

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO WEDDING

ORGANIZER DALAM PERSPEKTIF *PERSONAL SELLING*

ERIC N BERKOWITZ

Ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program

Sarjana (S.Sos)



Disusun Oleh

AGUNG PRASETIYO

20103047

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISAM NEGERI KEDIRI

2025

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO WEDDING
ORGANIZER DALAM PERSPEKTIF *PERSONAL SELLING* ERIC N
*BERKOWITZ***

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh

AGUNG PRASETIYO

20103047

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGER KEDIRI**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh AGUNG PRASETIYO ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

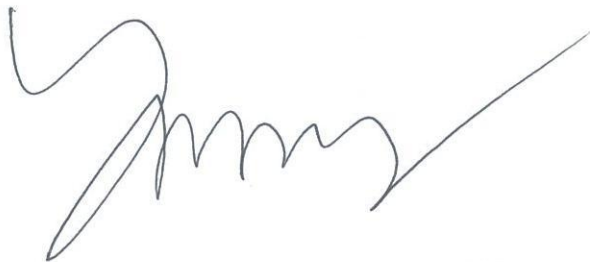
Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si

NIP. 197804212005011002

Pembimbing II



Ahmad Yani Fathur Rahman S.Fil., M.Phil

NIP.199111052020121020

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO WEDDING ORGANIZER
DALAM PERSPEKTIF *PERSONAL SELLING* ERIC N BERKOWITZ

AGUNG PRASETIYO

20103047

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
pada tanggal 17 April 2025

Tim Penguji,

1. Penguji utama

Dr. Taufik Alamin, M.Si
NIP. 197207252006041003


(.....)

2. Penguji I

Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002


(.....)

3. Penguji II

Ahmad Yani Fathur Rahman S.Fil., M.Phil
NIP. 199111052020121020


(.....)

Kediri, 28 Maret 2025

Dekan Fakultas,



Prof. Dr. KH. A. Halil Thahir, M.HI.
NIP. 197111212005011006

NOTA DINAS

Kediri, 18 Maret 2025

Nomor :
Lampiran : 4 (Empat) lembar
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk melaksanakan bimbingan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : AGUNG PRASETIYO

NIM : 20103047

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO
WEDDING ORGANIZER DALAM PERSPEKTIF *PERSONAL
SELLING ERIC N BERKOWITZ*

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian harap maklum dan atas ketersediaan bapak, kami ucapkan terimakasih.

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002

Pembimbing II



Ahmad Yani Fathur Rahman S.Fil., M.Phil
NIP.199111052020121020

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 18 Maret 2025

Nomor :
Lampiran : 4 (Empat) lembar
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : AGUNG PRASETIYO

NIM : 20103047

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO
WEDDING ORGANIZER DALAM PERSPEKTIF
PERSONAL SELLING ERIC N BERKOWITZ

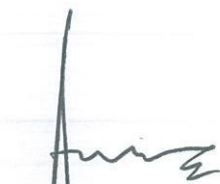
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersamanya ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian harap maklum dan atas ketersediaan bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002

Pembimbing II



Ahmad Yani Fathur Rahman S.Fil., M.Phil
NIP. 199111052020121020

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AGUNG PRASETIYO

NIM 20103047

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan sebuah plagiasi, baik sebagian ataupun seluruhnya.

Apabila di kemudian hari telah terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 28 maret 2025

Yang membuat pertanyaan



(AGUNG PRASETIYO)

Halaman Motto

“ Mengalah itu belum tentu kalah, dan yang menang belum tentu bisa sepenuhnya menguasai, ingat karma tabur tuai itu nyata adanya “

(Agung Prasetyo)

Pedoman Transliterasi

A. Huruf Transliterasi

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ء	‘	ض	D{
ب	B	ط	T{
ت	T	ظ	Z{
ث	Th	ع	‘
ج	J	غ	Gh
ح	H{	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dh	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sh	ه	H
ص	S{	ي	Y

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang ditulis berasal dari ya' nisbah ditulis dobel hurufnya

دل : ditulis *dalla*

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis “ah”,

جمعة : ditulis *jam'ah*

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (sebagai Mudaf), ditulis “at”.

نعمة الله : ditulis *ni'mat Allah*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, *kasrah* ditulis I, dan *dammah* ditulis u, masing-masing dengan huruf tunggal.

E. Vokal Panjang

a ditulis a, I ditulis I, dan u ditulis u, masing-masing dengan coretan di atas huruf a, I dan u

F. Bunyi Hidup Dobel

Bunyi hidup dobel (diphthong) Arab ditransliterasikan dengan menggabungkan dua huruf “ay” dan “aw” masing-masing untuk (أي) dan (أو)

G. Kata Sandang Alif + Lam

Jika terdapat huruf alif + lam yang diikuti huruf qamariyah maupun diikuti huruf shamsiyah, huruf al ditulis al

اجلامعة : ditulis *al-Jami'ah*

اشيعاه : ditulis *al-Shi'ah*

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

I. Kata dalam Rangkaian Frasa dan Kalimat

Tetap konsisten dengan rumusan di atas, kata dalam rangkaian frasa dan kalimat ditulis kata per kata

الشيخ سال م : ditulis *Shaykh al-Islam*

J. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nash*, *al-Qur'an*, dan *hadis*), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Berbagai bentuk syukur penulis selalu panjatkan kehadiran Allah SWT atas keberkahan rahmat juga karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Proposal Skripsi ini membahas *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO WEDDING ORGANIZER DALAM PERSPEKTIF PERSONAL SELLING ERIC N BERKOWITZ*. Penulis sampaikan berbagai bentuk terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, beserta segenap jajarannya.
2. Bapak Dr. H. K. Halil Thorir, M.HI selaku Ketua Fakultas Ushuludin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Ibu Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuludin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
4. Bapak Dr.Prilani, M.Si selaku dosen pembimbing I dan bapak Ahmad Yani Fathur Rahman, S.Fil., M.Phil selaku dosen pembimbing II skripsi prodi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN KEDIRI atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing serta memberikan hasanah keilmuan, masukan dan semangat agar menyelesaikan Proposal Penelitian ini dengan baik.
5. Orang tua penulis, teman-teman se-angkatan tahun 2020, khususnya Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan motivasi dan dukungan lahiriyah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi atau penelitian ini. Semoga karya tulis ini

bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Amin

6. Amin imroatul azizah, sahabat karib saya yang selalu siap sedia saya repotkan, dan terus mengarahkan saya sehingga sangat membantu proses skripsi ini.
7. Mas ojik dan mas elo, rekan kerja saya, yang selalu loyal membantu serta sering mengorbankan waktunya untuk saya, bahkan menjadi pengganti saya untuk menyelesaikan pekerjaan. Karena beliau tahu kesibukan yang sedang saya lalui untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Mas aan, teman seperjuangan saya yang membantu untuk penyelesaian proses pengerjaan skripsi ini, bahkan sering kali saya mengganggu pekerjaan beliau untuk menanyakan terkait sistematika penulisan dan lain lainnya.
9. Seluruh keluarga besar UD. Santoso, dengan terbukanya lebar pintu untuk saya melakukan kajian dan penelitian, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Kediri, Desember 2024

Penulis

ABSTRAK

AGUNG PRASETYO, Dosen Pembimbing Dr. Prilani, M.Si dan Ahmad Yani Fathur Rahman S.Fil., M.Phil. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SANTOSO WEDDING ORGANIZER DALAM PERSPEKTIF PERSONAL SELLING ERIC N BERKOWITZ, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2025.

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

Keberhasilan proses komunikasi pemasaran pada suatu perusahaan ditentukan dengan bertambahnya minat konsumen terhadap sebuah produk yang ditawarkan. Masing-masing perusahaan memiliki metode dan teori guna memberikan warna khas yang nantinya melekat pada perusahaan tersebut. Khususnya pada perusahaan UD Santoso, yang mana perusahaan ini menjadi salah satu perusahaan yang menyediakan jasa persewaan peralatan pernikahan di Kota Kediri. UD Santoso memiliki cara unik untuk memikat minat konsumen yang ingin merealisasikan pesta pernikahannya. Teknik *personal selling* yang dilakukan oleh UD Santoso menjadikannya sebagai perusahaan yang memiliki cara tersendiri dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran guna bersaing dengan perusahaan penyedia jasa pernikahan lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali komunikasi dengan *personal selling* yang dilakukan UD Santoso untuk memperkuat minat konsumen dan bersaing dengan perusahaan yang lain.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan teori *personal Selling* berdasarkan perspektif *Eric N Berkowitz* yang berorientasi pada pendekatan penjualan *personal*. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa data menggunakan xivating analisis *personal Selling* perspektif *Eric N Berkowitz* meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dengan melakukan perpanjangan pengamatan dan triangulasi sumber.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah perencanaan *personal selling*, *Prospecting* menjadi modal awal yang diterapkan oleh UD Santoso dalam menarik minat konsumen Wedding. Implementasi strategi *personal selling*, yaitu dengan *Aproaching* (Pendekatan) sebelum melakukan presentasi produk guna menawarkan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Evaluasi strategi *personal selling* yang dilakukan oleh UD Santoso adalah kurangnya dorongan untuk mendokumentasikan produk ke internet. Namun, hal tersebut tidak memiliki pengaruh besar, karena minat konsumen masih terjaga karena strategi *personal selling* dengan datang ke kantor dan tatap muka masih menjadi senjata bagi UD Santoso.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS.....	v
NOTA PEMBIMBING.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep	7
F. Penelitian Terdahulu.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Teori Personal Selling	14
B. <i>Personal Selling</i> Perpektif Eric N Berkowitz	15
C. Ruang lingkup <i>Personal Selling</i>	18
1. Ciri-ciri <i>Personal Selling</i>	18
2. Sifat- Sifat <i>Personal Selling</i>	19
3. Indikator <i>Personal Selling</i>	20

4.	Bentuk-bentuk <i>Personal Selling</i>	21
5.	Tujuan <i>Personal Selling</i>	22
6.	Perencanaan Tahap-Tahap Strategi <i>Personal Selling</i>	22
D.	Wedding Organizer.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
B.	Kehadiran Peneliti	26
C.	Lokasi Penelitian	27
D.	Subjek dan Objek Penelitian.....	27
E.	Data dan Sumber Data	27
F.	Teknik Pengumpulan Data	28
G.	Instrumen Pengumpulan Data.....	29
H.	Teknik Analisis Data	29
I.	Pengecekan Keabsahan Data	31
J.	Tahapan Penelitian	32
BAB IV DESKRIPSI DATA DAN TEMUAN PENELITIAN		34
A.	Deskripsi Data	34
1.	Gambaran Umum UD Santoso <i>Wedding Organizer</i>	34
2.	Sejarah UD Santoso <i>Wedding Organizer</i>	35
3.	Struktur Organisasi UD Santoso.....	36
B.	Temuan Penelitian	37
A.	Kelebihan dari perusahaan UD Santoso <i>Wedding Organizer</i>	37
1.	Strategi Komunikasi Pemasaran UD Santoso <i>Wedding Organizer</i> dalam menarik minat konsumen <i>Wedding</i>	37

2.	Strategi <i>Personal Selling</i> Perspektif <i>Eric N Berkowitz</i> UD Santoso <i>Wedding Organizer</i> dalam menaraik mint konsumen	39
3.	Reputasi baik untuk menunjang <i>brand awareness</i> perusahaan maupun <i>personal branding</i>	40
B.	Kekurangan dari perusahaan UD Santoso <i>Wedding Organizer</i>	46
BAB V PEMBAHASAN		49
1.	Strategi komunikasi pemasaran UD Santoso wedding organizer.....	49
A.	Komunikasi pemasaran dari mulut ke mulut.....	49
B.	Kelebihan dan kekurangan perusahaan UD Santoso <i>wedding organizer</i>	50
2.	Strategi komunikasi pemasaran UD Santoso wedding organizer dalam perspektif <i>Personal Selling</i> <i>Eric N Berkowitz</i>	52
BAB VI PENUTUP		63
A.	Simpulan.....	63
B.	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		64
RIWAYAT HIDUP		67

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Harga sewa per-item UD Santoso	37
Bagan 4 1 Struktur Organisasi UD Santoso	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Akun Instagram UD Santoso	3
Gambar 1 2 Postingan Akun Instagram UD Santoso	4
Gambar 4 1 Logo UD Santoso	35
Gambar 4 2 Akun <i>Facebook</i> UD Santoso	43
Gambar 4 3 Akun <i>Instagram</i> UD Santoso.....	44