



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Garyman Indonesia dalam menciptakan suatu bisnis di bidang industri kreatif yaitu perusahaan harus semakin gencar melakukan berbagai strategi untuk mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan bersaing dengan para kompetitornya. PT Garyman Kreasi Indonesia menerapkan suatu langkah untuk memajukan perusahaan dengan terus berinovasi dan hadir di Indonesia sebagai perusahaan yang menyediakan produk dan jasa yaitu *branding consultant* dan *integrated merchandise business to business (B2B)*.

Manajemen perusahaan menerapkan implementasi *personal selling* untuk mempermudah pendekatan dengan calon prospek maupun loyal pelanggan. Lewat aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh divisi *marketing* perusahaan harus menciptakan suatu citra perusahaan dimana pelanggan diberikan pemahaman beserta visualisasi atau nyata agar pesan yang mewakili perusahaan bisa tersampaikan ke pelanggan. Hal ini diperlukan agar pelanggan dapat mengetahui betul tentang perusahaan baik sistem, produk dan jasa yang tersedia di PT Garyman Kreasi Indonesia.

Melalui aktivitas komunikasi pemasaran perusahaan dengan menggunakan implementasi *personal selling* dianggap membawa dampak positif bagi perusahaan karena dapat menarik minat beli pelanggan baru dan memperluas target market perusahaan. Implementasi *personal selling* yang dilakukan praktisi pemasaran perusahaan dinyatakan berhasil berdasarkan wawancara dengan berbagai narasumber yang terkait dan observasi langsung yang dilakukan peneliti karena, memberikan dampak positif bagi perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan secara terstruktur dan terarah. Dalam keseharian aktivitas pemasaran perusahaan, Garyman Indonesia terus menerapkan implementasi *personal selling* guna semakin mempererat dan membangun hubungan yang baik kepada semua pelanggannya, baik yang pelanggan sudah lama maupun pelanggan baru sesuai dengan model tahapan dari penelitian.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Praktis

Saran penulis untuk perusahaan terutama bagi praktisi yang berkaitan dengan *Marketing Communications* agar lebih mempererat hubungan internal guna mencapai tujuan perusahaan secara optimal. Kemudian, ikut berpartisipasi dalam *event* besar terkait dengan kebutuhan perusahaan seperti acara Trade Expo Indonesia dan sejenisnya tidak hanya sekali setiap tahunnya, agar citra perusahaan meningkat sehingga membawa dampak positif, keuntungan dan popularitas bagi perusahaan dari target marketnya.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya terkait topik yang sama, yaitu implementasi *personal selling* dalam aktivitas *marketing communications* perlu diteliti lebih lanjut dengan pendekatan dari turunan *marketing communications* karena banyak sekali pihak yang terlibat dalam perencanaan ini. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar Universitas memberikan pembelajaran yang lebih mendalam mengenai strategi *personal selling* secara mendalam baik dari program, proses, maupun pelaksanaannya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA