BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Strategi *personal selling* dalam meningkatkan penjualan di PT. Rizki Mining Pratama diterapkan melalui enam tahapan, di antaranya *prospecting and qualifying, pre-approach, presentation and demonstration, overcoming objections, closing, dan follow-up service*. Teknik pemasaran ini memungkinkan tenaga penjual berinteraksi langsung dengan pelanggan, memberikan informasi detail, serta menyesuaikan penawaran sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, perusahaan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti email dan video conference untuk negosiasi dengan pelanggan internasional. Berdasarkan hasil penelitian, strategi *personal selling* yang diterapkan perusahaan terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperkuat hubungan bisnis dengan pelanggan.
2. Tinjauan etika bisnis Islam dalam strategi *personal selling* pada PT. Rizki Mining Pratama telah sesuai dengan lima prinsip etika bisnis Islam. Prinsip keesaan tercermin dalam komitmen perusahaan menjalankan bisnis dengan nilai-nilai Islam. Prinsip keadilan

diterapkan dengan memastikan transaksi dilakukan secara adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Prinsip kehendak bebas diwujudkan dengan memberikan kebebasan penuh kepada pelanggan dalam pengambilan keputusan. Prinsip tanggung jawab terlihat dalam upaya perusahaan menjaga kualitas produk dan memenuhi kesepakatan. Prinsip kejujuran dijalankan dengan menyampaikan informasi yang jelas dan akurat. Dengan penerapan kelima prinsip ini, strategi *personal selling* di PT. Rizki Mining Pratama terbukti sesuai dengan etika bisnis Islam dan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, saran yang dapat diberikan kepada PT. Rizki Mining Pratama sebaiknya :

1. Memprioritaskan pelatihan bahasa asing bagi tenaga penjual yang sudah ada daripada merekrut tenaga pemasaran baru. Pelatihan ini akan meningkatkan efektivitas komunikasi, mengurangi miskomunikasi dalam negosiasi internasional, dan menjaga hubungan bisnis yang sudah terbangun.
2. Mempertahankan stabilitas hubungan dan meningkatkan daya saing perusahaan agar perusahaan dapat mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan.