

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan menarik kesimpulan dan memberikan saran dari hasil penelitian pada *showroom* Garasi Auto Gallery mengenai strategi *personal selling* penjualan mobil bekas di *showroom* Garasi Auto Gallery periode 2016.

A. Kesimpulan

Garasi Auto Gallery adalah sebuah perusahaan jual beli mobil bekas khususnya mobil bekas kelas premium. Mobil bekas kelas premium dapat dikatakan adalah mobil bekas yang harganya di atas 200 juta rupiah. Tetapi, selain melayani jual beli mobil bekas kelas premium, Garasi Auto Gallery juga menyediakan mobil bekas yang harganya 200 juta rupiah ke bawah, namun yang menjadi fokus utama Garasi Auto Gallery adalah mobil bekas kelas premium.

Untuk menghadapi persaingan jual beli mobil bekas dan meningkatkan penjualan, Garasi Auto Gallery melakukan promosi. Promosi yang dilakukan adalah dengan memasang iklan dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*). Dalam penelitian ini, yang dibahas lebih mendalam adalah pada aktifitas penjualan pribadi (*personal selling*) yang dilakukan Garasi Auto Gallery dalam menjual mobil bekas kelas premium.

Berdasar pada sajian data penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa promosi yang dilakukan Garasi Auto Gallery dengan menggunakan *personal selling* pada dasarnya memiliki tujuan untuk menarik calon konsumen baru. Selain itu, tujuan-tujuan lainnya adalah untuk memelihara hubungan yang telah terjalin dengan konsumennya serta untuk meningkatkan *awareness* konsumen maupun masyarakat umum dan untuk meningkatkan penjualan.

Secara garis besar, *personal selling* yang dilakukan Garasi Auto Gallery sudah melakukan langkah-langkah dan cara pelaksanaan *personal selling* seperti yang dikemukakan Kotler & Armstrong. Antara lain mencari dan menilai prospek konsumen, melakukan pendekatan awal dan pendekatan lebih lanjut ke konsumen, melakukan presentasi dan demonstrasi produk kepada konsumen, mengatasi keberatan konsumen, menutup penjualan serta melakukan tindak lanjut dan pemeliharaan.

Dalam pelaksanaannya, Garasi Auto Gallery memiliki beberapa cara tersendiri dalam melakukan langkah-langkah *personal selling*. Cara yang dipakai tersebut dilakukan menyesuaikan keadaan di lapangan. Tidak terpaku dengan prosedur langkah-langkah dan cara melakukan *personal selling* seperti yang dikemukakan Kotler & Armstrong. Melainkan lebih fleksibel dan lebih menyesuaikan keadaan di lapangan sehingga cara yang dipakai bisa efektif menghadapi keadaan lapangan.

Garasi Auto Gallery sering melibatkan konsumennya dalam melakukan *personal selling*. Komunikasi dua arah dan terjadinya proses timbal balik antara pihak penjual dengan pihak pembeli adalah gambaran aktifitas *personal selling* yang dilakukan Garasi Auto Gallery.

Dalam mencari dan menilai prospek konsumen, wiraniaga tidak menghubungi konsumen melainkan menunggu ada konsumen yang menghubungi mereka. Lalu untuk menilai prospek konsumen, wiraniaga melakukan penilaian ketika bertatap muka dengan konsumen melalui perkembangan percakapan di antara keduanya.

Wiraniaga akan melakukan pendekatan awal kepada konsumennya dengan cara menyiapkan informasi tentang produk dagangan yang akan disampaikan kepada konsumen. Dikarenakan karakter setiap konsumen yang datang berbeda-beda, oleh karena itu wiraniaga bersiap menyesuaikan diri kepada karakter konsumen yang dilayani pada saat itu.

Dilanjutkan memulai obrolan awal. Metode pendekatan yang digunakan adalah dengan menjalin komunikasi yang ringan dan mengakrabkan diri dengan konsumen. Dari komunikasi yang terjalin, wiraniaga akan mencari tahu apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen kemudian akan berusaha memberikan tawaran yang sesuai untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen tanpa paksaan.

Saat sudah ada pilihan dari konsumen, wiraniaga akan melakukan presentasi dan demonstrasi profil mobil yang dipilih konsumen agar

konsumen mengetahui seluk beluk mobil tersebut. Ditambah dengan sesi uji coba mobil (*test drive*) bagi konsumen. Semua aktifitas tersebut bermaksud untuk menambah minat konsumen terhadap mobil pilihannya tersebut.

Tetapi kadang masih ada ketidakcocokan dari pihak konsumen. Konsumen akan menyampaikan keberatannya tersebut. Untuk mengatasi hal itu, dilakukan diskusi untuk mencari solusi masalah tersebut. Nantinya kesepakatan yang disetujui kedua pihak yang akan digunakan dalam kesepakatan jual beli.

Saat keberatan dari konsumen sudah mendapatkan solusinya, proses selanjutnya adalah menutup penjualan. Dikarenakan konsumen tidak selalu mengawali penutupan penjualan maka wiraniaga akan selalu mendampingi, mengarahkan dan bila diperlukan mengawali penutupan penjualan ini.

Setelah berhasil menutup penjualan, yang artinya berhasil menjual mobil kepada konsumen, dilakukan tindak lanjut serta pemeliharaan atas penjualan yang telah dicapai untuk mencari tahu bagaimana kepuasan konsumen akan produk dari Garasi Auto Gallery. Serta bertujuan untuk memelihara hubungan yang telah terjalin dengan tetap menjalin komunikasi. Dengan harapan kedepannya akan terjalin kesepakatan jual beli lagi.

Praktek di lapangan masih ditemui kendala dalam melakukan *personal selling*. Kendala ini terkait dengan calon konsumen/konsumen. Garasi Auto Gallery tidak menetapkan target konsumen spesifik. Alasannya

karena konsumen itu susah ditebak. Meski demikian, dilihat dari produk yang ditawarkan berupa mobil bekas kelas premium dengan kategori harga yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa target konsumen Garasi Auto Gallery adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas karena jika dilihat yang mampu menjangkau produk yang ditawarkan Garasi Auto Gallery adalah masyarakat pada tingkat ekonomi tersebut.

Kendala lain yang muncul dari konsumen adalah ketidakpastian konsumen. Menyangkut perihal kriteria dan potensi konsumen yaitu ketika seorang calon konsumen terlihat memiliki potensi dan memenuhi kriteria untuk melakukan pembelian namun ternyata konsumen tersebut tidak melakukan pembelian. Sebaliknya ketika konsumen terlihat tidak begitu meyakinkan dan berpotensi ternyata malah melakukan pembelian.

B. Saran

Personal selling yang dilakukan Garasi Auto Gallery terbilang sudah baik. Namun untuk menghadapi persaingan yang makin hari makin ketat, diperlukan perbaikan dan pengembangan kualitas di semua lini perusahaan. Peneliti memiliki beberapa saran bagi Garasi Auto Gallery yang bisa digunakan sebagai bahan acuan perbaikan dan pengembangan ke depannya. Berikut ini beberapa saran dari peneliti.

1. Terkait dengan kendala ketidakpastian dari konsumen. Ketika ada konsumen, wiraniaga disarankan untuk selalu memanfaatkan kesempatan penjualan yang ada semaksimal mungkin. Berpikiran

positif dan optimis dalam melayani setiap konsumen yang datang tanpa membeda-bedakan, terutama dari segi penampilan konsumen, di mana faktor tersebut terbukti tidak bisa jadi patokan yang akurat.

2. Terkait dengan penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Garasi Auto Gallery bisa lebih memanfaatkan lagi perkembangan teknologi komunikasi dan media digital sebagai penunjang aktifitas *personal selling*. Bisa dengan meningkatkan pemanfaatan media *online* seperti Instagram, Facebook, Twitter bahkan hingga Youtube agar informasi pemasaran yang dibagikan dapat tersebar lebih luas lagi daripada sebelumnya. Ditambah penggunaan media *online* ini biayanya relatif lebih murah dibandingkan dengan menggunakan media lain sehingga tidak menguras anggaran untuk melakukan promosi.
3. Terkait dengan wiraniaga Garasi Auto Gallery. Wiraniaga memiliki peran penting dalam melakukan kegiatan *personal selling* dan bagi perusahaan. Oleh karena peran yang penting tersebut, akan lebih baik lagi jika para wiraniaga meningkatkan kemampuan keilmuan dalam bidang penjualan dan pemasaran. Meningkatkan kemampuan komunikasi publik agar semakin cakap ketika melayani konsumen. Meningkatkan kemampuan presentasi agar pesan yang disampaikan kepada konsumen semakin efektif diterima. Selain melakukan *personal selling* dan melayani konsumen berdasarkan pengalaman dan keadaan di lapangan, melakukan *personal selling* yang ditunjang dengan dasar

keilmuan diharapkan akan semakin memaksimalkan hasil dari aktifitas tersebut.