

BAB IV

PEMBAHASAN

Restoran Taman Pringsewu Jogja merupakan salah satu restoran yang mengedepankan kualitas layanan dan cita rasa makanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Dalam memasarkan layanan dan menjangkau target pasar, Restoran Taman Pringsewu Jogja menggunakan strategi salah satunya strategi *personal selling* yang berfokus pada interaksi langsung dengan calon pelanggan. Berikut adalah penjelasan mengenai pelaksanaan, kendala, dan solusi yang dihadapi dalam penerapan strategi tersebut.

4.1 Pelaksanaan Strategi *Personal Selling* di Restoran Taman Pringsewu Jogja

Pelaksanaan strategi *personal selling* menjadi salah satu kunci keberhasilan Restoran Taman Pringsewu Jogja dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Melalui interaksi langsung antara tim *marketing* dan calon pelanggan, restoran ini dapat memahami kebutuhan konsumen secara lebih mendalam sekaligus membangun hubungan yang baik. Strategi ini dirancang dengan cermat melalui tahapan yang sistematis, mulai dari mencari prospek hingga tindak lanjut setelah penjualan. Setiap tahap dijalankan dengan tujuan memberikan pelayanan yang optimal, menjawab kebutuhan pelanggan, dan menciptakan pengalaman yang memuaskan. Hal ini dilakukan untuk memastikan pelanggan tidak hanya tertarik tetapi juga tetap loyal pada layanan yang diberikan. Adapun

penjelasan mengenai tahapan proses *personal selling* yang dilakukan seperti berikut:

1. Memilih dan Menilai Prospek (*Prospecting & Qualifying*)

Tim *marketing* Restoran Taman Pringsewu Jogja aktif mencari dan menilai calon pelanggan yang membutuhkan layanan catering, seperti instansi dinas yang sering mengadakan rapat atau kegiatan karyawan, universitas yang memerlukan paket makanan untuk seminar, pelatihan, atau kegiatan dosen, serta biro perjalanan wisata yang membutuhkan paket makanan untuk peserta tour atau rombongan wisata.

2. Pra Pendekatan (*Preapproach*)

Sebelum bertemu dengan calon pelanggan, tim *marketing* melakukan persiapan dengan mengumpulkan informasi terkait kegiatan yang akan diadakan. Misalnya, mencari tahu jadwal acara di universitas, seperti kapan diadakannya dies natalis, wisuda, dan ospek, selain itu juga mengidentifikasi jenis acara apa yang sering diadakan oleh instansi dinas, seperti rapat besar atau kegiatan *internal* yang membutuhkan layanan *catering*.

3. Pendekatan (*Approach*)

Pada tahap ini, tim *marketing* mulai berinteraksi dengan calon pelanggan dengan mengatur pertemuan langsung untuk menyampaikan penawaran. Tim juga membawa proposal atau brosur yang mencakup informasi lengkap tentang menu, paket

layanan, dan harga. Setelah itu dimulai pembicaraan dengan ramah, sambil memperkenalkan Restoran Taman Pringsewu sebagai penyedia makanan berkualitas.

4. Presentasi (*Presentation*)

Pada tahap presentasi, tim *marketing* Restoran Taman Pringsewu Jogja menjelaskan secara rinci pilihan menu paket yang tersedia, termasuk paket makanan utama maupun pilihan lain seperti snack. Selain itu, mereka juga memberikan informasi terkait harga setiap paket. Penjelasan ini dilakukan dengan tujuan membantu pelanggan memahami layanan yang ditawarkan dan memberikan gambaran yang jelas tentang nilai yang akan mereka dapatkan.

5. Mengatasi Keberatan (*Handling Objection*)

Pada tahap ini, tim *marketing* Restoran Taman Pringsewu Jogja berusaha menjawab keraguan calon pelanggan dengan solusi yang tepat. Misalnya, jika ada keberatan soal harga, mereka akan menawarkan, memberikan atau menjelaskan solusi paket mana yang sesuai tanpa mengurangi kualitas. Untuk kekhawatiran pengantaran, tim menjelaskan sistem logistik yang menjamin makanan sampai tepat waktu. Agar lebih yakin, mereka juga menyediakan sesi *food testing* dan menunjukkan testimoni pelanggan sebagai bukti kualitas layanan.

6. Menutup Penjualan (*Closing*)

Pada tahap menutup penjualan, tim *marketing* Restoran Taman Pringsewu Jogja mendorong calon pelanggan untuk segera mengambil keputusan. Misalnya, mereka mengatakan, "Bagaimana Ibu/Bapak, apakah berminat? kami akan memastikan harga sesuai dan pengantaran bisa datang tepat waktu". Selain itu, apabila calon pelanggan siap memesan namun masih ada beberapa keraguan dan harus mempertimbangkan sesuatu terlebih dahulu, tim *marketing* akan mengatakan seperti, "Jika Bapak/Ibu sekiranya ada yang ingin ditanyakan, Bapak/Ibu bisa menghubungi nomor yang tertera dalam surat penawaran. Kami akan siap membantu." Pendekatan ini bertujuan untuk membuat pelanggan merasa yakin dan puas dengan pilihan mereka.

7. Tindak Lanjut (*Follow-Up*)

Pada tahap tindak lanjut, tim *marketing* Restoran Taman Pringsewu Jogja akan memastikan bahwa calon pelanggan merasa dilayani dengan baik setelah proses penutupan penjualan. Jika belum ada keputusan dari calon konsumen, tim *marketing* akan menghubungi untuk memastikan apakah ada pertanyaan atau informasi tambahan yang dibutuhkan. Misalnya, "kami ingin memastikan jika Ibu/Bapak memerlukan informasi lebih mengenai paket yang sudah kami tawarkan, kami bisa bantu."

Setelah penjualan selesai pun, tim *marketing* akan tetap menjalin komunikasi dengan pelanggan. Bisa dengan mengirimkan

ucapan terima kasih, memastikan pelanggan puas dengan layanan yang diberikan, dan meminta umpan balik atau testimoni untuk perbaikan di masa depan.

4.2 Kendala dalam Pelaksanaan Strategi *Personal Selling* pada Restoran Taman Pringsewu Jogja

Dalam pelaksanaan *strategi personal selling* pada Restoran Taman Pringsewu Jogja, beberapa kendala signifikan muncul terutama pada tahap *pre-approach* dan *presentation* yang mempengaruhi efektivitas strategi ini. Untuk kendala pada tahap *pre-approach* yang dihadapi tim *marketing* adalah kurangnya pengaturan janji temu sebelumnya dengan calon pelanggan. Hal ini menyebabkan beberapa pertemuan yang tidak dapat terlaksana sesuai rencana. Tim *marketing* terkadang langsung mendatangi calon pelanggan tanpa melakukan konfirmasi terlebih dahulu mengenai ketersediaan waktu mereka.

Sebagai akibatnya, calon pelanggan yang sibuk atau memiliki jadwal padat tidak dapat ditemui, dan sebagai solusi sementara, tim *marketing* hanya bisa meninggalkan surat penawaran atau brosur yang berisi informasi mengenai paket layanan yang ditawarkan. Meskipun surat dan brosur ini berfungsi untuk memberikan gambaran awal tentang layanan restoran, namun tidak memberikan kesempatan bagi tim *marketing* untuk berinteraksi langsung dan menggali lebih dalam kebutuhan spesifik pelanggan, serta menjawab pertanyaan atau keberatan yang mungkin muncul. Ini tentunya mengurangi peluang untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan calon pelanggan.

Untuk kendala lainnya pada tahap *presentation* adalah perbedaan kemampuan antara anggota tim *marketing* dalam melakukan presentasi. Beberapa anggota tim memiliki keterampilan presentasi yang baik, mampu menjelaskan produk dengan jelas dan meyakinkan, serta dapat menarik perhatian calon pelanggan. Namun, ada juga anggota tim yang kurang terampil dalam menyampaikan materi dengan cara yang *persuasif*, sehingga presentasi terkesan kaku dan kurang menarik bagi calon pelanggan.

4.3 Solusi pada Strategi *Personal Selling* Restoran Taman Pringsewu Jogja

Meskipun pelaksanaan strategi *personal selling* yang diterapkan oleh Restoran Taman Pringsewu Jogja telah dilakukan dengan baik, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti jadwal pertemuan dengan calon pelanggan yang padat dan kesulitan dalam memastikan efektivitas presentasi dari *tim marketing*. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang dapat membantu tim *marketing* untuk tetap menjalankan proses *personal selling* dengan optimal meskipun menghadapi kendala tersebut.

Solusi untuk kendala pada tahap *pre-approach*, di mana tim *marketing* seringkali tidak memiliki janji temu yang pasti dengan calon pelanggan, adalah dengan lebih proaktif dalam mengatur jadwal pertemuan. Tim *marketing* dapat menghubungi calon pelanggan lebih awal untuk memastikan ketersediaan waktu, terutama ketika mendekati acara penting seperti rapat, seminar, atau kegiatan universitas.

Sementara itu, untuk mengatasi kendala pada tahap *presentation* diperlukan upaya peningkatan kompetensi supaya presentasi tidak terkesan kaku dan calon konsumen tertarik terhadap penawarannya. Solusi yang

dapat diterapkan adalah dengan mengadakan pelatihan khusus bagi tim *marketing* untuk meningkatkan kemampuan presentasi dan komunikasi mereka. Selain itu, sistem *mentoring* juga dapat diterapkan, di mana anggota tim yang lebih terampil dapat mendampingi rekan yang membutuhkan pengembangan kemampuan sehingga hasil presentasi menjadi lebih konsisten. Dengan penerapan solusi-solusi tersebut, diharapkan kendala dalam pelaksanaan strategi *personal selling* dapat diatasi, sehingga efektivitas proses penjualan dan hubungan dengan calon pelanggan dapat terus ditingkatkan.