

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya:

1. The Cipaku Garden Hotel mendahulukan kualitas penjualan yang harus diterima konsumen bukan banyaknya volume penjualan.
2. Target Penjualan dan Penjualan Aktual
Target penjualan dari The Cipaku Garden Hotel 100% akan tetapi dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 tidak mencapai target penjualan. Angka tersebut menunjukkan selisih negatif sebesar 68,78% pada tahun 2013, 74,95% pada tahun 2014 dan 74,78% pada tahun 2015. Bahkan pada tahun 2014 dan 2015 penjualan aktual perusahaan belum mencapai BEP.
3. *Personal selling*
 - a. *Personal selling* di The Cipaku Garden Hotel dilakukan dengan menggunakan enam orang *salesperson* yang dibagi dalam beberapa *target market* yaitu tiga orang *salesperson* ke pemerintahan, dua orang *salesperson* ke perusahaan dan satu orang *salesperson* ke sekolah.
 - b. Untuk mencari calon pelanggannya, *salesperson* lebih sering melakukan dengan cara memanfaatkan relasi yang ada.
 - c. Untuk *salesperson* dalam melakukan *approach* terhadap calon pelanggan dapat mengetahui mengenai penampilan, *opening lines*, dan cara menarik perhatian calon pelanggan.
 - d. Dalam melakukan presentasi terhadap calon pelanggan dilakukan dengan presentasi ke tempat calon pelanggan atau calon pelanggan yang melakukan *showing* ke The Cipaku Garden Hotel.
 - e. *Salesperson* dalam menjalankan aktivitas *personal selling* dilakukan dengan cara memastikan pelanggan tersebut merasa puas atas jasa dan produknya.

4. Penyebab tidak tercapainya target penjualan di The Cipaku Garden Hotel, khususnya pada aktivitas *personal selling* yaitu :
 - a. Untuk *target market* pemerintahan terdapat Peraturan Menteri nomor 11 tahun 2014 mengenai pembatasan kegiatan pertemuan / rapat di luar kantor yang berdampak pada tahun 2014 dan 2015.
 - b. Untuk *target market* perusahaan terdapat perusahaan – perusahaan besar yang membuat hotel baru
 - c. Terdapatnya rangkap jabatan yang membuat *salesperson* tidak memiliki waktu yang leluasa untuk melakukan kunjungan ke calon pelanggan.
 - d. Pemahaman mengenai pemakaian strategi *marketing* padat *event* dan perhitungan harga jual masih belum dipahami oleh para *salesperson*.

5.2. Saran

Dengan melihat segala permasalahan tersebut, dan berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis terhadap aktivitas *personal selling* perusahaan, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen perusahaan, antara lain :

1. Perlunya diadakan *meeting* tahunan yang dilakukan direksi dan *manager department* untuk melakukan evaluasi dan perencanaan mengenai harga jual, strategi *marketing*, *target market*, dan *forecasting* penjualan dan *target* penjualan.
2. Perusahaan seharusnya membuat *event* perusahaan yang bertujuan untuk mengundang *target market* yang berpotensi.
3. Perlunya diadakan *meeting* mingguan dan bulanan mengenai perencanaan dan evaluasi atas *strategi marketing* perusahaan.
4. Perusahaan seharusnya mengadakan kegiatan *training* kepada karyawannya khususnya *salesperson* untuk meningkatkan kualitas dalam melayani pelanggan.

Penulis berharap saran yang diberikan dapat berperan positif dalam upaya peningkatan penjualan produk yang dilakukan perusahaan. Sehingga, The

Cipaku Garden Hotel dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan dapat berkembang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Burnett, John dan Sandra Moriarty (1998). *Introduction to Marketing Communication : An Integrated Approach*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice – Hal Inc.
- Clow, K. E dan Donald Baack (2014). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc
- Cravens, David W. dan Nigel F. Piercy. (2003), 7th edition *Strategic Marketing* New York : The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Gray William S. dan Salvatore C. Ligouri (1990). 2nd ed. *Hotel and Motel Management Operations*. New Jersey : Prentice Hall Int. Inc, Engiewood Cliffs.
- Gronroos, Christian. (2003). “*Taking a Customer Focus Back Into The Boardroom : Can Relationship Marketing do it?*”. *Marketing Theory Journal*.
- Jain, Subhash C. (1997). 5th edition, *Marketing Planning and Strategy*. Cincinnati Ohio: South–Western College Publishing.
- Johnston, Mark W. dan Greg W. Marshall (2011) 10th edition. *Chrchill/Ford/Walkers Model Sales Force Management : Leadership, Inovation, and Technology*, New York : The Mc-Graw Hill – Companies, Inc.
- Kerin, Roger A, et al. (2003) 7th edition. *Marketing Management*. Upper Sadle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2016). *Principles of Marketing*, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan John T. Bowen (2014). 6th Edition *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson Education International.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016) 15th. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lancaster, Geoff dan Lester Massingham. (1999). 3rd edition. *Essentials of Marketing: Text and Cases* London : McGraw – Hill Publishing Company.
- Manning, Gerald L. , Michael Ahearne dan Barry L. Reece. (2014) 13th edition. *Selling Today : Partnering to Create Value*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice – Hall Inc.
- Peter Paul dan Donnelly James, Jr (2012) , *Marketing Management Knowledge and Skills*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. West Sussex: John Wiley and Sons Ltd.
- Semenik, Richard J. (2002). 1st edition. *Promotion and Integrated Marketing Communications*. Cincinnati, Ohio : South-Western.
- Sowter, Collin. (1997). 1st edition. Marknon. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Stanton, William J, Greg Rich and Rossan Spiro (1999) 10th edition *Management of a Sales Force*. New York L : The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Sulastiyono, Agus (2011) *Manajemen Penyelenggaraan Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi* : Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti, Oka A. (1999). *Strategi Pemasaran Hotel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V. A. dan Bitner, M. J. (2000). *Service Marketing*: McGraw-Hill Companies Inc, Singapore.

Situs Internet :

<http://www.faktaindonesianews.com/wisata/1269/wonderful-indonesia-gencar-dipromosikan-melalui-asia-axn-mulai-oktober-2016.html> (24 Desember 2016)

<http://jabar.tribunnews.com/2015/01/29/bandung-jadi-kota-pariwisata-terfavorit-di-asean-29-januari-2015> (24 Desember 2016)

<http://hotelmelatidibandung.com/klasifikasi-hotel> (24 Desember 2016)