



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Ketika perencanaan program MUB, tim Tokopedia memadukan strategi berdasarkan data yang ada, data di lapangan, serta hipotesis yang dibuat oleh perusahaan. Perancangan program dilakukan dengan beberapa langkah, mulai dari awal pencarian tujuan program, penentuan media pemasarannya, bentuk transaksi yang akan dilakukan hingga bagian akhir adalah bagaimana untuk dapat memuaskan konsumen bahkan jika transaksi telah selesai dilaksanakan.

Secara keseluruhan, perencanaan strategi *personal selling* Tokopedia memiliki suatu skema yang kompleks. Perencanaan untuk persiapan tahap awal dilakukan oleh tim HQ di Jakarta, untuk kemudian didistribusikan dan diimprovisasi oleh tim regional di daerah. Perencanaan program pun dilakukan dari hulu hingga ke hilir. Proses *journey* konsumen telah dilakukan secara komprehensif. Hal ini terbukti dari setiap langkah yang dilakukan Tokopedia untuk menjalankan program ini. Berdasarkan acuan teori yang dikemukakan oleh Belch & Belch bahwa terdapat enam langkah untuk membangun strategi *personal selling*. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis penulis, semua step tersebut telah dilaksanakan oleh Tokopedia dalam perencanaan program MUB.

Setelah semua strategi direncanakan oleh tim Tokopedia, eksekusi akan berlangsung di tangan tim SPG di setiap kota. Data yang diberikan oleh tim

Tokopedia pada perencanaan awal hanya menjadi dasar bagi tim SPG untuk melangkah. Eksekusi di lapangan akan diserahkan dengan tim SPG di lapangan dengan strategi Tokopedia sebagai acuan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Saran penulis bagi pihak Tokopedia dalam menjalankan program MUB adalah agar dapat menerima aspirasi dari konsumen perihal variasi barang dalam program MUB. Diharapkan pihak Tokopedia akan memerhatikan keinginan produk dari setiap kota, dan lebih baik menggunakan data survei lapangan secara langsung daripada mengandalkan survei statistik jarak jauh. Kemudian saran untuk implementasi kerja dari tim SPG agar dapat ditingkatkan. Hal ini berkenaan dengan pemilihan lokasi tempat SPG bekerja. Akan lebih baik jika mereka tidak hanya bekerja secara *mobile* setiap hari, namun bisa lebih sering untuk *tap in* di sebuah *event* yang memang sudah jelas akan ramai pengunjungnya. Hal ini akan mempermudah kerja SPG, selain itu *event desk* Tokopedia akan bisa dipajang di sana dan mampu meraih minat konsumen secara lebih dibanding SPG hanya berjalan-jalan menggunakan kaos Tokopedia.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian dengan topik *personal selling* dirasa baik untuk diteliti di kemudian hari. Metode *personal selling* merupakan sebuah metode yang mampu menarik minat *niche market*. Pembahasan konsepnya pun harus lebih terperinci, hal ini dikarenakan *personal selling* merupakan sebuah *channel* yang tidak bisa berdiri sendiri, melainkan harus berpasangan dengan media promosi lain, misalnya periklanan, *direct marketing*, *event* maupun *sales promo*.