



SKRIPSI

ANALISIS *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TEH SUNGKAI DI P4S SUNGKAI PERMAI KECAMATAN PAUH KOTA PADANG

Oleh:

NAMA	:	ALFI JAYA
NIM	:	21070014
PRODI	:	MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2026**

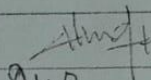
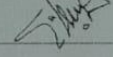
PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji skripsi pada tanggal 20 Februari 2026

Judul : Analisis *Personal Selling* Dalam Meningkatkan Penjualan Teh Sungkai Di P4S Sungkai Permai Kecamatan Pauh Kota Padang

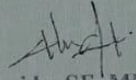
Nama : Alfi Jaya
Nim : 21070014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Nurhaida, SE, MM	Ketua	
2.	Leli Suwita, SE, MM	Anggota	
3.	Raftul Fedri, SE, MM	Anggota	
4.	Usmiar, S.E, M.Si	Anggota	

Disetujui oleh:

Pembimbing I

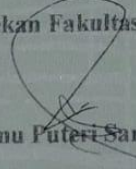

Nurhaida, SE, MM

Pembimbing II

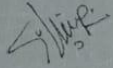

Leli Suwita, SE, MM

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi


Immu Puteri Sari, S.E, M.Si

Ketua Prodi Manajemen


Usmiar, S.E, M.Si

HAK CIPTA

Hak cipta milik ALFI JAYA tahun 2026, dilindungi oleh undang-undang, yaitu dilarang mengutip atau memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, *copy*, atau *micro flim* dan lain sebagainya.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfi Jaya

NIM : 21070014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa:

Sesungguhnya skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang, 22 Februari 2026

Alfi Jaya

21070014

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa saya kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SWA serta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Teristimewa kepada Ayah dan Ibu tercinta (Syamsul Rizal dan Roanah) terima kasih atas cinta, kasih sayang dan do'anya yang selalu menyertaiku, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepadanya.
- 2) Ibuk Nurhaida, SE, MM selaku Dosen pembimbing I dan Ibuk Leli Suwita, SE, MM selaku Dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saya arahan atas pembuatan skripsi ini.
- 3) Bapak Raftul Fedri, SE, MM selaku Dosen penguji I dan Ibuk Usmiar, SE, M, Si selaku Dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
- 4) Ibuk Usmiar, SE, M, SI selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- 5) Ibuk Immu Puteri Sari, SE, M, SI selaku Dekan Faklitas Ekonomi Univeritas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

- 6) Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- 7) Untuk Z.A, yang tak pernah lelah memberi dukungan, yang selalu percaya saat aku mulai ragu, Skripsi ini bukan hanya hasil perjuanganku, tapi juga bukti bahwa kamu adalah bagian dari setiap langkahku.
- 8) Dan teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu Namanya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Kritik dan saran sangat diharapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penulisan karya ilmiah selanjutnya. Penulis berharap hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Padang, 8 Februari 2026

Penulis

ANALISIS *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TEH SUNGKAI DI P4S SUNGKAI PERMAI KECAMATAN PAUH KOTA PADANG

Alfi Jaya

NIM: 21070014

Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Email: alfijaya671@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi *personal selling* dalam meningkatkan penjualan produk Teh Sungkai di Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) Sungkai Permai, Kecamatan Pauh, Kota Padang. Teh Sungkai merupakan produk herbal lokal yang memiliki berbagai manfaat kesehatan, namun masih menghadapi tantangan dalam pemasaran dan distribusinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* menjadi strategi utama dalam memperkenalkan Teh Sungkai kepada konsumen, terutama melalui pendekatan langsung seperti pemberian *welcome drink*, penjelasan manfaat secara tatap muka, dan partisipasi dalam pameran produk lokal. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan pemahaman terhadap produk, dan mendorong loyalitas pelanggan. Namun, keterbatasan waktu, belum adanya izin PIRT, serta rendahnya kesadaran masyarakat sekitar menjadi hambatan yang perlu segera diatasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *personal selling* memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan dan pengenalan Teh Sungkai, terutama di pasar lokal dan komunitas terbatas.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Teh Sungkai, Strategi Pemasaran, Penjualan.

ANALISIS *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TEH SUNGKAI DI P4S SUNGKAI PERMAI KECAMATAN PAUH KOTA PADANG

Alfi Jaya

NIM: 21070014

Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Email: alfijaya671@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of personal selling strategies in increasing the sales of Teh Sungkai (Sungkai Tea) at the Center for Agricultural and Rural Training (P4S) Sungkai Permai, located in Pauh Subdistrict, Padang City. Teh Sungkai is a local herbal product known for its various health benefits, yet it still faces challenges in marketing and distribution. This research employed a descriptive qualitative method with data collected through structured interviews, direct observation, and documentation. The results show that personal selling serves as the main strategy to introduce Teh Sungkai to consumers, particularly through direct approaches such as offering welcome drinks, face-to-face explanations of the product's benefits, and participation in local product exhibitions. This strategy has proven effective in building consumer trust, enhancing product understanding, and fostering customer loyalty. However, time constraints, the absence of a PIRT (home industry food certification), and low public awareness remain key obstacles. This study concludes that personal selling significantly contributes to improving both the sales performance and market recognition of Teh Sungkai, especially within local and community-based markets.

Keywords: *Personal Selling, Teh Sungkai, Marketing Strategy, Sales.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	II
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. <i>Personal Selling</i>	6
2.2. Penelitian terdahulu	18
2.3. Desain Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2. Waktu Dan Tempat Penelitian	20
3.3. Data Dan Sumber Data	20
3.4. Teknik Pengumpulan Data	20
3.4. Teknik Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Gambaran Umum	27
4.2. Hasil Penelitian	33
4.3. Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
Lampiran	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Pertanyaan Penelitian.....	22
Tabel 4.1 Data Penjualan Teh Sungkai Tahun 2021-2024	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Desain Penelitian	19
Gambar 4.1 Lokasi Peneltian.....	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	30

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk di pasar. Salah satu strategi pemasaran yang masih relevan dan efektif hingga saat ini adalah *personal selling* atau penjualan secara personal, di mana penjual berinteraksi langsung dengan calon konsumen untuk menyampaikan informasi, meyakinkan, dan membujuk agar terjadi transaksi.

Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) Sungkai Permai merupakan salah satu lembaga yang tidak hanya bergerak di bidang pelatihan pertanian, tetapi juga aktif dalam memproduksi dan memasarkan berbagai produk herbal, salah satunya adalah Teh Sungkai. Teh Sungkai merupakan salah satu produk unggulan dari Pusat Pelatihan Pertanian Dan Pedesaan Swadaya (P4S) Sungkai Permai. Kegiatan ini dimulai dengan membibitkan 300 batang tanaman sungkai sebagai bagian dari program sedekah bibit sungkai. Teh Sungkai dibuat dari pemanfaatan daun sungkai (*Peronema canescens*) yang memiliki beberapa manfaat kesehatan. Setelah berhasil membuat teh herbal berbasis daun sungkai, P4S Sungkai Permai mulai mengembangkan beberapa varian, seperti: Teh Sungkai Original, Teh Sungkai Rempah, dan Teh Sungkai Stevia. Teh ini memiliki beberapa manfaat kesehatan dan potensi pasar yang cukup luas, terutama di tengah gaya hidup sehat yang semakin berkembang. Namun, dalam menghadapi persaingan di

industri teh herbal, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan produk.

Menurut Syamsuddin (2013:54-55), P4S Sungkai Permai bukan hanya tempat pelatihan, namun terdapat beberapa produk yang dihasilkan oleh P4S yang dapat diperkenalkan kepada masyarakat yang berbasis pada pertanian budidaya, pertanian ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan begitu para petani dapat mempertajam pengetahuan dan wawasan mengenai pertanian serta dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan.

Meskipun Teh Sungkai yang diproduksi oleh P4S Sungkai Permai memiliki manfaat kesehatan dan potensi pasar yang cukup baik, penjualannya belum menunjukkan hasil yang optimal. Berdasarkan observasi awal dan wawancara informal dengan pengelola P4S Sungkai Permai, diketahui bahwa penjualan Teh Sungkai dalam empat tahun terakhir 2021-2024 cenderung fluktuatif dan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. P4S Sungkai Permai masih menghadapi keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama diluar daerah. Efektivitas strategi ini masih perlu dianalisa, terutama dalam hal seberapa besar pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan.

Salah satu Strategi yang potensial untuk diterapkan oleh P4S Sungkai Permai adalah *personal selling*. *Personal selling* adalah interaksi tatap muka dengan satu atau beberapa calon pembeli dengan maksud untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan memperoleh pesanan (Khusna & Oktafani, 2017). Melalui pendekatan personal, penjual dapat memberikan edukasi yang lebih

mendalam kepada konsumen tentang manfaat dan keunggulan Teh Sungkai. Metode ini juga dapat membangaun kepercayaan pelanggan serta menciptakan loyalitas terhadap produk. Pendekatan ini sangat relevan mengingat produk teh herbal seperti Teh Sungkai sering kali membutuhkan pemahaman konsumen yang baik agar mereka tertarik untuk mencoba dan membeli secara berkelanjutan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:13), *Personal Selling* atau penjualan personal merupakan presentasi personal oleh tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup presentasi, pameran dagang, dan program insentif.

Indikator personal selling menurut Hermawan (2012) dalam (Siregar & Natalia, 2018) yaitu, Salesmanship, penjual harus memiliki pengetahuan tentang produk dan menguasai seni menjual, seperti cara mendekati pelanggan, memberikan presentasi dan demonstrasi, mengatasi penolakan pelanggan, dan mendorong pembelian. Bernegosiasi, penjual harus mempunyai kemampuan untuk bernegosiasi tentang syarat-syarat penjualan. Pemasaran hubungan (*relationship marketing*), penjual melakukan komunikasi hubungan antar manusia yang efektif dengan mengetahui setiap karakter individu yang ditemuinya.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil observasi awal calon peneliti di P4S Sungkai Permai dalam hal ini calon peneliti melihat ada beberapa masalah yang ditemui dan menarik untuk peneliti analisa dan uraikan menjadi sebuah karya, dan peneliti membuat judul pada penelitian yaitu tentang “**Analisis Personal Selling**

Dalam Meningkatkan Penjualan Teh Sungkai Di P4S Sungkai Permai.”

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran di masa mendatang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah “bagaimanakah dampak analisis dari *Personal Selling* dalam meningkatkan penjualan Teh Sungkai di P4S Sungkai Permai Kecamatan Pauh Kota Padang?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak analisis dari *Personal Selling* dalam meningkatkan penjualan Teh Sungkai di P4S Sungkai Permai Kecamatan Pauh Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada lembaga-lembaga yang terkait dengan dunia akademisi maupun dunia praktisi, yaitu:

1. Bagi Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi perpustakaan dan sebagai bahan rekomendasi penelitian yang dilakukan di Indonesia dimasa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas *personal selling* yang telah di terapkan.

3. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan referensi ilmiah mengenai peran *personal selling* dalam meningkatkan penjualan produk pertanian lokal, khususnya produk herbal seperti Teh Sungkai. Dan menguji pengetahuan yang telah didapatkan ketika kuliah untuk dapat diaplikasikan dalam menyusun penelitian dan mengolah data yang ada untuk mencapai hasil yang diharapkan.