**ABSTRAK**

**CV. Mandalawangi merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang penyedia layanan paket wisata dalam negeri maupun mancanegara. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat masalah berupa tidak tercapainya target penjualan periode/catur wulan 2013-2014. Permasalahan tersebut disebabkan, kurangnya kemauan wiraniaga dalam mencari konsumen baru, wiraniaga kurang memperhatikan proses tindak lanjut (*follow up)* dalam hal kunjungan lanjutan kepada konsumen.**

**Tujuan dilakukannya penelitian untuk mengetahui pelaksanaan *personal selling*, untuk mengetahui kondisi penjualan paket wisata, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* terhadap pencapaian penjualan perusahaan, untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksaan *personal selling* dan usaha apa saja yang dilakukan dalam mengatasi masalah tersebut.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian di lapangan berupa wawancara, observasi non partisipan dan penyebaran angket. Untuk analisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian melalui pengujian dengan regresi linier sederhana diporeloeh adanya pengaruh positif X terhadaap Y, koefisien regresi sebesar 0,954 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan *personal selling* akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,954 satuan. Adapun perhitungan koefisien Determinasi menunjukan adanya hubungan dengan kategori kuat, hasil korelasi hubungan variabel Y terhadap Variabel X diperoleh persentase sebesar 78,5%.**

**Hambatan-hambatan yang dialami CV. Mandalawangi yaitu pemahaman tentang produk jasa yang ditawarkan oleh wiraniaga masih sangat lemah dikarenakan sebagian besar status pendidikan wiraniaga hanya sebatas SMA dan kurangnya pengetahuan tentang pariwisata sedangkan produk yang ditawarkan berkaitan dengan pariwisata. Mengenai pengaturan waktu, dimana para wiraniaga selain melakukan pencarian konsumen baru (*process prospecting*) untuk mencapai target penjualan disisi lain wiraniaga harus melakukan kunjungan kepada konsumen untuk memastikan kepuasan konsumen.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu, perusahaan sebaiknya dalam mengangkat para pegawai terutama wiraniaga yang berperan penting dalam kegiatan *personal selling* setidaknya memiliki pengalaman dibidang pemasaran produk khususnya dibidang pariwisata, sehingga *communication skill* sudah dikuasai dan perusahaan hanya memberikan pengarahan saja, perusahaan harus memperluas area penjualan, selain itu perusahaan harus menambah jumlah pegawai agar perolehan laba dapat tercapai tiap tahunnya.**

***Kata Kunci: Personal Selling***

## ABSTRACT

*CV. Mandalawangi represent a company which providers tour Packages domestic and overseas. Pursuant result of research, researcher tell some internal issue execution of its business activity, that is do not reach of sales target and existence of degradation of profit in two period that is quarter priode of year 2013 and 2014. the problem caused, lack of desire or willingness at salesman in searching new costumer, salesman less is paying attention of follow up in the case of arrive rubber consumer.*

*Target doing of research, to know execution of personal selling, to know the condition sale of vaccine, to know how big influence of personal selling to attainment sale of vaccine, to know resistances faced in execution of efforts personal selling any kind of performed within overcoming the resistance.*

*Research method used descriptive analysis. Technique data collecting conducted with research of bibliography and research of field in the form of interview, observation non participant and spreading of enquette. For the analysis data used validity test, test reability, linier regresi modestly, correlation coefficient rank sperman, hypothesis test, and coefficient determinasi.*

*Based on data obtained from the results of research by testing with a simple linear regression diporeloeh the positive influence of X terhadaap Y, a regression coefficient of 0.954 states that every 1 unit increase in personal selling will increase sales volume by 0.954 units. The calculation of the coefficient of determination showed a strong correlation with the category, the results of the correlation of the variables X Y variables obtained a percentage of 78.5%.*

*CV. Mandalawangi that is in about product knowledge which selling of salesman its very weak caused almost educated statue just senior high school, but the product that’s sell of company much use about tourism, about setting timer where the salesman be sides do process prospecting or in searching new costumer to get sales target be sides salesman must do follow to consumer.*

*Researcher suggestions able to tell that is, a company must do in approve an official especially salesman have as a duty in activity personal selling have experience in sector marketing product especially experience in sector tourism, with the result that communication skill have done and a company just give an instruction, a company must wider marketing area, a company must increase quantity personnel in order that profit result can advance each as expectations.*

*Key word: Personal Selling*

ABSTRAK

CV. Mandalawangi, Bandung mangrupakeun pausahaan nu ilubiung diwidang penyedia paket wisata di jero negeri ata napi mancanagara. Dumasar hasil panalungtikan, netelakeun pasualan nu keur disangharepan nyaeta teu cumponna udagan jeung turunna laba jujualan tina periode/caturwulan taun 20013 – 2014. Cukang lantaran eta pasualan teh dibalukarkeun kurangna kahoyong ti wiraniaga dina milarian konsumen anyar, wiraniaga kurang merhatoskeun dina hal ngadongkapan konsumen.

Panalungtikan nu digarap nyaeta, nitenan laksanaan *personal selling*, nitenan kondisi jujualan paket wisata, nitenan pangaruh *personal selling* ngahadepan pencapaian volume penjualan parusahaan, nitenan lalangse-lalangse anu disangharepan jeung usaha-usaha naon wae nu dilaksanakeun dina nuntaskeun lalangse eta.

Metode panalungtikan nu digunakeun nyaeta deskriptif analisis, katut Teknik ngumpulkeun data nudilakonan nyaeta nganggo teknik panalungtikan kapustakaan, panalungtikan dilapangan, panitenan tanpartisipasi, wawancara jeung nyebarkeun angket. Analisis data ngagunakeun uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank sperman, uji hipotesis jeung koefisien determinasi.

Dumasar data nu di kengingkeun tina hassil panalungtikan ngaliwatan pangujian ku regresi linier sederhana kapendak pengaruh positif X mayunan Y, koefisien regresi sa ageng 0,954 nyatakeun yen unggal paningkatan 1 hijian personal selling bakal ningkatkeun volume penjualan seageng 0,954 hijian, sedangkeun perhetangan koefisien determinasi nampokeun ayana hubungan sareng kategori kiat, hasil korelasi hubungan variabel Y mayunan variabel X dikengingkeun persentasen seageng 78,5%.

Lalangse-lalangse anu disangharepan ku CV. Mandalawangi nyaeta prodak nu ditawarkeun ku wiraniaga kirang dipikangartos, kusabab rereana status pendidikan wiraniaga ngan sabatas SMA/sederajat, tur kirangna pangaweruh soal pariwisata, ngenaan aturan wektos wiraniaga salain ngalakukeun *process prospecting* di sisi nu lain wiraniaga kudu ngalakukeun anjangan ka konsumen jang mastikeun kapuasannana.

Talatah nu tiasa dibikeun panalungtikan dina ieu kasempetan nyaeta pausahaan kuduna dina nyandak padamel pangpangna wiraniaga anu gaduh lalakon dina kagiatan *personal selling* sahenteuna anu gaduh pangalaman dina widang pariwisatajanten kaahlian dina nyarios tos aya pausahaan kantun mikeun arahan wungkul, pausahaan kudu ngaluaskeun area jujualan, salain ti eta pausahaan kudu nambih jumlah padamel supados laba nu dikengingkeun tiasa kacumponan tiap taunna.

### *Kocap Konci: Personal Selling*