

ABSTRAK

Pada tahun 2022, PT Perusahaan Gas Negara Tbk mempunyai program baru yakni GasKita Pintar Residensial yang merupakan program pemanfaatan gas bumi untuk segmen rumah tangga dan pelanggan kecil. PT Perusahaan Gas Negara Tbk menggunakan bauran promosi utama yakni *personal selling* dikarenakan dibutuhkan bentuk promosi yang dapat mengumpulkan massa seperti kegiatan sosialisasi sehingga perwakilan warga yang hadir dapat bertanya secara langsung mengenai program tersebut. Selain itu, instalasi GasKita Pintar Residensial ini bersifat masif, melibatkan banyak pihak, dan pembangunannya banyak sehingga dengan melibatkan peserta sosialisasi yang hadir dapat membantu *sales person* dalam meneruskan informasi kepada warganya sehingga sosialisasi dianggap efektif dikarenakan pendaftarannya dilakukan secara kolektif. *Personal selling* merupakan salah satu bauran komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif serta membangun hubungan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *personal selling* berupa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh *sales person* PT Perusahaan Gas Negara Tbk dalam mempromosikan program GasKita Pintar Residensial dan untuk mengetahui tanggapan peserta sosialisasi mengenai kegiatan sosialisasi GasKita Pintar Residensial. Tanggapan peserta sosialisasi diperlukan sehingga dapat dijadikan evaluasi untuk kegiatan sosialisasi kedepannya agar berjalan lebih baik lagi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *personal selling* PT Perusahaan Gas Negara Tbk dalam mempromosikan program GasKita Pintar Residensial adalah melalui 7 tahapan, yakni: memilih dan menilai prospek, pra-pendekatan, pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, penutupan, dan tindak lanjut. Berdasarkan tanggapan peserta sosialisasi, kegiatan sosialisasi berjalan dengan baik dan efektif dalam mempromosikan program GasKita Pintar Residensial, hal ini dikarenakan warga menyambut dengan antusias program GasKita Pintar Residensial sehingga banyak warga yang berminat untuk berlangganan.

Kata kunci: Bauran promosi, penjualan personal, tenaga penjual.