

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan Tingkat persaingan antar perusahaan juga semakin tinggi. Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif hingga saat ini adalah personal selling.

Personal selling merupakan kegiatan promosi yang dilakukan melalui interaksi langsung antar tenaga penjual dengan calon konsumen. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat menggali kebutuhan konsumen secara lebih mendalam serta memberikan penjelasan produk secara rinci dan persuasif. Di Yamaha Mataram Sakti Wonosari, *personal selling* memegang peranan yang sangat penting karena sebagian besar pelanggan membutuhkan penjelasan yang jelas, rinci, dan akurat sebelum memutuskan untuk membeli produk Yamaha. Melalui *personal selling*, tenaga penjual dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan sehingga mampu menggali kebutuhan, keinginan, serta preferensi pelanggan secara lebih mendalam. (V, 2023)

Metode ini memungkinkan tenaga penjual untuk memberikan informasi produk secara menyeluruh, mulai dari spesifikasi, keunggulan, hingga manfaat produk yang paling sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu,

personal selling juga membantu membangun hubungan yang baik dan kepercayaan antara perusahaan dan pelanggan, sehingga pelanggan merasa lebih nyaman dan yakin dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan menerapkan *personal selling*, saya dapat memberikan pelayanan yang optimal, bersikap lebih responsif terhadap pertanyaan pelanggan, serta menawarkan solusi terbaik yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing pelanggan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan penjualan dan citra positif Yamaha Mataram Sakti.

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan di dunia perusahaan juga ikut meningkat. Situasi ini terjadi karena semakin majunya teknologi dalam era globalisasi, sehingga membuat setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produk maupun manajemen pemasarannya dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan sesuai target yang mereka inginkan (Simarmata, 2021).

Personal selling merupakan strategi pemasaran yang efektif karena melibatkan interaksi langsung antara tenaga pemasaran dan calon pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2021), strategi ini memungkinkan pemasar memahami kebutuhan konsumen sekaligus memengaruhi keputusan pembelian. Dalam lembaga keuangan seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP), *personal selling* berperan penting dalam membangun hubungan personal dan kepercayaan nasabah.

Yamaha Mataram Sakti menerapkan *personal selling* untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui pendekatan persuasif dan konsultatif. Strategi ini

dinilai mampu memberikan nilai tambah di tengah persaingan yang ketat antar lembaga keuangan (Kurnia et al., 2021), karena memungkinkan penyampaian informasi produk secara mendalam serta penawaran solusi yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.

Personal selling merupakan presentasi pribadi yang dilakukan oleh wiraniaga perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. *Personal selling* ini selalu digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan lebih dalam produk yang mereka jual kepada calon konsumen. (Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2020). Untuk mengetahui *personal selling* pada media sosial di Yamaha Mataram Sakti maka penulis tertarik untuk melakukan magang dan membuat laporan tugas akhir dengan judul “Kegiatan Personal Selling Di Yamaha Mataram Sakti Wonosari”.

B. Batasan Masalah

Masalah yang akan dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah bagaimana menghadapi konsumen pada saat melakukan pembelian di Yamaha Mataram Sakti 2025.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *personal selling* yang akan diterapkan di Yamaha Mataram Sakti Wonosari?
2. Bagaimana hambatan dan tantangan kegiatan *personal selling* Yamaha Mataram Sakti Wonosari?

D. Tujuan

1. Mengetahui kegiatan *Personal Selling* di Yamaha Mataram Sakti

2. Mengetahui hambatan dan tantangan serta solusi kegiatan *Personal Selling* di Yamaha Mataram Sakti.

E. Manfaat

Tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan mengenai pemahaman tentang *Personal Selling*.

2. Bagi STIM YKPN

- a. Dapat menambah dan menjadi referensi bagi pembaca yang ingin membuat karya ilmiah terkait penerapan *Personal Selling*.

- b. Dapat menjadi referensi penyusun laporan tugas akhir dengan pembahasan yang serupa di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan Yamaha Mataram Sakti

Memberikan pertimbangan dan masukan tentang *Personal Selling*.

4. Manfaat bagi pembaca/ pihak lain

Dapat menambah pengetahuan terkait dengan *Personal Selling*.