

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan melalui proses *personal selling* dalam mengelola minat beli konsumen yang dilakukan oleh pedagang Kampung Batik Rejomulyo yaitu:

1. Tidak semua Pedagang Kampung Batik melakukan enam tahap *personal selling* seperti teori yang dikemukakan Kotler. Berikut ini rincian dari tahap yang dilakukan.

- a. Mencari Calon Konsumen

Pada tahap ini terdapat tiga pedagang yang melakukan antara lain Ibu Risa, Bapak Luwi, dan Ibu Rita. Sedangkan Ibu Okta tidak melakukan upaya pencarian konsumen yang lebih disebabkan karena Ibu Okta lebih memilih sekedar menunggu pengunjungnya datang ke toko.

- b. Pra pendekatan

Dalam tahap ini, terdapat dua pedagang yang melakukan upaya pra pendekatan yang berarti yaitu Ibu Okta dan Ibu Raisa. Namun Bapak Luwi tidak melakukan upaya pra pendekatan yang berarti. Sedangkan Ibu Rita juga demikian, justru secara pelayanan pada tahap pra pendekatan tidak dilakukan

c. Presentasi dan demonstrasi

Pada tahap ini, terdapat tiga pedagang yang melakukan dengan optimal. Pedagang tersebut antara lain, Ibu Raisa, Ibu Okta, dan Bapak Luwi. Sedangkan Ibu Rita tidak melakukan upaya presentasi produk yang menjadikan konsumen menjadi lebih tertarik dan justru hanya menjawab sesuai dengan pertanyaan yang diberikan oleh konsumen.

d. Mengatasi Keberatan

Pada tahap ini, terdapat empat pedagang yang menerapkan. Ibu Raisa, Pak Luwi dan Ibu Okta memberikan alternatif bagi konsumen yang memiliki keberatan tertentu dan tidak sekedar mendeskripsikan produk yang dimiliki. Sedangkan Ibu Rita lebih memilih solusi memberikan rekomendasi untuk membeli produk yang lebih bagus

e. Tindak Lanjut dan Pemeliharaan

Pada tahapan ini, terdapat empat pedagang yang melakukan tindak lanjut dan pemeliharaan terhadap konsumen yang telah membeli produk dari toko. Pedagang tersebut antara lain Ibu Okta, Ibu Raisha, dan Ibu Rita. Sedangkan Bapak Luwi memberikan kartu nama untuk konsumen agar sewaktu waktu dapat menghubunginya.

f. Penutup

Pada tahap ini, semua pedagang telah melakukannya, namun Ibu Rita melalui observasi yang peneliti lakukan, tidak terlalu menerapkan proses ini, dan hanya melakukannya sekedar saja.

2. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti disimpulkan hanya terdapat satu pedagang yang melakukan tahapan penuh *personal selling*, satu pedagang melakukan lima tahapan *personal selling*, dan dua pedagang yang melakukan empat tahap *personal selling*.
3. Berdasarkan hasil analisis, dari enam tahap *Personal Selling*, dua tahap yang dioptimalkan oleh pedagang untuk mengelola minat beli konsumen. Tahap tersebut antara lain, tahap pra pendekatan, serta tahap presentasi dan demonstrasi

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberi beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pengurus Kampung Batik Semarang agar dapat lebih mempromosikan Kampung Batik dengan mulai menerapkan ide-ide kreatif yang baru yang dapat diimplementasikan ke dalam acara di Kampung Batik Rejomulyo. Sehingga tidak hanya berpegang pada nama baik “Kampung Batik” yang sudah ada tetapi juga dapat mengembangkan *branding* dari “Kampung Batik” agar menjadi lebih baik lagi.

2. Mengembangkan proses *personal selling* terutama dalam memperluas informasi tentang Kampung Batik Semarang ke masyarakat luas agar dapat mencapai target pasar dengan maksimal karena masih banyak pengunjung yang belum mengetahui tentang Kampung Batik Rejomulyo Semarang.
3. Tetap menjaga peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan untuk seluruh konsumen tetap Kampung Batik Rejomulyo. Sehingga harapan kedepannya dapat lebih memperoleh loyalitas *stakeholder* maupun konsumen Kampung Batik Semarang.
4. Untuk penelitian selanjutnya, apabila mengambil topik yang sama mengenai *personal selling* dan minat beli mungkin dapat mengubah metode penelitiannya menjadi kuantitatif dengan tujuan hasil dari penelitiannya nanti dapat menjadi sudut pandang baru bagi pembaca.