

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Proses pelaksanaan personal selling pada PT. Panel Asri Perkasa terhadap pelanggannya telah dilakukan dengan baik. Hal ini terlihat dari jawaban pelanggan terhadap kemampuan salesman PT. Panel Asri Perkasa 83,33% mencari prospek dan mengkualifikasikan, pendekatan awal sebesar 77,27%, pendekatan sebesar 95,46%, presentasi dan demonstrasi sebesar 81,81%, mengatasi keberatan 82,82%, menutup penjualan sebesar 86,86%, tindak lanjut dan pemeliharaan sebesar 78,79%
2. Volume penjualan PT. Panel Asri Perkasa pada tahun 2000 – 2004 adalah sebagai berikut :

Tahun	Volume Penjualan (dalam miliar rupiah)	Target (dalam miliar rupiah)
2000	3,470	3,5
2001	3,515	3,5
2002	3,505	3,5
2003	3,600	3,5
2004	3,510	3,5

Kondisi diatas menunjukkan bahwa penjualan pada PT. Panel Asri Perkasa telah mencapai target yang telah ditetapkan, kecuali pada tahun 2000 yang volume penjualannya tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

3. Pengaruh pelaksanaan personal selling terhadap volume penjualan adalah sebagai berikut :

- Hubungan antara pelaksanaan personal selling dengan volume penjualan PT. Panel Asri Perkasa ditunjukkan dengan adanya korelasi antara personal selling dengan volume penjualan yaitu analisa koefisien korelasi = 0,841. Hal ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel dan kedua hubungan tersebut kuat menuju sempurna.
- Dari analisa determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi antara pelaksanaan personal selling terhadap volume penjualan adalah 70,73%, artinya pengaruh pelaksanaan personal selling terhadap volume penjualan adalah 70,73%, sedangkan sisanya 29,27% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar pelaksanaan personal selling.
- Berdasarkan perhitungan statistik yang dilakukan dengan uji hipotesis dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan hasil perolehan sebesar $16,153 > 1,6955$ pada tingkat $\alpha = 5\%$, berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti pelaksanaan personal selling yang dilaksanakan PT. Panel Asri Perkasa memiliki pengaruh searah positif terhadap peningkatan volume penjualan.

5.2 Saran

Dari koefisiensi determinasi antara pendekatan personal selling dan volume penjualan, masih terdapat faktor lain sebesar 29,27% yang juga mempengaruhi

volume penjualan selain pelaksanaan personal selling pada PT. Panel Asri Perkasa, seperti produk, tempat, harga atau bauran promosi lainnya.

- Produk

PT. Panel Asri Perkasa harus dapat menyesuaikan produknya terhadap kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Selain itu PT. Panel Asri Perkasa juga harus melakukan pengembangan produknya secara terus - menerus sesuai dengan perkembangan teknologi dengan kualitas produk yang baik agar konsumen tidak mengalami kejenuhan.

- Tempat

PT. Panel Asri Perkasa harus dapat mempertahankan dan terus mencari tempat yang strategis dalam memasarkan produknya seperti tempat yang sekarang dimilikinya. Tempat PT. Panel Asri Perkasa dalam memasarkan produknya sangat strategis, karena itu tempat tersebut harus dipertahankan. PT. Panel Asri Perkasa terletak di lokasi yang dekat kampus, dekat pusat perbelanjaan, dekat perumahan, dan dekat dengan jalan tol.

- Harga

PT. Panel Asri Perkasa harus dapat menentukan harga yang sesuai dengan pasar sasaran yang telah ditentukan, agar harga tersebut dapat terjangkau oleh konsumen dan harga tersebut dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis di pasar.

- Bauran Promosi lainnya

PT. Panel Asri Perkasa harus melakukan bauran promosi lainnya seperti pemasangan iklan, promosi penjualan. Iklan yang dipasang harus menarik dan harus di tempat yang strategis agar banyak konsumen dapat mengetahui dan tertarik pada produk tersebut. PT. Panel Asri Perkasa harus melakukan promosi penjualan seperti potongan harga, hadiah agar konsumen tertarik dan merasa tidak rugi untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Untuk itu disarankan adanya penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara product, price, place, atau bauran promosi lainnya dengan volume penjualan PT. Panel Asri Perkasa.