

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi *Personal selling* dalam memasarkan produk dan bagaimana cara meniQOS dilakukan melalui pendekatan yang terstruktur dan berfokus pada interaksi langsung antara staf IQOS dan pelanggan. Strategi yang di jalankan oleh IQOS sudah sesuai dan mencakup tahapan tahapan *Personal selling*, mulai dari perencanaan, pendekatan awal, penyampaian product knowledge yang lengkap disertai guided trial, hingga penanganan keberatan dan ajakan pembelian tanpa paksaan. Seluruh proses tersebut didukung dengan prinsip *WeCare* yang menekankan aspek interpersonal seperti welcoming, empathy, compassion, assist, respect, dan enable. Tidak lupa dengan memperhatikan keterlibatan emosional pelanggan, pemahaman kebutuhan mereka, dan tindak lanjut melalui program maintenance, lending, serta promosi berkelanjutan yang disampaikan secara langsung maupun digital.

Strategi *Personal selling* dalam penjualan produk IQOS mengutamakan pendekatan personal dalam setiap interaksi dengan pelanggan dewasa. Para staf IQOS dilatih untuk memahami kebutuhan dan keraguan calon pengguna, serta menyampaikan solusi yang tepat melalui edukasi produk secara langsung. Strategi ini dijalankan melalui beberapa tahapan penting, mulai dari identifikasi prospek, pendekatan awal yang ramah, penyampaian product knowledge disertai guided trial, hingga penanganan keberatan tanpa paksaan, penawaran program peminjaman (lending), penutupan penjualan, dan tindak lanjut setelah pembelian. Staf IQOS tidak hanya menjalankan strategi *Personal selling* dengan efektif, tetapi juga memastikan bahwa komunikasi, sikap profesional, dan SOP seperti prinsip *WeCare* selalu diterapkan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan

Melalui penerapan yang konsisten dari strategi *Personal selling*, tim penjualan IQOS memastikan bahwa setiap staf IQOS mampu membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan pelanggan dewasa dan meningkatkan kepuasan pengguna. Pendekatan

ini di dukung dengan aspek-aspek *Personal selling*, di mana staf IQOS berupaya menciptakan nilai tambah melalui edukasi produk yang personal, layanan purna jual yang aktif, serta komunikasi yang berkelanjutan, termasuk melalui program peminjaman (lending) dan tindak lanjut (follow-up) secara berkala. Strategi ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap kebutuhan individu pelanggan dan memberikan pengalaman yang relevan tanpa adanya unsur pemaksaan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan dihargai dalam proses pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Personal selling* diimplementasikan dengan baik oleh para staf IQOS dalam menerapkan konsep serta teori dengan benar. Mereka tidak hanya mampu menjelaskan produk secara efektif, tetapi juga menciptakan pendekatan yang berpusat pada pelanggan dewasa dengan membangun komunikasi yang personal dan responsif. Strategi ini memungkinkan staf IQOS memberikan nilai tambah melalui edukasi produk, demonstrasi langsung, dan layanan seperti program peminjaman perangkat serta tindak lanjut berkala. IQOS juga memberikan pelatihan intensif dan berkelanjutan bagi seluruh staf untuk memastikan bahwa strategi penjualan dijalankan secara konsisten dan sesuai dengan standar layanan yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, strategi *Personal selling* yang diterapkan oleh IQOS juga fokus dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti menuliskan saran praktis dan saran akademis terkait dengan strategi *Personal selling* yang dilakukan oleh For Ours Group dalam memberikan layanan kepada nasabah, yaitu sebagai berikut

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini menghasilkan beberapa saran akademis yang diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa yang tertarik dengan topik strategi *Personal selling*. Disarankan agar penelitian ke depan dapat mendalami topik ini dengan pendekatan yang berbeda, misalnya pendekatan kuantitatif, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang efektivitas strategi *Personal selling* yang diterapkan oleh IQOS. Alternatif

lainnya, penelitian bisa difokuskan pada analisis perbandingan antara strategi *Personal selling* dan strategi digital marketing dalam mencapai kepuasan pelanggan, atau mengeksplorasi dampak teknologi terkini terhadap praktik *Personal selling* dan hubungan antara brand dan konsumen dewasa.

5.2.2 Saran Praktis

Strategi *Personal selling* yang sudah diterapkan oleh IQOS dalam menjual produknya sudah cukup baik. Namun, penulis memiliki beberapa saran untuk IQOS ke depannya:

- Penerapan strategi *Personal selling* oleh IQOS telah memanfaatkan teknologi digital dengan cukup baik, namun masih terdapat peluang untuk memperluas pemanfaatan media sosial dalam mendukung strategi tersebut. Dengan meningkatkan keberagaman platform media sosial yang digunakan serta menggabungkan kreativitas dan inovasi dalam penyampaian konten, strategi *Personal selling* IQOS dapat menjadi lebih efektif dan adaptif dalam menghadapi persaingan di era digital.
- Staf IQOS yang baru sebaiknya diberikan pelatihan yang lebih intensif dan komprehensif sebelum mulai berinteraksi langsung dengan konsumen. Mengadakan sesi berbagi pengalaman dengan staf yang lebih senior serta pelatihan mendalam mengenai produk, komunikasi, dan strategi *Personal selling* akan membantu staf baru untuk lebih siap dan percaya diri. Dengan demikian, mereka akan mampu menjalankan strategi *Personal selling* secara optimal dan profesional.