

ABSTRAK

Peningkatan mobilitas perkotaan di Indonesia baru-baru ini, khususnya di bidang transportasi, telah mendorong pergeseran kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan infrastruktur transportasi umum. *Showroom SJ Cars* yang merupakan perusahaan bisnis jual-beli mobil sebagai alat transportasi, menerapkan pemasaran lewat aktivitas *personal selling* sebagai upaya dalam meningkatkan dan mengoptimalkan penjualan unitnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari aktivitas promosi *personal selling* yang dilakukan oleh *Showroom SJ Cars* dengan menggunakan metode kualitatif kepada 3 informan utama dan 1 informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persiapan dan perencanaan *Showroom SJ Cars* sebelum melakukan kegiatan *personal selling* adalah mencari, mengelompokkan, dan menganalisis calon-calon pelanggan, lalu yang terakhir menyiapkan unit mobil. Langkah pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan adalah memilih dan menilai prospek, kemudian melakukan prapendekatan hingga dilanjutkan dengan langkah pendekatan, lalu melakukan persentasi dan demo, dilanjut dengan menangani keberatan calon konsumen dan menindak lanjutinya. *Showroom SJ Cars* melakukan evaluasi dengan cara yaitu menganalisa tentang unit-unit mobil bagus dan diminati banyak pasar secara keseluruhan untuk menambah unit.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Personal Selling*, *Showroom*