

**PENERAPAN SISTEM *PERSONAL SELLING* BERBASIS
KATALOG PEMASARAN SEBAGAI ALAT BANTU
PROMOSI PRIMA DANARTA *CREDIT UNION* DI
SURABAYA**



OLEH :

**ADE AYU ANANTASYA NINGSIH
3103013116**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

**PENERAPAN SISTEM *PERSONAL SELLING* BERBASIS
KATALOG PEMASARAN SEBAGAI ALAT BANTU
PROMOSI PRIMA DANARTA *CREDIT UNION* DI
SURABAYA**

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

Diajukan kepada:

FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
ADE AYU ANANTASYA NINGSIH
3103013116

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ade Ayu Anantasya Ningsih

NRP : 3103013116

Judul : PENERAPAN SISTEM *PERSONAL SELLING*
BERBASIS KATALOG PEMASARAN
SEBAGAI ALAT BANTU PROMOSI PRIMA
DANARTA *CREDIT UNION* DI SURABAYA

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juli 2017

Yang menyatakan,



(Ade Ayu Anantasya Ningsih)

HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

**PENERAPAN SISTEM *PERSONAL SELLING* BERBASIS
KATALOG PEMASARAN SEBAGAI ALAT BANTU
PROMOSI PRIMA DANARTA *CREDIT UNION* DI
SURABAYA**

Oleh :
Ade Ayu Anantasya Ningsih
3103013116

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc

Tanggal: 12 Juli 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan KPB ini ditulis oleh: ADE AYU ANANTASYA NINGSIH,

NRP: 3103013116 telah diuji pada tanggal 24 Juli 2017 dan

dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



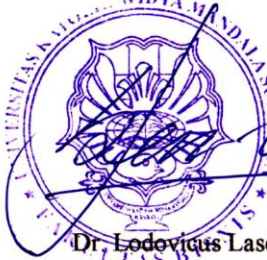
Dr. C. Erna Susilowati, S.E., M.Si

NIK: 311.97.0268

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM., Ak
NIK: 321.99.0370



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIK: 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan segala berkat serta rahmat-Nya selama persiapan hingga penyelesaian laporan ini. Atas segala berkat berupa kesehatan, pikiran, kemampuan serta kesabaran yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan kuliah praktik bisnis dengan judul “Penerapan Sistem *Personal Selling* Berbasis Katalog Pemasaran sebagai Alat Bantu Promosi Prima Danarta *Credit Union* di Surabaya” dengan baik.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Wakil Dekan I Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga serta pengarahan kepada penulis.
3. Ibu C. Marlina Djunaedi, SE, M.SI selaku Wakil Dekan II Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga serta pengarahan kepada penulis.

5. Bapak Dominicus Wahyu Pradana. SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Ibu Veronica Rahmawati. SE.,M.Si selaku dosen wali kelas C angkatan 2013 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang selama ini telah banyak memberikan banyak bimbingan serta bantuan kepada penulis.
7. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku dosen tetap Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang selamai ini telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam berbagai kegiatan.
8. Dosen-dosen dan staf Fakultas Bisnis yang bersedia membantu penulis dalam mengurus segala persiapan, pengerjaan hingga penyelesaian laporan ini.
9. Seluruh pihak Manajemen, Staf dan anggota Prima Danarta *Credit Union* yang telah memberikan berbagai kesempatan untuk menyelesaikan laporan ini terkait dengan kebutuhan data serta informasi serta memberikan rasa kekeluargaan selama berada di sana.
10. Seluruh keluarga yang selalu memberikan dorongan semangat dan moril dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Rekan-rekan yang selalu memberikan hiburan ketika penulis menyusun laporan ini. Pihak-pihak tersebut antara lain: Sahabat (Nintya, Li Fui, Victor, Mery, Novita, Icil, Celly, Lucky, Adi, Ardi), Tim Menabung (Ce Ruth, Ce Agatha, Ce Indira), KeSuMa, dan *Marketing Community* 2013.
12. Serta masih banyak pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Segala upaya telah dilakukan untuk menyempurnakan laporan ini, namun tidak ada gading yang tak retak. Begitu juga laporan yang penulis buat masih jauh dari sempurna, saran dan kritik pembaca yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga laporan kuliah praktik bisnis ini bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga semua kalangan pembaca.

Surabaya, 14 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Proyek	6
1.3 Tujuan Proyek	7
1.4 Manfaat Proyek	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKAAN	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Credit Union</i>	10
2.1.2 Sejarah <i>Credit Union</i>	11
2.1.3 Sejarah Lahirnya <i>Credit Union</i> di Indonesia	12
2.1.4 Tujuan <i>Credit Union</i>	14
2.1.5 Prinsip <i>Credit Union</i>	14

2.1.6	Struktur Organisasi <i>Credit Union</i> Sedunia	15
2.1.7	Promosi.....	16
2.1.8	Bauran Promosi	16
2.1.9	Komunikasi Pemasaran Terpadu	25
2.1.10	Katalog Pemasaran	25
2.1.11	Unsur-unsur Katalog Pemasaran	26
BAB III METODE PELAKSANAAN		
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel	29
3.2.3	Karakteristik Sampel.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	30
3.4	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5	Teknik Analisis Data	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Profil Mitra Usaha.....	33
4.1.1	Sejarah.....	34
4.1.2	Visi, Misi, Motto dan Nilai.....	36
4.1.3	Tenaga Kerja	37
4.1.4	Proses Bisnis.....	38
4.2	Kegiatan Mitra Usaha.....	47
4.3	Eksplorasi Akar Masalah dan Pendekatan.....	51
4.4	Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	66
4.4.1	Pembahasan	66
4.4.2	Pemecahan Masalah	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	81
5.2	Saran.....	83
5.2.1	Saran Praktis.....	83
5.2.2	Saran Akademis.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Anggota Prima Danarta CU	5
Tabel 1.2 Jumlah Anggota PDCU	6
Tabel 4.1 SDM PDCU.....	38
Tabel 4.2 Jenis Produk Simpanan PDCU	40
Tabel 4.3 Jenis Produk Pinjaman PDCU	42
Tabel 4.4 Jenis Program Solidaritas PDCU.....	44
Tabel 4.5 Daftar Kegiatan Mitra Usaha.....	47
Tabel 4.6 Hasil Pengamatan Proses Bisnis.....	52
Tabel 4.7 Hasil Observasi Lapangan.....	54
Tabel 4.8 Analisis Media Informasi yang Efektif.....	61
Tabel 4.9 Masalah dan Solusi.....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi CU	15
Gambar 4.1 Kantor Pusat PDCU	33
Gambar 4.2 Alur Kerangka Kerja.....	51
Gambar 4.3 Responden Berdasar Usia	56
Gambar 4.4 Responden Berdasar Domisili	57
Gambar 4.5 Responden Berdasar Pekerjaan.....	57
Gambar 4.6 Persentase Jawaban Responden (1)	58
Gambar 4.7 Persentase Jawaban Responden (2)	59
Gambar 4.8 Persentase Jawaban Responden (3)	60
Gambar 4.9 Persentase Jawaban Responden (4)	61
Gambar 4.10 Proses Kegiatan Tim <i>Personal Selling</i>	78
Gambar 4.11 Pembagian Wilayah Surabaya	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Manual Operasional Tim *Personal Selling*
- Lampiran 2 Penjadwalan Tim *Personal Selling* di Kecamatan Wonokromo
- Lampiran 3 Format Form Pendaftaran *Volunteer*
- Lampiran 4 Format Absensi Kegiatan *Personal Selling* (Sosialisasi)
- Lampiran 5 Formulir untuk Peserta *Personal Selling* (Sosialisasi)
- Lampiran 6 Format Laporan Kegiatan *Personal Selling* (Sosialisasi)
- Lampiran 7 Jumlah Anggota Prima Danarta CU Berdasar Wilayah
- Lampiran 8 Lembar Wawancara Staf Lapangan Prima Danarta CU Surabaya
- Lampiran 9 Lembar Kuesioner untuk Masyarakat Umum
- Lampiran 10 Katalog Prima Danarta CU

ABSTRAK

Promosi merupakan kegiatan inti yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga, termasuk bagi Prima Danarta *credit union*. Usaha promosi dilakukan guna meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan *credit union*, khususnya Prima Danarta *credit union* di Surabaya. Salah satu usaha promosi yang dinilai paling efektif dan sering digunakan adalah *personal selling*. Adanya keterbatasan waktu dan tenaga menjadi salah satu permasalahan yang terjadi ketika melakukan usaha promosi *personal selling*. Laporan ini memberikan solusi mengenai usaha personal selling berbasis katalog pemasaran yang dilakukan oleh tim relawan (*volunteer*). Katalog pemasaran memuat beberapa hal yang menjadi materi dalam melakukan *personal selling* seperti berbagai produk simpanan dan pinjaman, program solidaritas hingga solusi mengatur keuangan keluarga. Tujuannya guna meningkatkan efektivitas usaha *personal selling* di Prima Danarta *credit union*. Selain itu, laporan ini juga memberikan saran solusi guna mendukung usaha promosi di Prima Danarta *credit union* Surabaya.

Kata kunci: Prima Danarta, *credit union*, pemasaran, *personal selling*, katalog pemasaran.

ABSTRACT

Promotion is a core activity that needs to be done by a company or institution, including for Prima Danarta credit union. Promotion efforts are conducted to increase public knowledge about the existence of credit union, especially Prima Danarta credit union in Surabaya. One of the most effective and often used promotional efforts is personal selling. The existence of limited time and energy to be one of the problems that occur when doing business promotion personal selling. This report provides solutions on personal selling business based on marketing catalogs conducted by volunteer teams. The marketing catalog contains some of the things that matter in doing personal selling such as various products of savings and loans, solidarity program until the solution to manage family finances. The goal is to increase the effectiveness of personal selling business in Prima Danarta credit union. In addition, this report also provides suggestions for solutions to support promotional efforts in Prima Danarta credit union Surabaya.

Keywords: Prima Danarta, credit union, marketing, personal selling, marketing catalog.