

ABSTRAK

Psikotes anak SMP memiliki peran penting dalam mengidentifikasi masalah psikologis, emosi, kemampuan akademis dan kognitif sejak dini. Tes ini juga membantu dalam perkembangan sosial, emosi, serta mendukung kesejahteraan remaja, termasuk identifikasi bakat dan minat. PT Kilau Gemilang menggunakan teknik marketing *personal selling* dalam menawarkan program psikotes pendidikan kepada sekolah-sekolah, terutama SMP. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi proses *personal selling* dalam program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT Kilau Gemilang, penelitian ini juga mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh tim *Business Development* dalam menyampaikan proses pemasaran melalui strategi *personal selling*, serta berusaha memahami alasan penggunaan komunikasi *personal selling* sebagai strategi dalam memasarkan program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang melibatkan observasi dan wawancara untuk memahami pelaksanaan Proses Komunikasi *Personal selling* oleh PT. Kilau Gemilang. PT Kilau Gemilang menggunakan *Personal selling* untuk menciptakan interaksi dua arah yang efektif dengan konsumen. Tim *Business development* memulai dengan pendekatan ramah, menjelaskan manfaat program psikotes, dan menjawab pertanyaan dari sekolah seperti SMPN 52 Bandung. Dengan komunikasi *personal*, PT.Kilau Gemilang membangun kepercayaan dan hubungan yang lebih dekat, yang mendorong transaksi saling menguntungkan. Proses ini juga melibatkan teknik pemasaran seperti *door-to-door selling* dan presentasi langsung untuk mengenali kebutuhan spesifik konsumen. Hasilnya, Sekolah SMPN 52 Kota Bandung menerima penawaran yang sesuai dan dukungan langsung, meningkatkan kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan PT Kilau Gemilang. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas Proses *Personal selling* dalam konteks pendidikan dan kontribusinya terhadap perkembangan siswa.

Kata Kunci: Komunikasi *Personal selling*, Pendidikan, Psikotes, ProsesPemasaran, Studi Kasus.

ABSTRACT

Psychological testing for junior high school students is crucial in identifying early psychological, emotional, academic, and cognitive issues. These tests also support teenagers' social and emotional development, helping to identify their talents and interests. PT Kilau Gemilang employs personal selling techniques to offer educational psychological testing programs to schools, particularly junior high schools. This research aims to explore the implementation of personal selling in the psychological testing program at SMPN 52 Bandung by PT Kilau Gemilang. It also examines the challenges faced by the Business Development team in using personal selling strategies and seeks to understand the reasons behind this choice of marketing approach. The research uses a qualitative method with a case study approach, incorporating observation and interviews to analyze how PT Kilau Gemilang's personal selling communication works. The company uses personal selling to establish effective two-way communication with schools. The Business Development team starts by using a friendly approach, explaining the benefits of the psychological testing program, and responding to the schools' inquiries. This approach helps PT Kilau Gemilang build trust and closer relationships with the schools, fostering mutually beneficial agreements. Techniques like door-to-door selling and direct presentations are also used to better understand the schools' specific needs. As a result, SMPN 52 Bandung accepted the offer with the necessary support, enhancing satisfaction and fostering long-term relationships. This research provides valuable insights into the effectiveness of personal selling in education and its contribution to students' development.

Keywords: *Case study, Education, Marketing strategies, Personal selling communication, Psychological testing.*