

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan *direct marketing* pada PT. Wahyu Saluran Berkat seperti yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Dalam penerapan *direct marketing* untuk memasarkan produknya PT. Wahyu Saluran Berkat menggunakan beberapa saluran yaitu melalui *personal selling (face to face)*, *mobile marketing* (aplikasi Wahyoo) , *online marketing* (instagram, facebook, dan whatsapp), dan website. Beberapa saluran *direct marketing* yang digunakan sangat berperan dalam kegiatan promosi dari PT. Wahyu Saluran Berkat serta berperan dalam meningkatkan angka penjualan produknya.
2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Wahyu Saluran Berkat untuk setiap saluran *direct marketing* yang digunakan sangat berbeda-beda. Dalam *personal selling* PT. Wahyu Saluran Berkat terkendala oleh *customer relationship officer (CRO)* yang tidak professional, melalui aplikasi Wahyoo perusahaan menemukan kendala pada fitur-fitur yang masih belum bekerja dengan optimal, melalui media social PT. Wahyu Saluran Berkat masih terkendala dengan minimnya respon dari followers terhadap konten yang diunggah sehingga belum membangun interaksi yang aktif, kemudian melalui website

PT. Wahyu Saluran Berkat masih memiliki kendala dalam mempertahankan websitenya untuk selalu berada dihalaman pertama pencarian google.

3. PT. Wahyu Saluran Berkat memberikan solusi untuk setiap kendala dalam penerapan *direct marketing*nya. Untuk solusi dari kendala penerapan *direct marketing* melalui *personal selling* PT. Wahyu Saluran Berkat memberikan sejumlah pelatihan untuk tim *customer relationship officer* secara berkala, untuk kendala, untuk solusi pada kendala aplikasi wahyoo ialah dengan melakukan pengembangan dan pengotimalkan sejumlah fitur agar dapat berfungsi secara optimal, kemudian untuk solusi pada kendala media social ialah dengan mengunggah konten yang lebih interaktif lagi agar dapat membangun interaksi yang aktif, selanjutnya untuk solusi pada kendala website ialah dengan mengoptimalkan penggunaan *search engine optimization* (SEO).

5.2 Saran

1. Dalam hal ini penulis menyarankan penerapan *direct marketing* pada PT. Wahyu Saluran Berkat sebaiknya lebih dioptimalkan lagi terutama untuk website dan media social karena PT. Wahyu Saluran Berkat lebih terfokus pada *personal selling* dan aplikasi wahyoo dalam penerapan *direct marketing*nya. Selain itu PT. Wahyu Saluran Berkat juga dapat menambah beberapa saluran *direct marketing* untuk lebih mengencarkan pemasarannya misalnya dengan menambah saluran *direct marketing* melalui telemarketing dan e-mail.
2. Dalam menyelesaikan kendala-kendala yang ada dalam penerapan *direct marketing* pada PT. Wahyu Saluran Berkat penulis menyarankan sebaiknya

PT. Wahyu Saluran Berkat lebih memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia pada perusahaan tersebut agar sumber daya manusia menjadi lebih berkualitas.

