

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising

Muh. Hermawan Tri P.
20040530107

***Personal Selling* Sebagai Strategi Promosi Lembaga Bimbingan Belajar
Ganesha Operation Dalam Menghadapi Persaingan Industri Bimbingan
Belajar Di Kota Klaten Tahun 2013**

Tahun Skripsi : 2013 + 97 halaman

Daftar Putaka : 18 buku tahun (1981-2010) + 3 situs internet

Ganesha Operation (GO) merupakan sebuah lembaga bimbingan belajar yang berpusat di kota Bandung. Seiring dengan perkembangannya Ganesha Operation (GO) telah berhasil membuka cabang diberbagai kota seluruh Indonesia termasuk pada tahun 2009 Ganesha Operation membuka cabang di kota Klaten. Untuk bisa bersaing dengan lembaga bimbingan lain yang sudah ada di kota Klaten maka tim marketing Ganesha Operation (GO) telah menentukan strategi dalam pemasaran yaitu dengan menggunakan strategi *personal selling*.

Penelitian ini mengangkat tema *personal selling* sebagai strategi promosi lembaga bimbingan belajar Ganesha Operation dalam menghadapi persaingan industri bimbingan belajar di kota Klaten Tahun 2013. Peneliti memilih lembaga bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) cabang Klaten sebagai objek penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan *personal selling* yang dilakukan Ganesha Operation (GO), karena dalam perkembangannya Ganesha Operation (GO) dapat berkembang dengan cepat di kota Klaten. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan metode deskriptif kualitatif yaitu memaparkan pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan Ganesha Operation (GO). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, data berasal dari narasumber yaitu Kepala Unit dan tim marketing Ganesha Operation.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, *personal selling* yang dilakukan Ganesha Operation (GO) adalah dengan mengadakan kegiatan seminar di sekolah, selain itu juga mengadakan *try out*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam pembagian tugas dalam program *personal selling* masih ada kekurangan tenaga penjual dalam tim marketing.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Persaingan, Personal Selling