

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab Tugas Akhir sebelumnya, maka penulis dapat menarik Kesimpulan mengenai Pengembangan Strategi *Personal*

Selling untuk Meningkatkan Penjualan PT Capella Daihatsu Cabang Padang, yaitu:

Pengembangan strategi *personal selling* berperan penting dalam meningkatkan penjualan di PT Capella Daihatsu Cabang Padang. Strategi ini terbukti efektif dalam menjangkau calon pelanggan secara langsung, membangun kepercayaan, serta mendorong keputusan pembelian melalui pendekatan yang lebih personal dan interaktif.

Penerapan *personal selling* yang dilakukan oleh salesman melibatkan berbagai teknik seperti *canvassing*, promosi melalui *marketplace* digital, penawaran diskon, serta *follow-up* yang konsisten. Strategi ini berhasil memberikan dampak nyata dalam meningkatkan jumlah penjualan, mempercepat proses transaksi, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala, seperti kesenjangan kompetensi antara salesman berpengalaman dan pemula, kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital, serta tidak konsisten dalam proses *follow-up* dan segmentasi pelanggan.

Untuk mengatasi hal tersebut, pengembangan strategi *personal selling* perlu dilakukan melalui pelatihan berkelanjutan, pendampingan tenaga penjual pemula, pemanfaatan platform digital secara lebih optimal, penerapan segmentasi pasar yang lebih terstruktur, serta penanganan keberatan pelanggan secara kreatif dan solutif. Dengan pengembangan yang tepat dan berkelanjutan, strategi *personal selling* dapat

menjadi pilar utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri otomotif yang semakin kompetitif, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

5.2 Saran

Setelah menjalani magang di PT Capella Daihatsu Cabang Padang, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi *personal selling* guna meningkatkan penjualan, yaitu:

1. Mengadakan Pelatihan Berkala bagi Salesman

Untuk menyamakan tingkat kompetensi antara salesman berpengalaman dan pemula, perusahaan disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan berkala yang mencakup materi komunikasi, teknik penjualan, penanganan keberatan, serta pemahaman produk secara menyeluruh.

2. Meningkatkan Pemanfaatan Teknologi Digital

Perusahaan dapat mendorong salesman untuk lebih aktif menggunakan media digital seperti WhatsApp, Facebook Marketplace, dan platform lainnya sebagai alat untuk melakukan prospeksi, promosi, dan tindak lanjut penjualan.

3. Menerapkan Standar Proses *Follow-Up* Pelanggan

Diperlukan sistem atau prosedur *follow-up* yang konsisten agar calon pelanggan tetap terhubung setelah interaksi awal. Hal ini dapat mencakup pengingat otomatis, pencatatan status prospek, dan komunikasi lanjutan yang terjadwal.

4. Memperkuat Segmentasi Pasar dalam Strategi Penjualan

Salesman sebaiknya dilatih untuk memahami segmentasi pelanggan berdasarkan kebutuhan, profesi, atau gaya hidup. Pendekatan yang lebih personal

sesuai dengan karakteristik konsumen akan meningkatkan efektivitas komunikasi dan peluang konversi penjualan.

5. Mengembangkan Respons Strategis terhadap Kendala Lapangan

Dalam menghadapi kendala seperti keterbatasan unit atau permintaan spesifik pelanggan, salesman perlu dilatih untuk menyampaikan alternatif solusi secara proaktif, seperti menawarkan warna pengganti, memberikan bonus tambahan, atau menjelaskan estimasi pengiriman secara transparan.

6. Menjalinkan Kerja Sama Lebih Erat antar Divisi

Koordinasi yang lebih baik antara tim penjualan, layanan purna jual, dan bagian logistik sangat penting agar salesman selalu mendapatkan informasi terbaru tentang ketersediaan unit, program promosi, atau keluhan pelanggan yang sedang ditangani.

