

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan pada bab-bab sebelumnya terkait dengan penerapan *personal selling* pada *Home Industry* Keripik Putra Tanjung didapatkan hasil kesimpulan berikut ini:

1. Pada *home industry* Putra Tanjung secara tidak langsung dalam implementasinya telah menerapkan 6 (enam) tahapan atau proses promosi penjualan *Personal Selling*, diantaranya yaitu *prospecting and qualifying* (mencari dan memilih prospek), *pre-approach* (pendekatan pendahuluan), *presentation and demonstration* (presentasi dan demonstrasi), *closing* (menutup transaksi penjualan), *overcoming objection* (menangani keberatan), *follow up* (menindaklanjuti).
2. Terkait volume penjualan pada *home industry* Putra Tanjung terjadi peningkatan dalam setiap tahunnya, akan tetapi juga terdapat penurunan terutama pada tahun 2020. Penjualan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2021 dengan strategi yaitu mengikuti pameran di berbagai daerah di wilayah perkotaan atau tempat yang menjadi tujuan destinasi wisata.
3. Penerapan *personal selling* Putra Tanjung juga telah menerapkan sifat-sifat yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis dalam bermuamalah. Diantaranya yaitu, sifat saling rela (*ar-Ridha*), persaingan yang sehat antara pelaku bisnis (*fair competition*), serta kejujuran (*honesty*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan penerapan *personal selling* dalam meningkatkan volume penjualan perspektif pemasaran syariah, penulis menemukan beberapa saran, diantaranya yaitu:

1. Penerapan *Personal Selling* pada Putra Tanjung

Kepada setiap bagian di struktur organisasi hendaknya memiliki satu tugas yang jelas sesuai tanggungjawabnya. Sebab ada beberapa bagian yang juga turut merangkap tugas melakukan pemasaran. Dikarenakan wilayah pemasaran yang cukup luas, penambahan karyawan baru juga diperlukan. Apalagi tugas dari *sales* sendiri tidak mudah dan harus berkeliling untuk menawarkan produknya dari satu toko ke toko lain serta menyetok persediaan kepada pelanggan secara rutin dimana hal tersebut juga membutuhkan waktu, pikiran, dan tenaga yang cukup.

2. Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Peneliti berharap agar penataan toko di lokasi juga dimaksimalkan. Sehingga apabila ada masyarakat yang melewati depan rumah menjadi tertarik sebab adanya penataan produk yang menggambarkan adanya suatu toko dan mengetahui adanya produk-produk yang *ready* pada saat itu.

3. *Personal Selling* Perspektif Pemasaran Syariah

Pemilik juga dapat mengadakan evaluasi bersama karyawan Putra Tanjung agar semua dapat lebih terbuka, akrab, dan saling mencari solusi jika terdapat suatu permasalahan yang ditemui selama di lapangan. Sehingga, baik karyawan maupun pemilik dapat mengetahui maksud dan kebutuhan masing-masing serta meminimalisir adanya kesalahpahaman.