

## Bab V

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam bab-bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *personal selling* yang dilaksanakan oleh PT Stockindo Kurnia Lestari telah cukup baik. Tetapi ada beberapa kelemahan dari pelaksanaan *personal selling* sebagai berikut :

- Seleksi yang tidak tepat karena adanya faktor koneksi dari calon salesman dengan staff lama dari perusahaan sendiri, sehingga semangat kerja yang tinggi, giat dan pantang menyerah kurang dipenuhi, serta kompetisi yang positif diantara para *salesman* menjadi berkurang.
- Kurangnya *training* yang dilakukan oleh perusahaan, karena pada saat ini *training* yang dilakukan hanya sekali pada awal penerimaan *salesman* saja sehingga keterampilan *salesman* tidak diperbaharui lagi setelah beberapa waktu kemudian dan andai adapun tidak seintensif pada waktu permulaan dan cenderung hanya sebagai pemberitahuan saja tentang produk baru atau pengembangan produk.

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- Cara pengembangan produk yang dilakukan PT. Stockindo Kurnia Lestari adalah :
  - Modifikasi produk yang sudah ada.
  - Membuat produk baru.
  - Meniru produk pesaing.
- Faktor - faktor yang menghambat pengembangan produk PT. Stockindo Kurnia Lestari antara lain :
  - Kekurangan ide produk baru.
  - Pasar yang terbagi - bagi.
  - Mahalnya proses pengembangan produk.
  - Kekurangan modal.

2. Melihat hasil pengolahan tabel volume penjualan dengan rumus *Multiple Regression personal selling* dan Pengembangan Produk ternyata sangat berpengaruh sekali terhadap volume penjualan PT Stockindo Kurnia Lestari, karena itu seharusnya *personal selling* dan Pengembangan Produk ini betul-betul diperhatikan untuk meningkatkan volume penjualan khususnya dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat pada saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 99,30% yang berarti besarnya peranan *personal selling* dan Pengembangan Produk dalam meningkatkan volume penjualan produk di PT Stockindo

Kurnia Lestari adalah sebesar 99,30% sedangkan sisanya sebesar 0,70% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar *personal selling* dan kesahihannya telah dibuktikan dengan statistik *t*

$$Y = -748744052.936 + 13322 X_1 + 354840 X_2$$

Dimana :

$a$  = besar jumlah produk yang terjual untuk tiap unit biaya *personal selling*.

$b_1$  = besarnya kenaikan/penurunan volume penjualan (dalam satuan ribuan rupiah), jika  $X_1$  naik/turun satu satuan dan  $X_2$  konstan.

$b_2$  = besarnya kenaikan/penurunan volume penjualan (dalam satuan rupiah), jika  $X_2$  naik/turun satu satuan dan  $X_1$  konstan.

$X_1$  = biaya pengembangan produk (dalam satuan ribuan rupiah)

$X_2$  = biaya *personal selling* (dalam satuan ribuan rupiah)

$Y$  = volume penjualan (dalam satuan ribuan rupiah)

## 5.2 Saran

Dalam upaya membantu perusahaan mengatasi masalah-masalahnya, maka penulis mencoba untuk memberikan saran yang kiranya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam tindak lanjut perbaikan perusahaan. Adapun bentuk saran yang diajukan dapat diperinci sebagai berikut :

1. PT Stockindo Kurnia Lestari perlu melakukan seleksi yang lebih ketat terhadap *salesman*, jangan sampai karena pengaruh koneksi yang lebih

diutamakan perusahaan, lalu syarat-syarat lainnya diabaikan. Akibatnya persaingan diantara *salesman* untuk mencapai target yang lebih tinggi menjadi terabaikan padahal peluang pasar masih terbuka besar.

2. PT Stockindo Kurnia Lestari hendaknya mempertimbangkan untuk mengadakan *training* yang lebih teratur secara berkala untuk meningkatkan dan memperbaharui kemampuan *salesman* dalam melakukan penjualan. *Training* yang diberikan dapat berupa mengenai *salesmanship* apabila pelatihan tentang *salesmanship* di dalam perusahaan kurang memadai perusahaan dapat mengirim salesman untuk mengikuti pelatihan tentang *salesmanship* di luar perusahaan yang diadakan oleh lembaga pendidikan tertentu. Selain itu pengetahuan tentang produk juga perlu diberikan, baik itu untuk produk sendiri maupun produk kompetitor sehingga *salesman* dapat menunjukkan hasil perbandingan hasil *test* produk dengan benar. Dalam *training* ini sebaiknya dipertimbangkan juga teknik pelatihan *On The Job Training*, agar salesman mengetahui cara penanganan penjualan yang baik dan benar dan *sales* manajer dapat mengevaluasi kemampuan dari masing-masing *salesman*, karena *sales* manajer dapat melihat langsung cara kerja *salesman*.
3. Berdasarkan data PT. Stockindo Kurnia Lestari yang telah diolah, biaya pengembangan produk memberikan peranan yang cukup besar dan positif bagi penjualan perusahaan. Oleh sebab itu, sebaiknya perusahaan harus bisa melakukan pengembangan produk dengan lebih baik lagi di masa yang akan datang atau bisa juga dengan memilih strategi pemasaran

lainnya yang lebih tepat guna mencapai volume penjualan yang lebih tinggi.

4. PT.Stockindo Kurnia Lestari harus lebih inovatif lagi dalam melakukan pengembangan produk dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualan lebih besar lagi agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.
5. PT.Stockindo Kurnia Lestari harus lebih sering lagi melakukan pengembangan produk agar tidak tertinggal oleh perusahaan lain yang sejenis dalam memasarkan produknya.
6. PT.Stockindo Kurnia Lestari harus berani mengalokasikan dana yang lebih besar lagi untuk biaya pengembangan produk agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.