

## ABSTRAK

ARISANDI, Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda Bogor, 2022, Penjualan Langsung Tatap Muka (*Personal Selling*) Toko Kelontong Sebagai Strategi Promosi Dalam Bauran Komunikasi Pemasaran Menghadapi Persaingan Bisnis, pembimbing I: Agustini, Dra., M. Si. Pembimbing II: Koesworo Setiawan, S. Sos., M. IK.

Toko kelontong merupakan salah satu toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari. Dengan menjamurnya minimarket pada Kawasan padat penduduk dikhawatirkan akan memberikan dampak buruk bagi kelangsungan hidup toko kelontong di sekitarnya. Hal ini tentunya akan membuat jumlah pembeli pada toko kelontong mengalami penurunan yang mengakibatkan omset penjualan akan ikut menurun sehingga upaya toko kelontong menggunakan strategi promosi bauran komunikasi pemasaran yaitu dengan memperhatikan karakteristik dan Teknik penjualan langsung tatap muka (*Personal Selling*) menghadapi persaingan bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui karakteristik dan teknik penjualan langsung yang dilakukan toko kelontong sebagai strategi promosi bauran komunikasi pemasaran menghadapi persaingan bisnis. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data dan mengambil kesimpulan. Karakteristik penjualan langsung dilihat dari kontak manusia, pengembangan hubungan, aliran informasi, komunikasi cepat, fleksibilitas, kepuasan dan persuasi. Teknik penjualan langsung dilihat dari mencari calon pembeli, komunikasi, penjualan, mengumpulkan informasi, pelayanan dan pengalokasian. Karakteristik dan Teknik penjualan langsung tatap muka (*Personal Selling*) yang diterapkan toko kelontong dalam menghadapi persaingan bisnis sudah memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan timbal balik dan harmonis antar pemilik toko, karyawan dan pelanggan, sehingga dengan keadaan tersebut toko kelontong akan lebih mudah mewujudkan upaya-upaya untuk meningkatkan mutu penjualan mempertahankan usahanya dalam menghadapi persaingan bisnis.

Kata Kunci: Penjualan Langsung, Bauran Komunikasi Pemasaran, Toko Kelontong.