

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 membuat hampir membuat seluruh bidang ‘terpaksa’ memanfaatkan teknologi sepenuhnya untuk tetap menjalankan aktivitas. Khususnya dalam pendidikan, pendidikan menjadi salah satu bidang yang harus diperhatikan keberlangsungannya karena kegiatan belajar-mengajar ini tidak boleh sampai berhenti, sehingga kegiatan tersebut harus dilakukan secara daring dan banyak sekolah yang belum memiliki LMS pribadi. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena metode kualitatif bersifat elaboratif dimana penelitian ini akan lebih detail dan mendalam. Data dalam penelitian ini juga dijabarkan secara deskriptif dan objek penelitian memiliki jumlah yang sedikit sehingga lebih mengedepankan kedalaman data dibanding kuantitas. Dalam tahap pengumpulan data melalui wawancara dan observasi yang dilakukan, setelah variabel ditentukan peneliti mendapatkan teori sub-variabel dan indikator yang menjadi acuan dalam membuat daftar pertanyaan untuk wawancara seperti yang tertera pada bab sebelumnya, kemudian dilakukan pengumpulan data dan melakukan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti untuk dapat menganalisis penerapan *personal selling* pada produk Pijar Sekolah. Kesimpulan dari analisis penerapan *personal selling* pada promosi produk Aplikasi Pijar Sekolah sudah tepat karena sesuai dengan tujuh langkah *personal selling* yaitu: ‘memprospek dan mengkualifikasi’, ‘pra-pendekatan’, ‘pendekatan’, ‘presentasi’, ‘mengatasi keluhan’, ‘penutupan penjualan’, dan ‘menindak lanjuti’. Penulis mengetahui bagaimana penerapannya dan apa saja masalah yang ditemukan pada proses *personal selling* berdasarkan data hasil wawancara dan informasi yang didapat pada saat penelitian, adapun masalah yang terjadi adalah pada saat tahapan pendekatan, mengatasi keluhan dan penutupan penjualan.

Kata Kunci; *Personal Selling*, Promosi