

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Strategi Personal Selling Iklan Luar Ruang PT. Radifa Kreasi Utama Dalam Membangun Loyalitas Terhadap Klien Tahun 2014, 2015, dan 2016 dapat di ambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Radifa Kreasi Utama merupakan sebuah perusahaan *advertising* khususnya yang bergerak pada iklan luar ruang, yang berdiri sejak tahun 2003 dan berdomisili di daerah bekasi.
2. PT. Radifa Kreasi Utama mempunyai sebuah rencana atau strategi khusus yang digunakan sebagai peta agar komunikasi pemasaran yang dijalankan terstruktur dan terarah untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Oleh karena itu PT. Radifa Kreasi Utama sangat memperhatikan situasi, objektif, strategi, taktik, action dan control. Dan hal yang tidak kalah pentingnya ialah sales personnya, karena sales person inilah yang menjadi ujung tombak dalam menjalankan strategi yang akan di gunakan dan sales person inilah yang menjadi apakah strategi yang digunakan dapat berhasil atau gagal.
3. Personal selling sebagai alat komunikasi terhadap klien, yang bertujuan agar membuat klien menggunakan atau membeli produk dari PT Radifa Kreasi Utama, mendorong rasa ketertarikan tersebut menjadi keinginan untuk berkerjasama langsung dan yang paling terpenting dalam strategi personal selling ini ialah menciptakan hubungan yang harmonis kepada klien agar jangka panjangnya selalu berkerjasama.

4. Membangun seorang sales person yang terlatih untuk menjalankan strategi personal selling yang digunakan. Bertanggung jawab atas pengembangan penjualan, seseorang yang mempunyai sikap ramah terhadap klien, melakukan presentasi terhadap klien dengan menggunakan kata – kata yang sopan, sapaan yang formal dan jelas dalam menyampaikan materi yang sedang dijabarkan, dan juga tidak kalah pentingnya menjadi pendengar yang baik apabila klien sedang berargumen.
5. Kualitas produk ialah kelayakan atau kecocokan dari produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kegunaannya sehingga sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli. Oleh karena itu PT. Radifa Kreasi Utama sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka hasilkan. Yang tujuan utamanya adalah menjaga kepuasan terutama loyalitas klie – kliennya yang akan berdampak dalam hubungan kerjasama yang akan terjadi terus menerus dalam jangka panjang.
6. Setelah menjalankan startegi personal selling, PT. Radifa Kreasi Utama akan mereview hasilnya bersama dengan team sales personnya. Yang bertujuan bila penjualan meningkat berarti strategi personal selling yang dijalankan sudah tepat dan berhasil. Dan apabila kurang berhasil, harus diteliti kembali apa penyebabnya.

B. Saran

Meskipun strategi personal selling yang dijalankan oleh PT. Radifa Kreasi Utama telah berjalan dengan baik namun persaingan yang semakin ketat menuntut pengembangan dan perbaikan kualitas disemua lini perusahaan. Oleh karena itu disarankan pada PT. Radifa Kreasi Utama untuk melakukan hal – hal berikut:

1. Dalam penggunaan media sosial, sudah saatnya PT Radifa Kreasi Utama melakukan publikasi secara menyeluruh agar informasi pemasaran yang di berikan dapat di jangkau lebih luas oleh publiknya. Hal ini dikarenakan penggunaan media sosial yang dilakukan oleh PT Radifa Kreasi Utama hanya melalui email saja. Seharusnya, PT. Radifa Kreasi Utama dapat menggunakan sosial media lain seperti instagram dan bahkan youtube untuk dapat lebih aktif dalam memberikan informasi pemasaran tentang produk yang dihasilkan terkait dengan potensi penjualan.
2. Aktif mengikuti forum – forum yang dapat memberikan informasi untuk memperluas jaringan guna menjangkau calon konsumen potensial.
3. Mengembangkan keterampilan dan meningkatkan sumber daya PT. Radifa Kreasi Utama dalam aspek kualitas pelayanan, dengan demikian semua saran, keluhan maupun feedback dari pelanggan dapat direspon dengan baik dan bahkan bisa lebih cepat.
4. Perusahaan harus meningkatkan loyalitas tenaga sales person dan karyawan yaitu dengan lebih memperhatikan karyawan. Karyawan jangan dipandang sebagai alat tetapi dipandang sebagai rekan kerja. Pimpinan dalam pemberin arahan dilakukan secara kekeluargaan.
5. Perusahaan harus mengevaluasi setiap kegiatan yang telah dijalankan sehingga akan diketahui mana yang telah berjalan efisien dan efektif terutama dibidang pemasaran. Hal

tersebut dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan kedepan bagi perusahaan.

6. Saran untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan metode yang berbeda dari penelitian ini, misalnya dengan metode deskripsi kuantitatif, sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan indikator-indikator keberhasilan melalui angka-angka yang pasti.