

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *personal selling* di Yamaha Mataram Sakti Wonosari memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, khususnya sebagai salah satu bentuk bauran promosi yang berfokus pada interaksi langsung antara tenaga penjual dan konsumen. Melalui kegiatan *personal selling*, pihak perusahaan mampu memberikan informasi produk secara detail, memahami kebutuhan serta keinginan konsumen, dan memberikan solusi yang sesuai dengan karakteristik masing-masing pelanggan.

Penerapan *personal selling* di Yamaha Mataram Sakti Wonosari dilakukan melalui tahapan yang sistematis, mulai dari pencarian dan pendekatan calon konsumen, penyampaian presentasi produk, penanganan keberatan, hingga proses penutupan penjualan dan tindak lanjut purna jual. Proses ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk Yamaha.

A. Kegiatan *Personal Selling* di Yamaha Mataram Sakti Wonosari

Personal selling di Yamaha Mataram Sakti Wonosari merupakan strategi pemasaran yang efektif karena dilakukan melalui komunikasi langsung antara tenaga penjual dan konsumen. Pendekatan ini memungkinkan tenaga penjual memahami kebutuhan konsumen, menyampaikan informasi produk secara jelas, serta membangun kepercayaan terhadap merek Yamaha. Pelaksanaan *personal selling* dilakukan secara terstruktur, mulai dari pendekatan, presentasi produk,

penanganan keberatan, hingga mendorong keputusan pembelian. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan dan mendukung pencapaian tujuan pemasaran perusahaan.

B. Proses *Personal Selling*

Proses *personal selling* di Yamaha Mataram Sakti Wonosari dilaksanakan secara sistematis dan terintegrasi, mulai dari tahap *prospecting* hingga *follow-up*. Pada tahap awal, perusahaan secara selektif mengidentifikasi dan mengkualifikasi calon pembeli dengan mempertimbangkan kedekatan, kelayakan finansial, serta potensi penjualan institusional, yang didukung oleh lokasi dealer yang strategis dan mudah diakses.

Tahap pra-pendekatan hingga pendekatan dilakukan dengan persiapan yang matang melalui pengumpulan informasi calon konsumen dan pemanfaatan komunikasi awal, sehingga interaksi penjualan menjadi lebih tepat sasaran. Selanjutnya, presentasi produk disampaikan secara persuasif dan solutif, diikuti dengan penanganan keberatan yang berorientasi pada empati dan pemenuhan kebutuhan konsumen. Proses penjualan kemudian ditutup melalui teknik *closing* yang meyakinkan dan terarah pada tindakan pembelian.

Tahap tindak lanjut menjadi penegasan komitmen jangka panjang perusahaan dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui komunikasi pasca-penjualan, layanan purnajual, serta penawaran produk lanjutan. Secara keseluruhan, rangkaian proses *personal selling* ini menunjukkan penerapan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, mendorong keputusan pembelian, dan menjaga hubungan berkelanjutan dengan pelanggan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan terkait pelaksanaan *personal selling* di Yamaha Mataram Sakti Wonosari adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kompetensi tenaga penjual (sales)

Yamaha Mataram Sakti Wonosari disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan tenaga penjual melalui pelatihan rutin, khususnya dalam hal komunikasi, teknik presentasi produk, serta kemampuan menangani keberatan konsumen. Hal ini bertujuan agar proses *personal selling* dapat berjalan lebih efektif dan profesional.

2. Mengoptimalkan pemanfaatan media digital

Personal selling sebaiknya tidak hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi juga lebih dioptimalkan melalui media digital seperti *WhatsApp*, media sosial, dan platform online lainnya. Pemanfaatan media digital dapat memperluas jangkauan calon konsumen dan mempermudah proses komunikasi serta tindak lanjut.

3. Memperkuat tahap *follow-up* penjualan

Perusahaan disarankan untuk meningkatkan kegiatan *follow-up* setelah penjualan, seperti menghubungi kembali konsumen, memberikan informasi layanan purnajual, dan mengingatkan jadwal servis. Hal ini penting untuk menjaga kepuasan konsumen dan membangun loyalitas jangka panjang.

4. Memperbaiki pengelolaan data konsumen

Yamaha Mataram Sakti Wonosari disarankan untuk mengelola data konsumen secara lebih sistematis agar memudahkan tenaga penjual dalam

melakukan prospecting, pendekatan ulang, dan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

5. Menjaga konsistensi pelayanan

Perusahaan perlu memastikan bahwa setiap tahapan *personal selling* dilaksanakan secara konsisten oleh seluruh tenaga penjual, sehingga konsumen mendapatkan pelayanan yang seragam, profesional, dan sesuai dengan standar perusahaan