

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis pada perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) FM Group yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi persuasif pada perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) FM Group Indonesia untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan cara mengadakan acara *Table Talk Wangi* (TTW), *Gathering* dan *Training* yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi member, konsumen dan calon member. Selain kegiatan persuasive yang dijalankan perusahaan, perusahaan juga menggunakan media persuasive yang dapat menunjang kinerja member dalam mendistribusikan penjualan produk parfum dari perusahaan tersebut. Di dalam strategi persuasive dan media persuasive, perusahaan menggunakan 3 metode komunikasi persuasive pada kegiatan tersebut yaitu, *metode partisipasi*, *metode asosiasi* dan *metode icing device*. Dan perusahaan juga menerapkan Formula AIDA (*Attention, Interest,*

Desire, Action) untuk menunjang peningkatan penjualan produk tersebut.

2. Pendukung dan penghambat yang diterima oleh perusahaan FM Group Indonesia untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif adalah :

a. Pendukung : Pengelolaan Media Staterkit yang di desain secara menarik dan di lengkapi dengan media persuasive berupa Tester, Aplikasi parfum finder dan reward yang berbeda dari perusahaan lainnya selain itu juga, di Indonesia sendiri belum ada perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) dalam bidang parfum di Indonesia, harga parfum yang sangat hemat atau murah dengan kualitas *original* Eropa, dengan melihat gaya hidup modern yang menjadikan parfum sebagai penunjang tampilan mereka untuk bersosialisasi.

b. Penghambat : Keterbatasannya sumber daya atau keterampilan member (distributor) dan citra perusahaan itu sendiri terhadap mindset orang Indonesia masih banyak yang berpikiran negatif tentang perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM).

B. Saran

Beberapa saran berikut ditujukan untuk kemajuan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) FM Group, diantaranya adalah :

1. Bagi perusahaan FM Group, harus lebih menciptakan terobosan-terobosan terbaru lagi untuk meningkatkan penjualan dan penyebaran *member* di Indonesia dengan mengadakan kegiatan-kegiatan persuasive lainnya yang mampu memberikan respon positif bagi perusahaan tersebut.
2. Bagi *member* FM Group, diharapkan dalam melakukan proses penjualan ataupun prospek *member* baru menggunakan cara persuasive yang baik dan benar, selain mencari keuntungan dalam penjualan, juga *member* harus terus berusaha lebih mengunggulkan produk parfum FM Group.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang juga menggunakan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) sebagai obyek penelitiannya, diharapkan agar penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi dan referensi dalam proses penelitian selanjutnya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan difokuskan pada strategi komunikasi persuasif. Untuk penelitian selanjutnya dengan metode yang sama, diharapkan untuk fokus pada tema penelitian yang berbeda demi menghasilkan

penelitian yang lebih beragam dengan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) sebagai obyeknya.

