

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap *staff marketing* PT.MIF Kota Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka terdapat 9 kompetensi dari *Generic Competency Model for Salespeople* (Spencer & Spencer) dengan urutan berdasarkan kompetensi yang penting dan sering dilakukan, yaitu *Customer Service Orientation, Relationship Building, Impact and Influence, Achievement Orientation, Technical Expertise, Interpersonal Understanding, Information Seeking, Self-Confidence, dan Initiative*.
2. Kompetensi yang memiliki skor tingkat kepentingan dan frekuensi tertinggi adalah *Customer Service Orientation* (5,52). Pelayanan merupakan hal yang penting dan sering dilakukan dalam melakukan penjualan produk investasi. Hal ini dapat membuat konsumen dan calon konsumen yang potensial akan merasa nyaman dan tidak ragu untuk melakukan investasi pada perusahaan.
3. Kompetensi yang memiliki skor tingkat kepentingan dan frekuensi terendah adalah *initiative* (4,21). Hal ini masih dianggap penting oleh *staff marketing* dalam melakukan pekerjaan sehari-hari, namun perlu penghayatan lebih untuk selalu melakukannya sehingga tidak bergantung kepada atasan dalam mengatasi situasi yang memerlukan keputusan secara cepat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dan dengan menyadari banyak keterbatasan pada hasil penelitian yang dilakukan, maka disarankan :

### 5.2.1 Kegunaan Ilmiah

1. Melakukan penelitian lanjutan mengenai model kompetensi pada *staff marketing* perusahaan investasi berjangka lainnya atau bidang usaha yang sejenis.
2. Melakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan hasil penelitian guna melihat efektifitas dan efisiensi dair *staff marketing* PT. MIF Kota Bandung maupun perusahaan sejenis untuk dijadikan landasan rekrutmen.
3. Melakukan wawancara secara mendalam dengan observasi kepada subjek penelitian guna mempertajam hasil penelitian.

### 5.2.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi pimpinan atau pihak manajemen PT. MIF Kota Bandung untuk dapat melakukan seleksi *staff marketing* yang disesuaikan dengan model kompetensi yang telah ditetapkan.
2. Bagi *staff marketing*, melalui data yang didapatkan bisa dijadikan sebagai rujukan untuk meningkatkan performansi kerja dan sebagai *feedback* bagi *staff marketing* sehingga dapat meningkatkan kinerja lebih baik lagi.

3. Bagi *staff marketing*, disarankan selalu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sesuai dengan tuntutan kompetensi yang penting dan sering dilakukan.