

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sholawat dan salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak September 2021 ini adalah Strategi Komunikasi Sales Dalam Meningkatkan Penjualan City Hatchback Di Masa Pandemi COVID-19. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, antara lain kepada:

- 1) Kepada Allah SWT atas karunia-Nya telah memberikan ketenangan dan nikmat sehat wal afiat sehingga peneliti bisa menyelesaikan dengan baik.
- 2) Kepada seluruh keluarga tersayang Mamah, Ayah, dan Kakak saya atas doa-doa yang diberikan, dukungan yang tak terhingga dan juga atas kerja keras keduanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 3) Kepada yang terhormat Ibu Dr. Kusumajanti, M.Si selaku dosen pembimbing utama dan selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini, juga segala kemudahan dan bantuan yang diberikan untuk penulis. Ibu Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II penulis yang memberikan saran dan masukan mengenai teknik penulisan sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
- 4) Kepada pihak Sales dan Honda Pondok Pinang yang telah bersedia menjadi informan penelitian saya.
- 5) Sahabat penulis yaitu Yasmin dan Khanza yang menjadi *support system* penulis dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih kalian atas dukungannya.

Jakarta, 13 Juni 2022



Nur Adha Alfaizi

STRATEGI KOMUNIKASI SALES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN CITY HATCHBACK RS DI MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Pada Dealer Honda Pondok Pinang)

NUR ADHA ALFAIZI

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang terjadi menyebabkan penurunan roda ekonomi yang melanda Indonesia sehingga menyebabkan daya beli dari masyarakat menurun. Berdasarkan laporan data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) terjadi penurunan penjualan yang cukup signifikan ditahun 2019 dan 2020. Para pelaku usaha dituntut untuk dapat menyesuaikan kondisi yang sedang terjadi dengan tetap melakukan inovasi-inovasi yang kreatif. PT. Honda Prospect Motor memperkenalkan produk terbaru yaitu Honda City Hatchback RS. Penelitian ini menjawab permasalahan berkaitan dengan strategi komunikasi sales Honda Pondok Pinang dalam meningkatkan penjualan City Hatchback RS. diharapkan sales dapat meningkatkan penjualan melalui strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dari wawacara dan sekunder dari dokumentasi dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian, sales menggunakan strategi analisa STOP-SIT. Analisa STOP-SIT adalah strategi yang dipergunakan oleh sales dengan memanfaatkan media sebagai *tools*. Instagram, website, facebook, serta WhatsApp sebagai media yang dipergunakan oleh sales untuk mempromosikan produk dan mencari konsumen. Sales dibimbing oleh supervisor dalam Menyusun perencanaan/perencana strategi hingga ke pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi. Dengan demikian strategi STOP-SIT memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan sales.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Sales Honda Pondok Pinang, Pandemi COVID-19