

Analisis Strategi Personal Selling Menggunakan Metode Triangulasi Pada Surya Yudha Park Banjarnegara Tahun 2022

1st Zeni Nur Silfia
D3 Manajemen Pemasaran
Fakultas Ilmu Terapan
Bandung, Indonesia

zenisilfia@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Sri Widaningsih
D3 Manajemen Pemasaran
Fakultas Ilmu Terapan
Bandung, Indonesia

sri@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak—Surya Yudha Park menggunakan personal selling sebagai salah satu metode promosinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perancangan, penerapan dan evaluasi dari personal selling yang dilakukan oleh Surya Yudha Park di tahun 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi perusahaan serta triangulasi. Analisis dilakukan dengan cara mencari informasi dari informan yang telah di tentukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi dari perusahaan

Kata kunci— Perencanaan, penerapan dan evaluasi personal selling.

I. PENDAHULUAN

Dampak Covid 19 berlangsung hingga tahun 2021, dimana pemerintah memberlakukan kebijakan PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. Dampaknya adalah seluruh objek wisata di Banjarnegara ditutup sementara hingga 2 Agustus 2021. Hal tersebut disampaikan oleh Pemerintah Kabupaten Banjarnegara pada 27 Juli 2021. Kebijakan penutupan objek wisata Banjarnegara kemudian diperpanjang hingga 18 Oktober 2021. Sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan Surya Yudha Park, diperlukan pengembangan secara signifikan. Sejalan dengan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Analisis Strategi Personal Selling Menggunakan Metode Triangulasi Pada Surya Yudha Park Banjarnegara Tahun 2022”*.

II. KAJIAN TEORI

A. Komunikasi Pemasaran

Menurut M. Anang Firmansyah dalam bukunya Komunikasi Pemasaran (2019:2) Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.

B. Personal Selling

Menurut M. Anang Firmansyah dalam bukunya Komunikasi Pemasaran (2020:223) *Personal selling* adalah suatu bentuk promosi penjualan yang dilakukan secara dua arah, tatap muka atau penyajian presentasi pribadi secara

langsung antara penjual dengan pembeli untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan, membujuk dan mempengaruhi calon pembeli dengan tujuan terciptanya suatu penjualan.

III. METODE

Dalam penelitian “Analisis Strategi Personal Selling Menggunakan Metode Triangulasi Pada Surya Yudha Park Banjarnegara Tahun 2022” menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data triangulasi yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah perbandingan hasil penjualan pada bulan Januari 2021 – Desember 2021 dengan hasil penjualan dari tanggal 17 Januari 2022 sampai dengan 28 Juni 2022. Dari kedua tersebut maka penulis mengetahui bahwa *personal selling* yang dilakukan dapat dikatakan sukses atau gagal. Berikut adalah perbandingan dari kedua data tersebut.



Gambar diatas merupakan rekapan hasil penjualan Surya Yudha Park pada tahun 2021 dari bulan Januari hingga Desember. Dari penjualan pada tahun 2021, Surya Yudha Park mendapatkan *income* atau pemasukan senilai Rp. 1.713.647.716 , - , total pengunjung hanya 12.132 (belum ditambahkan dengan pengunjung perseorangan), dan untuk penjualan kamar hotel hanya terjual 5.839 kamar. Hal tersebut terjadi akibat pandemi Covid-19 sehingga pendapatan dan jumlah pengunjung sangat sedikit.



Pada gambar hasil penjualan Surya Yudha Park pada 17 Januari 2022 sampai dengan 28 Juni 2022, *income* yang diterima Surya Yudha Park mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Jika pada gambar sebelumnya dalam satu tahun Surya Yudha Park menghasilkan *income* hanya senilai Rp. 1.713.647.716,-, hanya membutuhkan waktu 6 bulan Surya Yudha Park dapat meningkatkan hasil penjualan mereka. Tercatat hasil penjualan Surya Yudha Park pada 17 Januari 2022 sampai dengan 28 Juni 2022 mendapatkan *income* senilai Rp. 3.831.533.994,- dengan total pengunjung sebanyak 25.593 pengunjung (belum ditambahkan dengan pengunjung perseorangan) dan untuk kamar hotel terjual mencapai 12.268 kamar.

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa *personal selling* yang dilakukan oleh Surya Yudha

Park pada tahun 2022 dapat dikatakan berhasil dan sukses karena melebihi *income* pada tahun 2021.

REFERENSI

Print References

- Book
 - Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
 - Kotler, P. &. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
 - Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.

Electronic References

- Journal
 - Herianto, B. M., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Authentic Guards Technology Di Bandung Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(3).
 - Bujangga, I. P. H., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Fitur Iklan Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pada Pt Telkom Turangga Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 5(1).