

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang telah penulis lakukan terhadap *personal selling* pada PT. Surya Lestari Gemilang cabang Tangerang, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Personal selling*

Mayoritas responden dari para pelanggan PT. Surya Lestari Gemilang cabang Tangerang menyatakan wiraniaga perusahaan tersebut cukup sering memilih dan menilai prospek dalam proses penjualan di mana wiraniaga mengidentifikasi orang-orang yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial melalui sumber data berupa buku telepon, relasi, dan berdiri pada stand pameran dagang yang dibangun perusahaan. Dari segi pra-pendekatan, sebagian besar responden atau pelanggan perusahaan tersebut mengatakan bahwa wiraniaga perusahaan tersebut lebih sering menggunakan telepon untuk mengenai pelanggan mereka dari pada menggunakan pra-pendekatan lain seperti melalui *e-mail*, faks, surat maupun kunjungan. Dari segi pendekatan, responden menyatakan wiraniaga perusahaan tersebut sering mendengarkan dan memahami kebutuhannya secara baik dan cukup sering menunjukkan perhatian kepada mereka atau pelanggan. Dari segi presentasi, mayoritas responden mengatakan wiraniaga perusahaan tersebut menyampaikan informasi tentang produk secara baik, dan menyakinkan mereka atau pelanggan untuk membeli meskipun para wiraniaga perusahaan tersebut belum pernah menggunakan peralatan berteknologi maju dalam melakukan presentasi.

Dari segi penanganan keberatan, para wiraniaga perusahaan tersebut memiliki tugas untuk menangani keberatan atau masalah para pelanggan terhadap produk. Mayoritas responden terhadap wiraniaga perusahaan ini tentang penanganan keberatan terhadap pelanggannya cukup baik karena wiraniaga perusahaan ini cukup sering meminta dan menjelaskan keberatan pelanggan, serta mengubah keberatan calon pelanggan sebagai alasan untuk membeli. Dari segi penutupan penjualan, para responden mengatakan bahwa wiraniaga perusahaan ini jarang mengenali tanda-tanda untuk menutup penjualan melalui tindakan fisik pelanggan akan tetapi mereka cukup sering mengenali tanda-tanda untuk penjualan melalui pertanyaan, pernyataan/komentar yang diajukan dari pelanggannya. Dari segi tindak lanjut, para responden menyatakan wiraniaga perusahaan ini cukup sering memenuhi waktu pengiriman barang, dan untuk perkembangan mereka, para wiraniaga perusahaan ini cukup sering menggunakan telepon dan kunjungan kepada pelanggan untuk mengetahui perkembangan mereka.

2. Volume penjualan tahun 2008

Volume penjualan merupakan suatu tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan frekuensi laba yang semaksimal mungkin. Total volume penjualan tahun 2008 pada PT. Surya Lestari Gemilang cabang Tangerang mencapai Rp 1.745.418.000 (satu miliar tujuh ratus empat puluh lima juta empat ratus delapan belas ribu rupiah). Penulis meminta data perusahaan yakni volume penjualan tahun 2008 sebanyak seratus pelanggan. Masing-masing pelanggan memiliki volume pembelian yang berbeda-beda. Dari seratus pelanggan di antaranya satu pelanggan yang potensial dengan membeli produk paling maksimum di antara dari pelanggan lainnya yaitu PD. Sinar cemerlang dengan volume pembelian sebesar Rp 43.500.000 (empat puluh tiga juta lima ratus ribu rupiah). Sedangkan

pelanggan yang terburuk di antara dari seratus pelanggan lainnya adalah cempaka buah, di mana volume pembelian pada tahun 2008 hanya sebesar Rp 10.020.000 (sepuluh juta dua puluh ribu rupiah).

3. Pengaruh personal selling terhadap volume penjualan

Penelitian ini menunjukkan pengaruh personal selling terhadap volume penjualan pada tahun 2008 cukup lemah antara personal selling terhadap volume penjualan tahun 2008. Yang dikarenakan *prospecting and qualifying* menunjukkan hasil sig.(α) sebesar $0,247 > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh *prospecting and qualifying* terhadap volume penjualan pada tahun 2008. *Preapproach* menunjukkan hasil sig.(α) sebesar $0,074 > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh *preapproach* terhadap volume penjualan tahun 2008. *Approach* menunjukkan hasil sig.(α) sebesar $0,546 > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh *approach* terhadap volume penjualan tahun 2008. *Handling objections* menunjukkan hasil sig.(α) sebesar $0,001 < 0,05$ berarti ada pengaruh *handling objections* terhadap volume penjualan tahun 2008. *Closing* menunjukkan hasil sig.(α) sebesar $0,099 > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh *closing* terhadap volume penjualan 2008. *Follow up* menunjukkan hasil sig(α) sebesar $0,214 > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh *follow up* terhadap volume penjualan tahun 2008. Jadi, berdasarkan beberapa proses penjualan maka dapat disimpulkan bahwa hanya *handling objections* yang berpengaruh terhadap volume penjualan tahun 2008.

5.2 Implikasi manajerial

1. Untuk memilih dan menilai prospek, sebaiknya perusahaan dapat memilih pelanggan yang potensial setelah itu perusahaan dapat memberikan suatu dorongan khusus berupa hadiah atau harga khusus kepada pelanggan potensial tersebut.
2. Untuk pra-pendekatan, sebaiknya wiraniaga melakukan kunjungan langsung kepada pelanggan untuk melakukan proses penjualan.
3. Untuk pendekatan, sebaiknya wiraniaga dan perusahaan menunjukkan perhatian kepada pelanggan dan memahami kebutuhan mereka secara baik.
4. Untuk presentasi, sebaiknya wiraniaga menyampaikan informasi tentang produk secara baik dan perusahaan dapat memberikan suatu peralatan berteknologi maju kepada wiraniaga agar pada saat melakukan presentasi terlihat menarik pada pelanggan.
5. Untuk penanganan keberatan, sebaiknya wiraniaga mengatasi keberatan pelanggan karena merek yang belum mapan, harga, jadwal pengiriman, jangka waktu syarat pembayaran serta mengubah keberatan pelanggan menjadi suatu alasan pelanggan untuk membeli.
6. Untuk penutupan penjualan, sebaiknya wiraniaga mengenali tanda-tanda untuk menutup penjualan melalui pernyataan/komentar dan pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan.
7. Untuk tindak lanjut, sebaiknya wiraniaga melakukan kunjungan langsung kepada pelanggan untuk mengetahui perkembangan mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Karena instrument penelitian belum mapan dikarenakan peneliti baru menentukan variabel setelah hasil penelitian mengenai hasil validitas dan reliabilitas sidapat serta peneliti hanya meneliti pada pelanggan PT. Surya Lestari Gemilang cabang Tangerang. Untuk itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti di lingkungan yang lebih luas.