

# Peranan Sales Promotion Girl Pada Produk Wardah Beauty Care

Pinto Jaya, Yuwanda Tiara, Mumuh Mulyana  
*Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*  
*Program Studi Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*  
*Program Studi Bio Kewirausahaan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*  
EMail: mumuh.mulyana@ibik.ac.id

Implementation of  
Personal Selling for  
Cosmetics Product

287

Submitted  
FEBRUARI 2022

Accepted  
JULI 2022

## ABSTRACT

*At present the cosmetics industry in Indonesia has increased by 20% in 2017, so competition in the cosmetic industry is quite tight. There are many ways that companies can do in marketing their products, namely through personal selling, in personal selling it is certain that it requires workers to carry out these activities, one of which is by using a Sales Promotion Girl. The aims of this research are: 1). To find out how the role of Sales Promotion Girl is in wardah beauty care products. 2). To know how the Sales Promotion Girl in promoting the product. 3). To find out how Sales Promotion Girl can attract and convince consumers. The results of this study, namely: 1). The role of the Sales Promotion Girl in wardah beauty care products is as follows: a) attracting consumers to visit the stand, b) offering products, c) guessing customer needs and fulfilling what customers need, d) answering customer questions and handling complaints from customers in a timely manner well, e) informing the quality of the product up to the way it is treated or used, and f) implementing service standards properly. 2). When Wardah's Sales Promotion Girl promotes products, namely by: a) product presentations, and b) promotional presentations. 3). The Sales Promotion Girl's way of attracting and convincing consumer interest is by: a) good appearance according to company standards, b) product display, c) product presentation, and d) with promotions.*

**Keywords:** sales promotion girl, sales, cosmetics

## ABSTRAK

Saat ini industri kosmetik di Indonesia meningkat sebesar 20% pada tahun 2017, sehingga persaingan dibidang industri kosmetik cukup ketat. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya yaitu melalui *personal selling*, di dalam *personal selling* dipastikan membutuhkan tenaga kerja dalam melakukan kegiatan tersebut, salah satunya dengan menggunakan *Sales Promotion Girl*. Tujuan dari penelitian ini adalah : 1). Untuk mengetahui bagaimana peranan *Sales Promotion Girl* pada produk wardah beauty care. 2). Untuk mengetahui bagaimana *Sales Promotion Girl* dalam mempromosikan produk. 3). untuk mengetahui bagaimana cara *Sales Promotion Girl* dalam menarik dan meyakinkan minat konsumen. Hasil dari penelitian ini, yaitu : 1). Peranan *Sales Promotion Girl* pada produk wardah beauty care adalah sebagai berikut : a) menarik konsumen untuk berkunjung ke stand, b) menawarkan produk, c) menebak kebutuhan pelanggan dan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan, d) menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani complain dari pelanggan dengan baik, e) menginformasikan kualitas produk sampai dengan cara perawatannya atau penggunaannya, dan f) melaksanakan standar pelayanan dengan baik. 2). Saat *Sales Promotion Girl* wardah dalam mempromosikan produk yaitu dengan : a) presentasi produk, dan b) presentasi promosi. 3). Adapun cara *Sales Promotion Girl* dalam menarik dan meyakinkan minat konsumen yaitu dengan : a) berpenampilan yang baik sesuai standar perusahaan, b) display produk, c) presentasi produk, dan d) dengan promosi.

**Kata Kunci:** Sales promotion girl, penjualan, kosmetik

**JABKES**

Jurnal Aplikasi Bisnis  
Kesatuan  
Vol. 2 No. 2, 2022  
page. 287-294  
IBI Kesatuan  
ISSN 2807 – 6036  
DOI: 10.37641/jabkes.v2i2.1758

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangannya ilmu pengetahuan dan teknologi maka kebutuhan hidup manusia kian berkembang pula. Tidak hanya kebutuhan akan sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan saja. Kebutuhan akan mempercantik diri pun kini menjadi prioritas utama dalam menunjang penampilan sehari-hari. Penampilan yang baik dan menarik ditunjang dari berbagai macam hal diantaranya adalah bagaimana fashion serta cara merawat tubuh. Dalam hal merawat tubuh, kesehatan kulit dan tubuh merupakan fokus utama yang selalu diperhatikan. Salah satu cara untuk mengubah penampilan dan mempercantik diri yaitu dengan menggunakan kosmetik.

Saat ini industri kosmetik nasional mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi hingga lebih dari 20 persen pada tahun lalu. ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)) dengan jumlah pertumbuhan tersebut Indonesia merupakan pasar potensial industri kecantikan baik dari dalam maupun luar negeri.

Persaingan bisnis dibidang industri kecantikan tergolong ketat, dengan adanya persaingan bisnis yang ada, menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan respon yang cepat, melihat setiap peluang yang datang begitupula ancaman dari kompetitor. Hal inilah yang membuat perusahaan harus lebih bisa memasarkan produknya kepada masyarakat luas.

Banyak cara untuk melakukan pemasaran produk mulai dari pendekatan visual, verbal, bahkan ada yang sampai melakukan pendekatan personal untuk bisa mencapai target penjualan yang maksimal. Pemasaran satu arah seperti melalui media cetak maupun elektronik masih tetap terpakai, tetapi dari sekian banyak media yang bisa digunakan untuk promosi, perusahaan lebih memilih memakai jasa marketing dan *sales product* agar dapat secara langsung memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen.

Saat ini terdapat bagian pemasaran langsung yang menawarkan produk maupun *sample product*. Bagian ini dikenal sebagai sales promotion, dan karena adanya karakter gander maka terdapat *sales promotion girl* dan *sales promotion boy*. Secara umum, *Sales Promotion Girl* atau yang biasa disebut SPG adalah perempuan dengan kriteria tertentu yang direkrut oleh suatu perusahaan, yang tugasnya mempromosikan dan memberikan informasi secara langsung kepada konsumen mengenai produk yang dijual. Beberapa perusahaan yang sering menggunakan jasa SPG adalah perusahaan rokok, perusahaan otomotif seperti mobil dan sepeda motor, perusahaan kecantikan, dan lain sebagainya..

Sales merupakan suatu cara promosi yang banyak digunakan oleh produsen atau perusahaan. Perusahaan merekrut perempuan dan laki-laki dengan syarat dan kriteria tertentu untuk bekerja memasarkan suatu jenis produk. Misalnya saja bagi laki-laki harus ulet dan pandai berbicara, sedangkan untuk perempuan harus berpenampilan menarik, ramah dan pintar menggunakan kata-kata menarik untuk mendapatkan perhatian konsumen.

*Sales Promotion Girl* atau SPG merupakan sumber daya manusia dengan peran penting dalam suatu proses penjualan. Fungsi SPG antara lain melaksanakan promosi suatu produk perusahaan sekaligus menjual produk tersebut. *Sales Promotion Girl* atau SPG mempunyai daya tarik tersendiri dalam upaya menarik minat pelanggan untuk membeli atau hanya sekedar ingin tahu mengenai produk yang dijual.

SPG adalah aset perusahaan yang juga memiliki nilai penting dalam menunjang tercapainya keberhasilan dan tujuan perusahaan. Suatu perusahaan baik yang menghasilkan barang atau jasa hampir dipastikan membutuhkan SPG yang bertugas sebagai penghubung dari perusahaan kepada konsumen.

*Sales Promotion Girl* atau SPG menjual produk-produknya langsung kepada perorangan. Tujuannya adalah agar SPG dapat menjelaskan secara langsung kepada konsumen tentang keunggulan produknya. Untuk menarik minat calon konsumen, biasanya SPG membagi-bagi sample produk gratis serta hadiah-hadiah (*merchandise*) seperti *hand bag*, *paper bag*, gelas dan lain sebagainya. Memakai jasa SPG perusahaan mendapatkan dua keuntungan yang pertama produk perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas, dan dari segi penjualan SPG dibebani target penjualan yang harus

dicapai setiap harinya. Begitu pentingnya peran SPG terhadap penjualan suatu produk, karena dengan peran SPG produk dapat dijual kepada target utamanya. Namun selain penampilan fisik yang menarik SPG juga dibekali kemampuan berkomunikasi yang baik oleh perusahaan.

Kemampuan untuk dapat berkomunikasi secara efektif sangat dituntut pada SPG untuk dapat meyakinkan calon pembeli mengenai kegunaan dan manfaat produk yang ditawarkan, dan harus mampu berinteraksi dengan berbagai karakter konsumen yang berbeda-beda. Salah satu jenis perusahaan yang sering menggunakan jasa SPG dalam meningkatkan penjualannya yaitu perusahaan kecantikan seperti PT. Paragon Technology and Innovation adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik. PT. Paragon Technology and Innovation memiliki beberapa brand seperti : Wardah, Zahra, dan Putri. Dengan pengalaman lebih dari 28 tahun, PT. Paragon Technology and Innovation telah membawa Wardah sebagai brand lokal di Indonesia (<https://www.paragon-innovation.com>).

Wardah adalah salah satu kosmetik asli Indonesia yang secara khusus untuk wanita-wanita muslimah dan secara umum untuk seluruh wanita yang ingin memakai kosmetik yang aman dan tidak mengandung bahan berbahaya serta bersertifikasi halal. Walaupun buatan dalam negeri, kualitas Wardah tidak kalah dengan produk kosmetik dan perawatan dari luar negeri. Wardah memiliki varian mulai dari berbagai produk perawatan rambut, perawatan kulit, dan produk kecantikan yang dikategorikan ke dalam Wardah Beauty Care, diperuntukan kepada wanita yang senang merawat kecantikan wajahnya,

Wardah berkomitmen mengedepankan kualitas dalam mendukung wanita agar tampil cantik sesuai dengan karakternya masing-masing. Kosmetik tidak hanya untuk tubuh akan tetapi juga untuk jiwa. Wardah kosmetik mendorong setiap wanita untuk senantiasa percaya diri dan peduli terhadap sesama yang terkenal sebagai “Kecantikan yang Menginspirasi”, produk yang berkualitas serta sesuai dengan keinginan konsumen merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Mengingat target utama dari perusahaan ini adalah wanita maka untuk sampai ke target utamanya peran Sales Promotion Girl atau SPG sangat diperlukan untuk menarik minat dan sebagai penghubung untuk memasarkan produk yang dijual kepada calon konsumen. Pada perusahaan tersebut tenaga sales sangat berperan penting dalam mensosialisasikan dan memasarkan produk kepada masyarakat. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan berinteraksi langsung dengan konsumen.

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan *Sales Promotion Girl* pada produk Wardah Beauty Care ?
2. Bagaimana *Sales Promotion Girl* dalam mempromosikan produk ?
3. Bagaimana cara *Sales Promotion Girl* dalam menarik dan meyakinkan minat konsumen?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan selama Tiga bulan, dimulai tanggal 5 Februari 2019 – 3 Mei 2019 dengan lokasi di Grand Savero Hotel Bogor, Jl.Raya Pajajaran No.27 - Kota Bogor. Pengumpulan data dilakukan melalui proses observasi dan wawancara dengan pihak terkait. Data penelitian dianalisis dengan metode triangulasi untuk kemudian diuraikan dengan metode deskriptif kualitatif untuk dapat menjawab tujuan penelitian secara komprehensif yang menghubungkan teori dengan fakta atau implementasi yang terdapat pada obyek penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peranan Sales Promotion Girl Pada Produk Wardah Beauty Care**

Setiap perusahaan yang menggunakan jasa SPG dalam memasarkan produknya, pasti memiliki peranan yang berbeda-beda, seperti halnya PT.Paragon Technology and Innovation ini yang menggunakan jasa SPG dalam menjual produknya langsung kepada

konsumen, sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Meskipun mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk menawarkan, mempromosikan, dan menjual produk perusahaan langsung kepada konsumen.

Di dalam teori dijelaskan bahwa peranan seorang SPG adalah sebagai berikut :

- a. Menarik pengunjung untuk berkunjung ke stand.
- b. Menawarkan produk.
- c. Menebak kebutuhan pelanggan dan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan.
- d. Menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani complain dari pelanggan dengan baik.
- e. Menginformasikan kualitas produk sampai dengan cara perawatan atau penggunaannya kepada pelanggan.
- f. Melaksanakan standar pelayanan dengan baik.

Dalam pembahasan ini, penulis melakukan perbandingan antara teori yang didapat selama kuliah dengan survey di lingkungan atau counter tempat bekerja SPG. Penulis akan membahas bagaimana peranan SPG pada produk wardah beauty care.

Adapun peranan SPG wardah ini berdasarkan teori yaitu :

- a. Mengajak pengunjung untuk datang ke stand.  
Sering kali di sebuah mall atau ketika ada event tertentu banyak konsumen yang datang ke counter atau stand wardah, untuk melihat produk yang di display. Tetapi tidak sedikit juga konsumen hanya melihat dari kejauhan. SPG wardah ini dalam menarik pengunjung untuk datang ke stand yaitu dengan menawarkan produk, ketika konsumen sudah tertarik, SPG wardah ini membawa konsumen ke counter atau stand untuk melihat beberapa produk lainnya dan mencoba *sample product* yang telah disediakan oleh perusahaan untuk dicoba secara gratis.
- b. Menawarkan produk  
Tugas utama seorang SPG yaitu menawarkan produk, seperti SPG wardah ini menawarkan produk perusahaan kepada target utamanya yaitu wanita, produk yang biasa ditawarkan kepada konsumen yaitu lipstik, bedak, facial wash dan produk kecantikan lainnya. Biasanya saat menawarkan produk SPG melakukannya ketika awal proses penjualan tetapi selain menawarkan produk saat awal proses penjualan, SPG wardah ini sering menawarkan produk lainnya setelah konsumen melakukan pembelian atau diakhir proses penjualan.
- c. Menebak kebutuhan pelanggan dan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan  
Setiap atau saat konsumen mendatangi counter, konsumen menginginkan sesuatu yaitu dengan meminta SPG untuk memenuhi apa yang konsumen butuhkan. Tetapi sering terjadi konsumen menyampaikan kepada SPG mengenai masalah yang dialami dan meminta produk yang cocok untuk masalah tersebut.
- d. Menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani complain dari pelanggan dengan baik  
Konsumen sering mengajukan pertanyaan mengenai produk, sebagai seorang SPG harus bisa menjawab pertanyaan tersebut dengan benar. Seperti halnya SPG wardah ini sering diajukan pertanyaan oleh konsumen, maka dari itu SPG wardah ini menjawab pertanyaan tersebut dengan pengetahuannya mengenai produk perusahaan. serta tidak jarang juga konsumen melakukan complain, sebagai seorang SPG harus bisa menanganinya dengan mendengarkan, meminta maaf dan memastikan kepada konsumen agar kesalahan yang di alami konsumen tidak akan terulang lagi
- e. Menginformasikan kualitas produk sampai dengan cara perawatan atau penggunaannya  
SPG wardah ini selalu menginformasikan atau memberikan informasi kepada konsumen mengenai kualitas dan keunggulan proudknya dibandingkan pesaing, tujuannya agar konsumen percaya terhadap produk perusahaan. Serta ketika konsumen sudah membeli produk, SPG wardah ini memberikan informasi kepada konsumen mengenai cara penggunaan produk yang dibelinya.
- f. Melaksanakan standar pelayanan dengan baik

Setiap perusahaan baik dibidang barang maupun jasa sudah dipastikan memiliki standar pelayanan yang baik, yang telah ditetapkan oleh perusahaan, walaupun standar pelayanan tersebut berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

Seperti SPG wardah ini dituntut untuk melakukan standar pelayanan yang baik, yang telah ditentukan oleh perusahaan dalam melayani konsumennya.

### **Peran Sales Promotion Girl Dalam Mempromosikan Produk**

Di dalam teori dijelaskan bahwa salah satu bentuk promosi adalah *personal selling*, yaitu komunikasi langsung tatap muka *person-to-person* antara penjual dengan calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba dan membelinya. Dalam *personal selling* pasti dibutuhkan tenaga kerja yang bertugas sebagai pemberi informasi langsung (*person-to-person*) kepada calon pelanggan, salah satunya yaitu dengan menggunakan SPG (*Sales Promotion Girl*) adalah perempuan dengan kriteria tertentu yang direkrut oleh suatu perusahaan, yang tugasnya mempromosikan dan memberikan informasi secara langsung kepada konsumen mengenai produk yang dijual. Dan salah satu tugas SPG yaitu mempromosikan dan memberikan informasi mengenai produk yang bertujuan agar calon pelanggan bisa mengetahui dan paham mengenai produk, manfaat, dan cara penggunaannya yang kemungkinan akan berakhir kepada pembelian produk. Serta di dalam teori pun dijelaskan bahwa tujuan promosi menurut Freddy Rangkuti (2009) yaitu :

- a. Memodifikasi Tingkah Laku
- b. Memberitahu
- c. Membujuk
- d. Mengingat

Dalam pembahasan ini, penulis melakukan perbandingan antara teori yang didapat selama kuliah dengan survey dilingkungan atau counter tempat berkerja SPG. Penulis akan membahas bagaimana SPG wardah ini dalam mempromosikan produk.

Peran *sales promotion girl* dalam mempromosikan produk wardah beauty care kepada calon pelanggannya yang terutama adalah wanita yaitu dengan membawa produk yang dijual kepada konsumen. Kegiatan tersebut dilakukan oleh seorang SPG yang telah ditugaskan oleh perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk langsung kepada konsumen sarasannya. Biasanya kegiatan promosi ini dilakukan saat ada produk baru yang dikeluarkan oleh perusahaan tujuannya agar, konsumen mengetahui mengenai produk tersebut. Bukan hanya saat ada produk baru saja, tetapi produk yang lama pun ikut dipromosikan kembali, agar produk yang sudah lama dikeluarkan oleh perusahaan tidak dilupakan oleh konsumen. Selain itu kegiatan promosi ini dilakukan saat ada calon pelanggan baru yang awalnya belum pernah menggunakan produk dari perusahaan sehingga dengan promosi yang dilakukan SPG, calon konsumen yang baru bisa tertarik menggunakan produk perusahaan. Biasanya SPG ini melakukan promosi di dalam sebuah mall atau tempat perbelanjaan yang banyak dikunjungi oleh banyak orang, selain itu biasanya SPG ini melakukan kegiatan promosi ketika ada event atau acara-acara tertentu. Kegiatan promosi yang dilakukan SPG ini bertujuan agar produk dikenal oleh masyarakat luas dengan cara presentasi produk yaitu dimana menjelaskan secara rinci mengenai produk, seperti kegunaan produk, cara penggunaannya, serta keunggulan produk dibandingkan yang lainnya, selain itu dengan melakukan presentasi promosi, misalnya jika saat ini produk yang ditawarkan oleh SPG sedang ada diskon, turun harga, ataupun mendapatkan hadiah jika melakukan pembelian, semua informasi tersebut harus disampaikan kepada konsumen.

Adapun tujuan promosi yang dilakukan SPG ini yaitu sesuai dengan pembahasan menurut Feddy Rangkuti (2009) mengenai tujuan promosi, yaitu :

- a. Memodifikasi Tingkah Laku

Setiap konsumen pasti memiliki kebiasaan menggunakan atau mengkonsumsi produk berbeda-beda, maka dari itu kegiatan promosi yang dilakukan oleh SPG wardah ini bertujuan untuk memodifikasi atau mengubah tingkah laku konsumen terutama untuk penggunaan produk. Karena ada beberapa konsumen yang tidak

pernah menggunakan produk wardah ini, namun setelah dilakukan kegiatan promosi konsumen mulai menggunakan produk.

- b. Memberitahu  
Salah satu tujuan dari promosi adalah untuk memberitahu konsumen mengenai produk maupun perusahaan. Terutama saat ada produk baru yang dikeluarkan oleh perusahaan (*Launching*), sudah dipastikan belum terlalu banyak orang atau masyarakat yang mengetahui walaupun sudah melakukan promosi melalui iklan atau media lainnya. Seperti halnya yang dilakukan SPG wardah ini, yaitu ketika ada produk baru yang dikeluarkan perusahaan, maka SPG akan mempromosikan kepada perorangan agar SPG dapat memberikan informasi mengenai produk.
- c. Membujuk  
Tujuan promosi ini sebenarnya sangat tidak disukai oleh konsumen, karena terkesan memaksa konsumen untuk membeli produk. Tetapi dengan cara yang benar konsumen tidak akan merasa dipaksa untuk membeli produk. Kegiatan membujuk ini sering dilakukan oleh SPG, terutama SPG wardah dengan tujuan agar konsumen mau membeli produk.
- d. Mengingat  
Tujuan promosi ini juga sering dilakukan oleh SPG wardah maupun perusahaan untuk selalu mengingatkan konsumen mengenai keberadaan produk maupun perusahaan. Adapun cara yang dilakukan perusahaan untuk mengingatkan konsumen tentang keberadaan produk yaitu melalui iklan di televisi, media sosial, atau media lainnya. Tujuannya agar perusahaan dapat mengingatkan kesemua konsumen.

#### **Cara Sales Promotion Girl Dalam Menarik Dan Meyakinkan Minat Konsumen**

Seorang SPG harus bisa menarik dan meyakinkan minat calon pelanggan. Karena jika seorang SPG sudah menarik kemudian meyakinkan minat calon pelanggan maka kemungkinan besar akan berakhir kepada pembelian.

Didalam teori dijelaskan bahwa seorang SPG harus memiliki penampilan dan performance yang baik, yang dimana penampilan seorang SPG tersebut bisa meyakinkan calon pelanggan, selain itu produk yang ditawarkan atau dijual harus terbukti kegunaan dan manfaatnya.

Dalam pembahasan ini, penulis melakukan perbandingan antara teori yang didapat selama kuliah dengan survey di lingkungan atau counter tempat berkerja SPG. Penulis akan membahas bagaimana cara SPG dalam menarik dan meyakinkan minat konsumennya yaitu dengan :

- a. Berpenampilan yang baik sesuai standar perusahaan yang berlaku  
Setiap perusahaan tentunya memiliki standar berpenampilan dan grooming yang telah ditentukan oleh perusahaan. Misalnya menggunakan seragam yang ditentukan oleh perusahaan. Selain sebagai persyaratan menjadi seorang SPG, berpenampilan yang baik sesuai standar memberi kesan tersendiri kepada konsumen, karena ketika konsumen melihat SPG tersebut memberikan kesan dibenak konsumen bahwa SPG tersebut merupakan tenaga kerja yang tugaskan oleh perusahaan.
- b. Display produk  
Kegiatan mendisplay produk bisa dilakukan untuk menarik perhatian konsumen, karena ketika seorang SPG mendisplay produk dan menatanya dengan rapih, konsumen yang berminat pasti akan melirik untuk sekedar melihat produk yang didisplay bahkan tidak sedikit untuk membeli.
- c. Presentasi produk  
Selain sebagai salah satu bentuk promosi, kegiatan presentasi produk ini bisa digunakan untuk menarik dan meyakinkan minat konsumen. Terutama ketika SPG menjelaskan mengenai manfaat dan keunggulan produk dibandingkan pesaing, merupakan point yang sangat penting dalam meyakinkan dan menarik minat konsumen.
- d. Dengan promosi

Kegiatan promosi pasti sangat disukai oleh semua orang, terutama wanita. Biasanya kegiatan promosi ini seperti pemberian diskon atau potongan harga, memberikan hadiah bisa berupa mug atau biasanya *goodybag*. Seperti halnya produk lain, produk wardah ini juga sering mengadakan diskon, terutama saat kondisi barang sedang didisplay dan disandingkan dengan diskon, sudah pasti konsumen tertarik walaupun hanya sekedar melihatnya.

Selain itu cara yang dilakukan SPG untuk meyakinkan konsumen mengenai produknya dengan cara memberikan informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produknya terutama dibandingkan dengan pesaing, selain itu SPG ini memberikan informasi mengenai manfaat yang akan didapatkan atau dirasakan konsumen ketika menggunakan produk yang dijual perusahaan.

## PENUTUP

Dapat ditarik kesimpulan bahwa peranan SPG atau Sales Promotion Girl sangatlah penting, karena dengan SPG, produk bisa sampai kepada calon pelanggan. Begitu pula dengan SPG wardah yang berperan sebagai tenaga penjual yang langsung mempromosikan dan menyampaikan informasi mengenai produk langsung kepada konsumennya. Adapun kesimpulan yang diperoleh, bahwa peranan *Sales Promotion Girl* pada prodduk wardah ini adalah :

- a. Mengajak pengunjung untuk datang ke stand.
- b. Menawarkan produk.
- c. Menebak kebutuhan pelanggan dan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan.
- d. Menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani complain dari pelanggan dengan baik.
- e. Menginformasikan kualitas produk sampai dengan cara perawatan atau penggunaannya kepada pelanggan.
- f. Melaksanakan standar pelayanan dengan baik.

Selain itu SPG wardah ini sering melakukan kegiatan promosi yaitu dengan presentasi produk dan presentasi promosi. Serta menarik dan meyakinkan minat konsumen dengan cara display produk, berpenampilan yang baik sesuai standar perusahaan yang berlaku dan promosi. SPG pun berperan sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dengan pelanggan.

SPG pun mempermudah pelanggan memperoleh informasi mengenai produk, seperti manfaat, kegunaan, serta keunggulan produk. Selain berperan penting terhadap pelanggan, SPG juga sangat berperan penting terhadap perusahaan, karena dengan SPG tujuan utama perusahaan dapat tercapai yaitu produk dikenal oleh masyarakat luas dan perusahaan mencapai target penjualan yang maksimal.

Peranan Sales Promotion Girl ini sudah dipastikan sangat dibutuhkan, walaupun suatu perusahaan yang memproduksi produk tersebut sudah banyak dikenal oleh masyarakat, tetapi peranan SPG ini bukan hanya memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, tetapi SPG juga bertugas sebagai penghubung antara perusahaan dengan konsumen. Karena jika tidak ada peranan SPG, perusahaan tidak mungkin bisa mencapai secara langsung yang menjadi target utama perusahaan. Mengingat target utama dari perusahaan ini adalah wanita, maka peranan SPG sangat diperlukan sekali untuk menarik minat konsumen dan sebagai penghubung untuk memasarkan produk yang dijual langsung kepada konsumen sarasanya.

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan penulis untuk perusahaan yaitu :

- a. Harus sering melakukan pelatihan kepada SPG  
Karena sering terjadi complain akibat SPG kurang melakukan pelayanan yang baik di lingkungan kerja atau ketika melayani konsumen.
- b. Melakukan pengecekan barang  
Untuk mengurangi adanya barang yang rusak atau kondisinya yang kurang baik dan adanya barang yang melewati batas *explayed*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budi, Setia, Irawan, Hengki. 2010. Resep Cempleng Salesman. Jakarta: Gramedia.
- [2] Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran : Sari Kuliah. Cetakan 1. Bandung.
- [3] Dina, H.M.R., Fadillah, A. and Purnama, D., 2021. Implementasi Personal Selling Pada Wardah Kosmetik. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), pp.51-60.
- [4] Fadillah, A., 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), pp.1-8.
- [5] Halim, Kristian. 2017. Tinjauan atas Personal Selling. Bogor.
- [6] Hariadi, R.D. and Sulistiono, S., 2021. Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online OLX. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), pp.1-12.
- [7] Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- [8] Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid 12. Indeks: Jakarta.
- [9] Kotler, Philip, dan Keller. k.l.2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- [10] Kristanto. Jajat. 2011. Manajemen Pemasaran Internasional PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- [11] Munawar, A., Sanim, B., Manurung, A.H. and Achsani, N.A., 2011. PENGUJIAN PECKING ORDER PADA PERUSAHAAN PERKEBUNAN DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 11(2).
- [12] Nurendah, Y., Morita, M. and Tabita, N., 2021, December. STRATEGIES OF IMPROVING THE PERFORMANCE AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF SMEs IN TECHNOLOGY-BASED PACKAGING INNOVATION AND MARKETING TO STIMULATE THE DEVELOPMENT OF SMEs PRODUCTS IN BOGOR. In *International Conference on Global Optimization and Its Applications 2021* (pp. 14-14).
- [13] Purba, J.H.V., 2020. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen Dengan Analisa Data Panel Pada Multi-Bisnis Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2017. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(1), pp.15-27.
- [14] Runaldy, Jihan. 2016. Tinjauan atas Sales Promotion Girl (studi kasus pada PT. Sayap Mas Utama). Bogor.
- [15] Sopiah, dan Sangadji. 2016. Salesmanship (Kepenjualan). Malang: Bumi Aksara.
- [16] Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta. Andi.
- [17] Tjiptono, Fandy, dan Chandra Gregorius. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.
- [18] Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi promosi yang kreatif dan Analisa kasus integrated marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.