

**Analisis Strategi Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan
Paket Edukasi Sekolah di Trans Studio Cibubur**



Disusun Oleh:

Nama/Nim : Melya Sari/1241921008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

Halaman Pernyataan Orisinalitas

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Melya sari
NIM 1241921008
Tanda Tangan :



Tanggal : 08 Agustus 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Melya Sari
NIM : 1241921008
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi Personal Selling dalam
Meningkatkan Penjualan Paket Edukasi Sekolah di Trans Studio

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M

()

Penguji I : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD (


Muchsin

Penguji II : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11/08/2026

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Paket Edukasi Sekolah di Trans Studio Cibubur”** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan dan terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Kedua Orang Tua dan Keluarga Tercinta**, yang senantiasa memberikan doa yang tiada henti, kasih sayang, motivasi, serta dukungan moril dan materil yang luar biasa sepanjang perjalanan studi penulis.
2. **Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M.**, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
3. **Bapak Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD**, selaku Dosen Penguji I, dan **Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM**, selaku Dosen Penguji II, yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang sangat konstruktif demi kesempurnaan karya ini.
4. **Bapak/Ibu Dosen serta Civitas Akademika Program Studi Manajemen Universitas Bakrie**, yang telah memberikan wawasan ilmu pengetahuan serta bimbingan selama masa studi penulis.
5. **Pimpinan dan Manajemen Trans Studio Cibubur**, khususnya tim *Sales Edutainment* serta seluruh staf dan informan penelitian yang telah memberikan izin, kemudahan fasilitas, dan data yang sangat berharga selama proses pengumpulan data lapangan.
6. **Perwakilan Pihak Sekolah (Kepala Sekolah, Guru, dan Komite Sekolah)**, selaku informan eksternal yang telah bersedia berbagi pengalaman dan pandangan secara terbuka demi kelengkapan data penelitian ini.
7. **Teman-Teman Seperjuangan Mahasiswa Manajemen Universitas Bakrie**, terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan dukungan yang saling menguatkan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat akademis maupun praktis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan industri pariwisata *edutainment* di Indonesia.

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Nama Lengkap	Melya Sari
NIM	1241921008
Program Studi / Fakultas	Manajemen / Ekonomi dan Ilmu Sosial
Perguruan Tinggi	Universitas Bakrie
Jenis Karya Ilmiah	Skripsi / Tugas Akhir

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Strategi Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Paket Edukasi Sekolah di Trans Studio Cibubur”

Berdasarkan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, secara sadar, dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 14 Agustus 2026



Melya sari

ANALISIS STRATEGI PERSONAL SELLING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PAKET EDUKASI SEKOLAH DI TRANS STUDIO CIBUBUR

Melya sari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *personal selling* yang dijalankan oleh tim sales Trans Studio Cibubur dalam memasarkan Paket Edukasi Sekolah (Paket Edutainment) ke segmen pasar *Business-to-Business* (B2B) institusi pendidikan formal, serta mendeskripsikan persepsi tim sales dan pihak sekolah (sebagai *buying center*) terhadap efektivitas strategi tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi omset penjualan edutainment periode 2023–2025 dan hadirnya tantangan "Paradoks Edutainment" (*edu-washing*), di mana klaim nilai edukasi wahana rekreasi kerap dipersepsikan secara superfisial oleh institusi sekolah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi berperanserta pasif, wawancara mendalam dengan informan kunci internal (Sales Manager dan staf sales) serta responden eksternal (pihak sekolah dan komite), yang dilengkapi dengan studi dokumentasi. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Trans Studio Cibubur berhasil menggeser paradigma penjualan tradisional menuju *Holistic Selling*. Untuk mereduksi skeptisisme sekolah, tim sales menerapkan strategi pembuktian substantif melalui demonstrasi alat peraga ilmiah mini (seperti *Bosun Chair* dan Simulator Gaya Sentripetal) serta integrasi alur belajar Tiga Tahap (*Pre*, *On*, dan *Post-Trip*). Validasi akademis Lembar Kerja Siswa (LKS) yang disahkan melalui kolaborasi bersama UIN Syarif Hidayatullah Jakarta terbukti menjadi instrumen *social proof* yang sangat efektif dalam menyelaraskan wahana Science Center dengan Kurikulum Merdeka dan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5). Dalam pelaksanaan tahapan *personal selling* (mulai dari *prospecting*, *preapproach*, *presentation*, *handling objection*, *closing*, hingga *follow-up*), tim sales berperan sebagai "orkestrator nilai" dan konsultan pendidikan yang mampu mengatasi keberatan terkait anggaran dan jaminan keselamatan. Implikasi dari penerapan strategi holistik ini tidak hanya mengoptimalkan konversi penjualan, tetapi juga membangun kemitraan jangka panjang dan mendorong terjadinya pemesanan berulang (*repeat order*) dari institusi sekolah.

- **Kata Kunci:** *Personal Selling, Edutainment, Holistic Selling, B2B Marketing, Buying Center, Kurikulum Merdeka, Science Center, Trans Studio Cibubur.*

ANALYSIS OF PERSONAL SELLING STRATEGY IN INCREASING SCHOOL EDUCATION PACKAGE SALES AT TRANS STUDIO CIBUBUR

Melya sari

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the personal selling strategy carried out by the sales team of Trans Studio Cibubur in marketing the School Education Package (Edutainment Package) to the Business-to-Business (B2B) market segment of formal educational institutions, as well as to describe the perceptions of the sales team and school stakeholders (acting as the buying center) regarding the effectiveness of this strategy. This research is motivated by fluctuations in edutainment sales revenue during the 2023–2025 period and the challenge posed by the "Edutainment Paradox" (edu-washing), where educational claims made by recreational venues are frequently perceived as superficial by school management.

The methodology employed is a qualitative descriptive approach with a case study design. Data were gathered through passive participant observation, in-depth interviews with key internal informants (Sales Manager and sales staff) and external respondents (school principals, teachers, and committee members), as well as document analysis. Data validity was established using source triangulation and method triangulation techniques.

The findings reveal that Trans Studio Cibubur successfully shifted its sales approach from traditional methods toward a Holistic Selling paradigm. To alleviate school skepticism, the sales team implemented a strategy of substantive proofing by conducting direct demonstrations of mini scientific props (such as the Bosun Chair and Centripetal Force Simulator) and integrating a Three-Stage learning flow (Pre, On, and Post-Trip). The academic validation of Student Worksheets (LKS), developed in formal collaboration with UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, proved to be a highly effective social proof instrument in aligning the Science Center attractions with the Merdeka Curriculum and the Pancasila Student Profile Strengthening Project (P5). Throughout the execution of the personal selling stages (from prospecting, pre-approach, presentation, handling objections, closing, to follow-up), sales personnel acted as "value orchestrators" and educational consultants who effectively resolved budget constraints and safety concerns. Consequently, this holistic personal selling strategy not only optimized sales conversion rates but also established sustainable institutional partnerships and fostered repeat orders.

- **Keywords:** *Personal Selling, Edutainment, Holistic Selling, B2B Marketing, Buying Center, Merdeka Curriculum, Science Center, Trans Studio Cibubur.*

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas	i
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian / Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1. Manfaat Akademis.....	3
1.4.2. Manfaat Praktis.....	4
1.5 Penelitian Terdahulu	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Personal Selling	8
2.1.3 Paradigma Holistic Selling	8
2.2 Karakteristik dan Fungsi Utama Personal Selling	9
2.2.1 Karakteristik Personal Selling	9
2.2.2 Fungsi Utama Personal Selling	10
2.3 Tahapan Proses Personal Selling.....	13
2.3.1 Prospecting & Qualifying.....	13
2.3.2 Preapproach & Approach	15
2.3.3 Presentasion and Demonstration.....	16
2.3.4 Handling Objection	18
2.3.5 Closing.....	19
2.3.6 Follow Up dan Maintenance.....	21
2.4 Tujuan dan Fungsi Personal Selling.....	22
2.4.1 Tujuan umum dan khusus.....	22
2.4.2 Fungsi: informatif, persuasif, servicing, relationship building.....	24
2.4.3 Keunggulan dan kelemahan personal selling dibandingkan alat promosi lain....	25
2.5 Personal Selling dalam Konteks B2B (Business to Business)	27
2.5.1 Perbedaan personal selling di pasar B2C dan B2B	27

2.5.2 Karakteristik pengambilan keputusan kolektif (Buying Center: kepala sekolah, guru, komite)	28
2.5.3 Mengapa personal selling sangat penting untuk produk bernilai tinggi dan kompleks seperti paket edukasi	29
2.6 Personal Selling di Industri Pariwisata dan Edutainment	29
2.6.1 Konsep edutainment dalam pariwisata	29
2.6.2 Peran personal selling dalam memasarkan paket wisata edukasi kepada institusi Pendidikan	29
2.6.3 Tantangan khusus (anggaran sekolah, keselamatan, kesesuaian kurikulum, experiential learning)	30
2.7 Kinerja Personal Selling	30
2.7.1 Pengertian kinerja personal selling	30
2.7.2 Indikator keberhasilan (volume penjualan, jumlah prospek, tingkat konversi, kepuasan pelanggan, hubungan jangka panjang)	30
2.7.3 Faktor yang memengaruhi kinerja personal selling (kemampuan salesman, strategi, dukungan perusahaan, lingkungan eksternal.	30
2.8 Kerangka Konseptual	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain dan Metode Penelitian	33
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.3.1 Subjek Penelitian (Informan)	33
3.3.2 Objek Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Observasi Berperanserta (Participant Observation)	34
3.4.2 Wawancara Mendalam (In-depth Interview)	35
3.4.3 Dokumentasi	35
3.4.4 Teknik Keabsahan Data (Validitas Data)	35
3.4.5 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Visi Misi Perusahaan	39
4.1.2 Struktur Organisasi Sales Edutainment	39
4.1.3 Karakteristik Produk Paket Edutainment dan Program Science Center	40
4.1.4 Strategi Promosi Edutainment Trans Studio Cibubur	42
4.1.5 Kegiatan Promosi Edutainment Trans Studio Cibubur	45
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	47
4.2.1 Karakteristik Informan Internal (Tim Sales Trans Studio Cibubur)	48

4.2.3 Karakteristik Responden Eksternal (Pihak Institusi Sekolah).....	48
4.2.4 Tema 1: Integritas Akademik vs. Paradoks Edutainment (Edu-Washing).....	49
4.2.5 Tema 2: Implementasi Tahapan Proses Personal Selling di Pasar B2B.....	52
Tema 3: Dimensi Kepercayaan Akademik (Academic Trust) dan Orkestrasi Hubungan Kelembagaan	59
4.2.6 Pembahasan Analisis Komparatif.....	60
4.3 Analisis Persepsi Informan Eksternal (Buying Center Sekolah).....	63
4.3.1 Dekonstruksi Peran dan Persepsi Aktor dalam Buying Center Sekolah	64
4.3.2 Respons Buying Center Terhadap Relevansi Kurikulum Merdeka dan P5	66
4.3.3 Analisis Spesifik Segmentasi Anomali : Kasus Komunitas Homeschooling.....	67
4.3.4 Validasi Akademik sebagai Faktor Pereduksi Risiko Operasional (Perceived Risk)	69
4.3.5 Penilaian Kualitas Interaksi Personal Selling : Konsultan vs. Pengumpul Pesanan.....	69
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Praktis (Bagi Perusahaan dan Tim Sales).....	73
5.2.2 Saran Akademis	74
Daftar Pustaka	75
Lampiran	77
DOKUMENTASI LAMPIRAN.....	100

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Paket Edukasi Sekolah di Trans Studio Cibubur”** ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi personal selling yang diterapkan oleh tim sales Trans Studio Cibubur dalam memasarkan Paket Edukasi Sekolah, serta mengeksplorasi persepsi tim sales dan pihak sekolah terhadap efektivitas strategi tersebut di tengah persaingan industri edutainment yang semakin ketat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan moril maupun materil sepanjang perkuliahan.
2. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa studi.
4. Pihak manajemen dan tim sales Trans Studio Cibubur yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Para informan dari pihak sekolah yang telah bersedia berbagi pengalaman dan pandangan secara terbuka.
6. Teman-teman seperjuangan dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademis, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, serta memberikan kontribusi praktis bagi industri pariwisata edutainment di Indonesia.

Jakarta, 25 Mei 2026

Hormat saya,


Merya Sari

124192