

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Penerapan *Field Selling* Sebagai Bagian Dari *Personal Selling* Rumah Subsidi PT Inti Sarana Putra Perkasa Serang Banten, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa berjalan tidak efektif, meskipun menghadapi beberapa tantangan. *Sales marketing* secara terstruktur menyiapkan materi promosi yang menarik dan informatif, seperti katalog dan video, serta menentukan target prospek yang potensial berdasarkan lokasi strategis dan kemampuan finansial. Penjadwalan kunjungan diatur oleh *Supervisor Marketing*, memungkinkan tim sales untuk melakukan canvassing tanpa perlu janji terlebih dahulu dengan calon konsumen. Selama kunjungan lapangan, tim sales melakukan perkenalan yang profesional, mendengarkan kebutuhan calon pembeli dengan seksama, dan memberikan presentasi produk yang terstruktur serta fokus pada manfaat utama dari perumahan yang ditawarkan. Tim *sales marketing* menggunakan alat bantu visual untuk membantu calon pembeli memvisualisasikan properti. Upaya untuk menangani keberatan konsumen dilakukan dengan bijak dan meyakinkan, serta penutupan penjualan ditekankan pada ajakan untuk bertindak segera. Tindak lanjut pasca-penjualan juga dilakukan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan

membangun hubungan jangka panjang. Secara keseluruhan, penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa menunjukkan langkah-langkah yang harus lebih di tingkatkan efektifitasnya dalam menjangkau dan memenuhi kebutuhan konsumen rumah subsidi.

2. Penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa menghadapi tantangan yang menghambat efektivitasnya. Hambatan terkait persiapan, seperti kesulitan dalam mengumpulkan data demografis yang akurat dan terkini serta kendala dalam analisis data, menyebabkan sales tidak dapat mengidentifikasi prospek potensial dengan tepat. Hal ini mengakibatkan pemborosan waktu dan sumber daya, serta menurunkan efektivitas upaya penjualan. Di sisi lain, hambatan terkait presentasi produk, yaitu ketiadaan rumah contoh yang sudah jadi, mengurangi kemampuan sales untuk memberikan penjelasan yang komprehensif dan meyakinkan kepada calon pembeli. Alat bantu visual seperti katalog dan video meskipun berguna, tidak sepenuhnya menggantikan pengalaman langsung melihat dan merasakan properti. Kekurangan ini membuat calon pembeli lebih sulit untuk membuat keputusan pembelian, menuntut *sales marketing* untuk bekerja lebih keras dalam membangun kepercayaan dan memberikan informasi yang mendetail serta relevan.

B. Saran

1. Meskipun penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa berjalan dengan tidak efektif, terdapat beberapa area yang dapat ditingkatkan untuk lebih optimal dalam menjangkau dan memenuhi kebutuhan konsumen rumah

subsidi. Disarankan agar tim *sales marketing* lebih memperdalam pengetahuan produk dan strategi penjualan melalui pelatihan berkelanjutan serta pengembangan keterampilan komunikasi yang lebih persuasif. Selain itu, peningkatan penggunaan teknologi seperti aplikasi yang terintegrasi dengan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) memungkinkan tim *sales* untuk memperbarui status prospek dan pelanggan langsung dari lapangan. Ini mempermudah manajemen untuk memantau perkembangan setiap prospek dan menyesuaikan strategi penjualan jika diperlukan. Memperkuat hubungan dengan konsumen melalui program loyalitas dan tindak lanjut yang lebih personal juga bisa meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Dengan mengoptimalkan strategi ini, efektivitas *field selling* diharapkan dapat meningkat secara signifikan, sehingga dapat bersaing lebih baik dengan metode pemasaran lainnya.

2. Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa, disarankan untuk memperkuat strategi pengumpulan dan analisis data demografis melalui penggunaan teknologi canggih, seperti sistem *Customer Relationship Management* CRM yang terintegrasi dengan data analisis, untuk membantu tim *sales marketing* mengidentifikasi prospek potensial secara lebih akurat. Selain itu, pembangunan rumah contoh di lokasi strategis harus diprioritaskan agar calon pembeli dapat merasakan langsung pengalaman properti yang ditawarkan. Penggunaan alat bantu visual tetap penting, namun harus dilengkapi dengan presentasi yang lebih interaktif dan realistis. Dengan demikian, efektivitas

upaya penjualan dapat ditingkatkan melalui penggunaan data yang lebih baik dan pengalaman produk yang lebih nyata bagi calon pembeli.