

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian pada bab-bab yang telah dijelaskan sebelumnya maka pembahasan dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Peranan salesmanship pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru adalah memberikan informasi produk yang berkualitas, membujuk/ mempengaruhi para konsumen agar menggunakan mobil yang ditawarkan, dan menyampaikan kepada konsumen keunggulan-keunggulan produk tersebut dan melakukan kegiatan pameran, menyebarkan brosur dan pemberian khusus kepada konsumen yang loyal dengan tujuan agar volume penjualan dapat tercapai sesuai target yang telah ditetapkan oleh PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru.
2. Kendala-kendala yang dihadapi salesmanship adalah masalah kondisi ekonomi masyarakat, persaingan usaha dengan produk usaha yang sejenis, perilaku sales dan perilaku konsumen sendiri.
3. Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka penulis mengemukakan bahwa peranan salesmanship dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru adalah pada umumnya tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam, Pada dasarnya produk yang ditawarkan melalui promosi salesmanship memiliki kualitas yang tinggi dan baik, sebagaimana yang disampaikan PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru

melalui salesman maupun brosur, namun ada juga yang belum sesuai seperti membantu konsumen dalam memberikan data yang tidak benar demi memudahkan proses pencairan pinjaman.

B. SARAN

1. Diharapkan kepada sales agar dapat memberikan informasi tentang produk perusahaan secara jujur, terbuka tanpa menghilangkan tujuan utama salesmanship sebagai *persuasive* (mempengaruhi/ membujuk).
2. Diharapkan pada sales PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru untuk dapat melakukan promosi yang semakin bervariasi, mengingat semakin bervariasinya promosi salesmanship dan semakin ketatnya persaingan menembus pasar.
3. Disamping itu harapan penulis penelitian ini tidak sampai disini saja, diharapkan kepada teman-teman mahasiswa untuk dapat melakukan penelitian lebih lanjut sehingga hasil penelitian ini lebih sempurna.
4. Diharapkan kepada masyarakat untuk dapat memahami fungsi salesmanship sebagai pemberi informasi (*informing*), mempengaruhi konsumen (*persuasive*) dan sebagai pengingat akan keberadaan produk perusahaan.