BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai peran sales dalam menjalin hubungan dengan konsumen perumahan Summarecon Bekasi, dapat disimpulkan bahwa *personal selling* adalah strategi utama yang mencakup dalam membangun hubungan dengan konsumen. Proses *personal selling* yang mencakup tahapan memilah dan menilai, pra-pendekatan, pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan, penutupan penjualan, dan tindak lanjut, menjadi kunci keberhasilan sales dalam menciptakan kepercayaan dan kenyamanan konsumen. Sales tidak hanya berfokus pada penjualan produk tetapi juga membangun hubungan jangka panjang melalui komunikasi yang personal dan relevan.

Tahapan pra-pendekatan membantu sales memahami kebutuhan awal konsumen dan menciptakan kesan pertama yang positif. Pendekatan yang personal dan empatik membuat konsumen merasa dihargai. Selanjutnya, presentasi produk secara langsung, seperti kunjungan ke show unit, memberikan gambaran nyata mengenai kualitas dan nilai produk. Dalam mengatasi keberatan, sales menggunakan pendekatan fleksibel dengan menawarkan solusi yang sesuai kebutuhan konsumen, seperti diskon atau alternatif produk. Penutupan penjualan dilakukan dengan memastikan semua kekhawatiran konsumen terjawab, yang membantu mereka merasa yakin untuk membeli. Setelah penjualan selesai, tindak lanjut yang konsisten melalui komunikasi berkelanjutan dan dukungan purna jual membantu membangun loyalitas konsumen dan membuka peluang untuk mendapatkan rekomendasi dari mereka.

Hasil penelitian ini juga menyoroti pentingnya pelatihan rutin yang diberikan kepada sales. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi

Peran Sales.., Naufal Affan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

teknis seperti kemampuan komunikasi dan presentasi, tetapi juga membantu mereka menghadapi berbagai tantangan dalam memenuhi ekspektasi konsumen, terutama pada industri properti di pasar yang kompetitif.

Secara keseluruhan, peran sales tidak hanya berfokus pada pencapaian target penjualan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan konsumen. Strategi *personal selling* yang diterapkan telah mampu menciptakan pengalaman konsumen yang positif, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat citra Summarecon Bekasi sebagai pengembang properti yang unggul.

5.2 Saran

Saran penelitian mendatang dapat mengeksplorasi lebih dalam pengaruh teknologi digital, seperti penggunaan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) atau media sosial, dalam mendukung strategi *personal selling.* Fokus pada inovasi digital dapat memberikan wawasan baru terkait adaptasi strategi pemasaran dalam era digital. Selain itu, menggali pengalaman konsumen yang tidak melakukan pembelian dapat membantu memahami faktor penghambat keberhasilan strategi *personal selling.* Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih besar dalam pengembangan ilmu komunikasi pemasaran, khususnya pada sektor properti, serta memberikan panduan yang lebih komprehensif bagi para praktisi pemasaran.