milik IBIKKG (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



4. Observasi partisipan aktif yang dilakukan oleh peneliti saat mempresentasikan fungsi alat dan mendemokan alat bersama dengan *Sales Person* atau tenaga penjual

PT Beauty Medika



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Lembar QFU (*Quotation Follow Up Form*) dan Papan tulis kecil yang digunakan dalam kegiatan *Personal Selling* pada tahap menentukan tempat atau lokasi pelanggan berdasarkan penjadwalan yang ada

Marketing  
QUOTATION FOLLOW UP

Nama : Dr. Wati (Konsultasi) Dr. Yuni Wardiyanti Nomor :  
Klinik/pelayanan :  
Alamat : SAMANUDA OLSIRADY  
Telepon :  
Fax :  
Hp : 681230855650

No	Tanggal	Kegiatan (*)	Product	Result
		<u>Skin Saver Shine</u>	<u>2 unit</u>	<u>29jt</u>
				<u># Bayar 2x</u>
				<u>06.14 DP=14,5jt</u>
				<u>05.14 DP=14,5jt</u>
				<u>08</u>

Mengetahui

\*) K = kunjungan  
T = telepon  
M = wawancara  
D = demo  
H = Hold

25 Meeting P&D B&S TI - Nasional  
27-27 Hyatt Perdik Bandung

Servis AC 3 bin Sekali  
Terakhir 28 Feb '14

1) Minta Teknisi :  
Senin 21 Juli 2014  
Servis : Dr. Cut, alat:  
Slim Tone (kurang Getaran)  
Jam 11 pagi!  
Jl Pakuwono 6no. 01A  
Kecayoran Baru

PPIT  
Stephanie

JAM KERJA :  
Pk 09.00 - 17.00  
Kantor/Departemen 0 plane  
Istirahat siang :  
Pk 12.00 - 13.00

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



6. Media berupa brosur alat dan produk yang digunakan dalam kegiatan *Personal Selling* tahap memperkenalkan dan representasikan alat dan produk kepada calon pelanggan



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

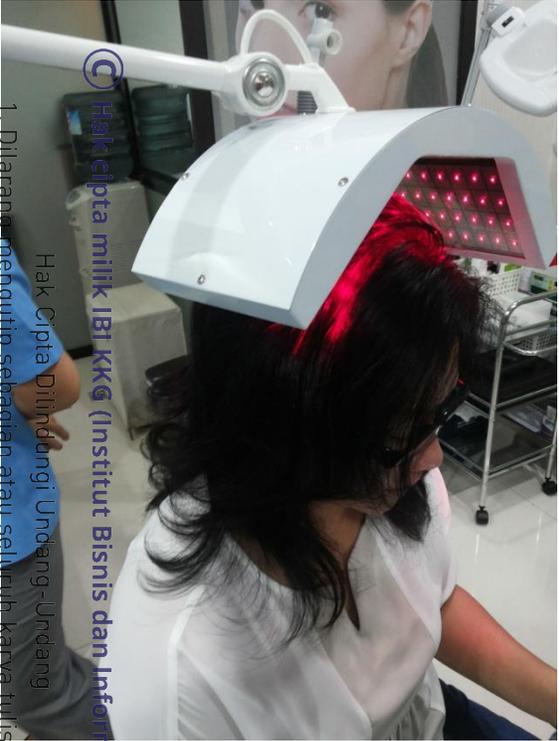
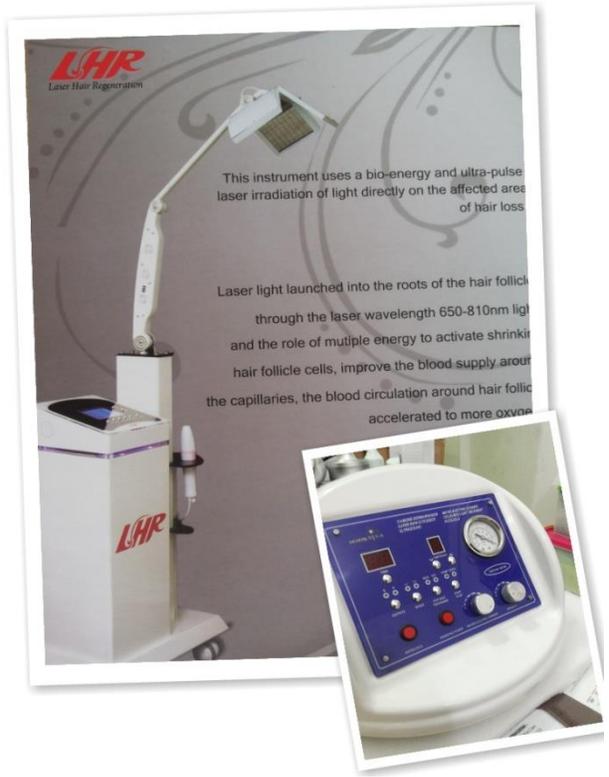
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

## 7. Jenis-jenis alat yang ditawarkan PT. Beauty Medika



1. Dilarang menungtip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penugasan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penugasan 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





## 8. Jenis-jenis produk yang ditawarkan PT. Beauty Medika



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

Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## Lampiran III

### Hasil Dokumentasi Kegiatan Personal Selling



#### Dokumentasi kegiatan *Personal Selling* PT. Beauty Medika pada saat Pameran terdahulu



#### Logo Perusahaan

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.



**3) 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**Perhitungan HPP (Harga Pokok Penjualan)**

Kepada Yth  
Ibu Ginny  
PinnacleHouse

**Perhitungan HPP Seven Shine**

Harga Treatment	: Rp	250.000
Biaya Produk	: Rp	75.000
Margin per Treatment	: Rp	175.000

	1 pasien per hari	2 pasien per hari	4 pasien per hari
Pendapatan per bulan (25hr kerja)	: Rp 4.375.000	Rp 8.750.000	Rp 17.500.000
balikmodal	: 4 bulan	2 bulan	1 bulan

#### 4. Bentuk strategi *customer relations* yang dilakukan oleh PT. Beauty Medika



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

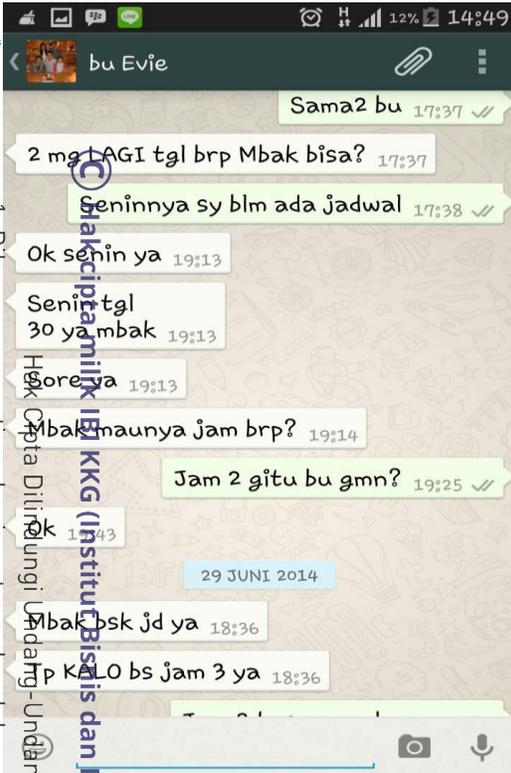
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

#### 4. Bentuk strategi *customer relations* melalui pembangunan hubungan dan mengatasi permasalahan yang dilakukan oleh PT. Beauty Medika



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang menyalin atau menyalin (Instansi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

