

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Peneliti telah melakukan penelitian tentang aktifitas *personal selling* dengan metode deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan teknik wawancara mendalam kepada Nikolas Deni Firma selaku pemilik Koling (Kopi Keliling), Ryan selaku barista di Koling (Kopi Keliling), Fauzi selaku konsumen Koling (Kopi Keliling) yang sudah pernah melakukan *repeat order*, dan Arief selaku konsumen Koling (Kopi Keliling) yang baru. selain menggunakan teknik wawancara, peneliti juga mendapatkan data dari dokumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Koling (Kopi Keliling) menunjukkan bahwa *marketing communication* yang terjadi di kedai – kedai kopi cenderung menggunakan pendekatan *personal selling* , karena kedai kopi sekarang ini tidak hanya sekedar ingin menjual kopi saja, tetapi juga ingin mengedukasi para pembelinya terkait kopi. edukasi – edukasi ini dilakukan karena dimana Indonesia adalah negara ke tiga penghasil kopi dunia, maka para penjual atau pemilik kedai kopi ingin mendorong masyarakat lebih mengetahui lagi tentang kopi. *Personal selling* itu sendiri dipilih karena *personal selling* memiliki sifat *personal confrontation* atau hubungan yang hidup, atau interaktif, lalu *cultivation* atau memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari jual beli sampai hubungan yang lebih akrab, lalu yang terakhir ada *response* yaitu menciptakan situasi dimana

mengharuskan pelanggan untuk mendengar dan menanggapi. Dengan beberapa sifat – sifat yang dimiliki oleh *personal selling* ini maka tidak heran bila *personal selling* lebih dipilih untuk dipergunakan didalam proses edukasi terhadap kopi yang dilakukan oleh para penjual atau pemilik kedai kopi.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Pemilik dari Koling (Kopi Keliling) harus tetap menjaga strategi *unique selling point* yang juga mereka lakukan untuk membantu berjalannya aktifitas *personal selling* , atau harus memikirkan lagi strategi lain yang juga bisa menyukseskan aktifitas *personal selling* ini demi tetap bisa mengenalkan biji kopi kepada masyarakat di Yogyakarta.
2. Pihak dari Koling (Kopi Keliling) atau pemilik sebaiknya memperhatikan lagi masalah *recruitment*, walaupun bila akhirnya akan ada pelatihan yang diberikan nantinya kepada calon tenaga penjual, akan lebih baiknya menggunakan beberapa syarat – syarat untuk mendapatkan calon tenaga penjual. Dengan diberikannya syarat – syarat tertentu maka lebih besar kesempatan untuk mendapatkan calon tenaga kerja yang sudah berkompeten. Bila sejak awal sudah berkompeten, kemungkinan untuk terjadinya pemberhentian kerja calon tenaga penjual selepas praktek di awal akan berkurang.
3. Dalam menjalankan beberapa – beberapa aspek kriteria penting dalam *personal selling* seperti *salesmanship*, *negotiating*, *relationship marketing*

dan beberapa sifat – sifat dan fungsi *personal selling* seperti *personal confrontation, cultivation, response* harus diperhatikan lagi karena dari hasil penelitian yang peneliti lakukan masih ada kekurangan – kekurangan.