

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengenai Komunikasi Atasan Dengan Bawahan Dalam Proses Penjualan Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Antara Atasan Dengan Bawahan Dalam Proses Penjualan Produk Pada Divisi *Direct Sales Force* Cikarang Utara) dapat ditarik kesimpulan bahwa proses komunikasi antara atasan dan bawahan yang dalam hal ini adalah supervisor dan para sales terbagi dalam dua bentuk yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal yang terjadi pada saat melakukan aktivitas *briefing* pagi, *open booth*, kunjungan *site*, kerjasama dengan komunitas atau travel umrah, dan aktivitas diluar pekerjaan seperti makan bersama atau liburan bersama.

Bentuk komunikasi internal yang ada di divisi *direct sales force* adalah komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal terlihat dari komunikasi yang terjadi antara supervisor dan para sales pada saat melakukan *briefing* pagi, *open booth*, dan kunjungan *site*. Sedangkan komunikasi horizontal terlihat dari komunikasi yang dilakukan oleh sesama sales pada saat *briefing* pagi. Komunikasi vertikal dan horizontal juga terlihat pada saat *supervisor* dan para sales melakukan makan bersama ataupun liburan bersama. Selain itu komunikasi vertikal juga bisa dilihat dari percakapan grup internal *supervisor* dan para *sales* ketika *supervisor* membagikan pesan mengenai perkembangan pencapaian target penjualan dari masing-masing *sales* dan juga pada saat *supervisor* meminta para *sales* untuk membuat laporan terkait kunjungan *site* yang sudah dilakukan oleh para *sales*. Sedangkan bentuk komunikasi eksternal yang ada di divisi *direct sales force* terlihat pada saat aktivitas *open booth*, kunjungan *site*, dan kerjasama komunitas atau travel umrah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran kepada PT. Elkomindo Mitra Mandiri khususnya divisi *direct sales force* sebagai berikut :

1. Diharapkan ketika para *sales* mengalami kesulitan saat berjualan seperti persaingan harga atau sepi pembeli, para *sales* bisa melakukan penjualan secara online melalui media sosial.
2. Ketika para *sales* memiliki informasi atau kenalan terkait komunitas atau travel umrah diharapkan bisa melakukan kerjasama dengan pihak terkait tanpa harus menunggu *supervisor* yang mengurus kerjasama tersebut karena hal tersebut bisa menjadi bahan pembelajaran dan menambah pengalaman untuk para *sales*.
3. Dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan referensi dan lebih dikembangkan lagi dalam hal komunikasi organisasi antara atasan dengan bawahan khususnya dengan mengkaji komunikasi antara atasan dan bawahan pada divisi lain. Selain itu peneliti juga bisa mengkaji tema penelitian komunikasi organisasi antara atasan dengan bawahan menggunakan metode kuantitatif sehingga bisa menunjukkan sebuah kebaruan dari penelitian tersebut.