

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan di atas dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, relasi sosial yang terbentuk antara *salesman* dan konsumen berlangsung dalam dua tipe yaitu tipe simetris dan tipe asimetris. Bentuk-bentuk relasi tersebut dipengaruhi oleh besar kecilnya kepentingan masing-masing. Hubungan yang saling menguntungkan dan saling ketergantungan antara *salesman* dan konsumen akan membentuk suatu relasi yang bersifat simetris. Sebaliknya, *salesman* yang sangat berharap mendapatkan transaksi penjualan dalam hubungannya dengan konsumen akan menciptakan hubungan yang asimetris ketika konsumen tidak begitu membutuhkan barang yang ditawarkan oleh *salesman*.

*Kedua*, *salesman* membangun relasi sosial dalam rangka meningkatkan penjualannya dengan cara memanfaatkan perkumpulan warga yang ada di tingkat RT maupun RW dan relasinya dengan pelanggan. *Salesman* akan mempromosikan barang-barang di pertemuan tersebut atas seijin ketua PKK di tingkat RT maupun RW. Sedangkan pelanggan dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi calon konsumen lainnya.

*Ketiga*, pemanfaatan relasi sosial antara *salesman* dan pengurus PKK maupun dengan pelanggan merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dijalankan oleh *salesman*. Struktur sosial di kampung Dipowinatan secara hierarkis menguntungkan *salesman* karena *salesman* dapat

mempengaruhi secara sosial maupun secara psikologis agar konsumen bersedia membeli barang yang ditawarkannya. Relasi sosial antara *salesman* dan konsumen dimanfaatkan oleh kedua belah pihak baik salesman dan konsumen, dimana *salesman* berharap dapat meningkatkan penjualannya, sedangkan konsumen berusaha mendapatkan barang dengan cara yang lebih mudah dan murah.

*Keempat*, relasi sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk, kemampuan *salesman* dalam mempromosikan produknya, dan cara penjualannya baik kredit atau tunai, dengan bonus atau tidak dengan bonus.

#### **B. Saran-saran**

Beberapa kesimpulan di atas mendorong peneliti untuk mengajukan saran sebagai berikut: Salesman sebaiknya tetap mempertahankan relasi sosial tersebut untuk menawarkan produk-produk yang lainnya karena dengan mempertahankan relasi sosial tersebut akan muncul kepercayaan yang lebih baik dari konsumen kepada salesmannya. Dengan kepercayaan tersebut, apa pun yang ditawarkan oleh salesman akan mendapat respon yang lebih baik. Untuk itu, salesman harus dapat berperan sebagai pelayan yang baik dalam rangka melayani kebutuhan-kebutuhan pelanggannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damsar, 1995, *Sosiologi Ekonomi*, Rajawali Press, Jakarta ✓
- Engel, Blackwell, Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi keenam Jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Gold, C.S., 1986, *Memantapkan Hubungan dengan Pelanggan*, Angkasa, Bandung
- Kartajaya, Hermawan, 1996, *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid I Edisi kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., 1996, *Marketing*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta
- Maulana dan Theodore Levitt, 1987, *Imajinasi Pemasaran*, Erlangga. Jakarta ✓
- McCarthy dan Perreault, 1995, *Intisari Pemasaran, Sebuah Ancangan Manajerial Global*, Edisi keenam, Jilid I, Binarupa Aksara ✓
- Musa dan Nurfitri, 1988, *Metode Penelitian*, Fajar Agung, Jakarta
- Moleong, L.J., 1990, *Metode Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta
- Poloma, M., 1994, *Sosiologi Kontemporer*, Yayasan Solidaritas Gadjah Mada dan Rajawali Press, Jakarta. ✓
- Ritzer, G., 2003, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Rajawali Press, Jakarta
- Shadily, H. Dan Echols, JM., *Kamus Inggris Indonesia*, Gramedia, Jakarta.
- Sameto, H., 1999, *Proses Pembuatan Marketing Plan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Surakhmad, Winarno, 1990, *Dasar dan Teknik Research*, Tarsito, Bandung.

Sutopo. H.B., 1998, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta.

Singarimbun, M., dan Efendi, S., 1988, *Metode Penelitian Survei*, Gramedia, Jakarta.

Majalah *Manajemen* No . 142, Juli 2000





**PEDOMAN WAWANCARA  
SALESMAN**

I. Data Informan

Nama : .....

Alamat : .....

Pendidikan : .....

Pendapatan : .....

II. Pertanyaan

A. Latar Belakang Menjadi Salesman

1. Kapan mulai bekerja sebagai salesman?
2. Apa latar belakang Anda memilih profesi ini?
3. Apakah karier sebagai salesman cukup menarik
4. Mengapa Anda memilih berpormosi atau menjual melalui pertemuan PKK?

B. Cara Membangun Relasi Sosial

5. Bagaimana Anda mendapatkan izin untuk mengisi acara di PKK dengan promosi?
6. Berapa lama proses perijinan tersebut selesai?
7. Selain dengan ketua atau pengurus PKK, melalui siapa Anda mendapatkan konsumen?
8. Bagaimana Anda memelihara hubungan dengan PKK agar mudah mendapatkan jadwal promosi?

C. Bentuk-bentuk Relasi Sosial

9. Apakah hubungan Anda dengan konsumen seimbang dan saling membutuhkan?
10. Apakah anda pernah dipanggil oleh pengurus PKK untuk promosi?
11. Apakah konsumen sangat membutuhkan Anda untuk berjualan di pertemuan PKK?

12. Ketika ibu-ibu sangat tertarik dengan barang yang Anda promosikan, apakah mereka bersedia mengikuti aturan pembelian/pemesanan yang ada?

III. Strategi Pemasaran

13. Bagaimana Anda memanfaatkan PKK dalam strategi pemasaran Anda?

14. Apa keuntungan atau kemudahan-kemudahan yang Anda dapatkan jika berpromosi melalui pertemuan PKK?

IV. Perilaku Konsumen

15. Bagaimana cara Anda mempresentasikan barang Anda?

16. Apa motif-motif pembelian yang sering Anda ungkapkan agar ibu-ibu PKK bersedia membeli?

**PEDOMAN WAWANCARA  
KONSUMEN**

I. Data Informan

Nama : .....

Alamat : .....

Pendidikan : .....

Pendapatan : .....

Pekerjaan : .....

II. Pertanyaan

1. Bagaimana persepsi Ibu ketika pertama kali bertemu dengan salesman dalam pertemuan PKK?
2. Apa saja yang mendorong ibu untuk membeli barang yang ditawarkan salesman?
3. Menurut Ibu, bagaimana perilaku salesman dalam mempromosikan produknya?
4. Apa keuntungan yang Ibu dapatkan dengan membeli barang kepada salesman?
5. Apakah ibu merasa perlu membangun relasi dengan salesman? Apa alasannya?
6. Ketika salesman tidak datang berpromosi, apa yang Ibu lakukan?
7. Apa hambatan yang Ibu rasakan ketika berhubungan dengan salesman?



NUMBAK ANYAR  
KECAMATAN  
MERGANGSAN

L. TAMAN SISWA

JL. BUNDA  
RAMAN

JL. IREDA 66  
Kant Pura Wisata

BPN

JL. MAKAN

JL. DIPOWINATAN

MANGUNJAYAN

JL. DIPOKUSUMAN

H  
PUJOKUSUMAN

