

Penyuluhan Dan Pendampingan Metode Salesmanship Pada Bengkel Srijaya Mobil Surabaya

Anton Eko Yulianto¹, Novianto Eko Nugroho²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya, Indonesia

antonekoyulianto@stiesia.ac.id

Abstrak: Tujuan pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui kegiatan "Penyuluhan dan Pendampingan Metode Salesmanship Pada Bengkel Srijaya Mobil Surabaya untuk lebih meningkatkan kualitas tenaga penjualan pada bengkel tersebut. Perusahaan disini akan diperkenalkan konsep bagaimana para tenaga penjualan melakukan aktivitas salesmanship berdasarkan step implementasi salesmanship yang biasa dilakukan dalam proses personal selling dalam hal ini memasarkan service dan pelayanan dari bengkel Srijaya Mobil. Metode Pelaksanaan kegiatan melalui empat tahapan yaitu persiapan, penyuluhan Materi Salesmanship, Monitoring dan Evaluasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan masih banyak pengamatan step demi step yang harus dibenahi bengkel ini untuk lebih meningkatkan kualitas tenaga penjualan dalam mencari dan mempertahankan customer yang ada.

Kata Kunci: Salesmanship, Step Implementasi Salesmanship

Abstract: *The purpose of community service carried out through the activity "Counselling and Assistance on Salesmanship Methods at Srijaya Mobil Surabaya Workshop to further improve the quality of salespeople at the workshop. The company here will be introduced to the concept of how salespeople carry out salesmanship activities based on the salesmanship implementation steps commonly carried out in the personal selling process in this case marketing services and services from the Srijaya Mobil workshop. The method of implementing activities through four stages, namely: preparation, counselling Salesmanship material, Monitoring and Evaluation. The results of this activity show that there are still many step-by-step observations that must be addressed by this workshop to further improve the quality of salespeople in finding and maintaining existing customers.*

Keywords: Salesmanship, Step Implementasi Salesmanship

Pendahuluan

Pada pertengahan abad ke-19 perintis ilmu penjualan adalah John Wanamaker (1865) di Amerika Serikat. Ia terkenal dengan "service Principle", yaitu prinsip yang mengharuskan seorang tenaga penjual memberikan pelayanan (service) yang baik, serta mutu (kualitas) produk yang terbaik, dengan demikian pasar akan tumbuh dihadapannya.

Pada tahun 1984 Arthur E, Sheldon mengembangkan "service principle" menjadi "personal selling" dan dirubah menjadi "science of salesmanship". Dengan perubahan tersebut akhirnya Arthur E, Sheldon dinyatakan sebagai "pionir" pada ilmu menjual.

Salesmanship merupakan suatu kemampuan yang sekaligus menunjukkan loyalitas penjual, kualitas produk yang dijual, atau peranan penjual dalam pendekatan kepada seseorang atau orang lain, sehingga dapat membentuk suatu titik keputusan untuk menetapkan hak utama sebagai individu dalam menetapkan kesempatan milik atau minat. Alasan utama mengapa orang memilih pekerjaan sebagai salesman yaitu banyaknya jenis dari pekerjaan perdagangan dan jasa yang ada, kebebasan untuk menjadi diri sendiri, tantangan dalam penjualan, kesempatan maju dalam suatu perusahaan dan pengahargaan dari karir sebagai seorang tenaga penjual.

Salesmanship sangat erat hubungan dengan penjualan, pemasaran, dan produk. Kebanyakan orang menghindari menjadi salesman. Padahal menjadi seorang salesman adalah hal yang sangat menantang dan dapat menambah link kerja maupun relasi, salesman dapat diartikan suatu kemampuan yang sekaligus menunjukkan loyalitas penjual, kualitas produk yang dijual, atau peranan penjual dalam pendekatan kepada seseorang atau orang lain, sehingga dapat membentuk suatu titik keputusan untuk menetapkan hak utama sebagai individu dalam menetapkan kesempatan milik atau minat. Dalam bekerja para Salesman harus pandai mencari teknik-teknik dalam menggaet konsumennya. Usaha persaingan yang tinggi dalam industri menyebabkan pembeli berhadapan dengan banyaknya pilihan produk dan jasa yang relatif serupa. Kondisi ini menuntut tenaga penjual tidak hanya bekerja lebih "keras" tetapi juga harus semakin trampil dalam menjual. Keberhasilan penjualan bergantung tidak hanya pada produk dan jasa yang berkualitas tetapi juga pada ketrampilan menjual yang dimiliki oleh tenaga penjual. Seorang penjual yang baik harus mampu melibatkan pelanggan dalam setiap tahap penjualan sehingga diharapkan pelanggan akan puas.

Menurut James Gwee semakin banyak Anda membaca buku dan belajar mengenai penjualan, semakin sering Anda menyadari dan mengerti satu kebenaran dalam dunia penjualan. The truth is: There is nothing new about selling (tidak ada yang baru dalam hal menjual). Kenyataannya, setelah Anda meninggalkan semua jargon dan istilah-istilah keren dalam dunia penjualan, maka ada 4 aspek yang menurut James Gwee penting dalam dunia penjualan (4 Prinsip Dasar – basic principles). Apa sajakah itu?

1. *Selling is a process* (Menjual adalah proses)

Seperti halnya aktivitas lain, penjualan adalah sebuah proses. Penjualan adalah mata rantai dari kegiatan-kegiatan lain. Jika Anda menjalankan rangkaian kegiatan dengan benar, atau jika Anda menjalankan setiap tahapan dalam proses penjualan dengan benar, Anda memiliki kesempatan besar untuk dapat menjual dengan lebih baik

2. *Selling is a numbers game* (Menjual adalah permainan angka)

Penjualan adalah permainan angka. Sebenarnya, penjualan didasarkan atas Hukum Rata-rata. Lebih banyak prospek, lebih besar kesempatan Anda. Lebih banyak Anda menawarkan, lebih besar kemungkinan Anda melakukan closing. Lebih banyak pelanggan bahagia yang Anda miliki, lebih besar kesempatan bagi Anda untuk memperoleh referensi dari mereka. Ini hanya masalah "semakin banyak....semakin baik."

3. *Selling is all about having good interpersonal communication & relationship* (Menjual adalah tentang hubungan dan komunikasi inter-personal)

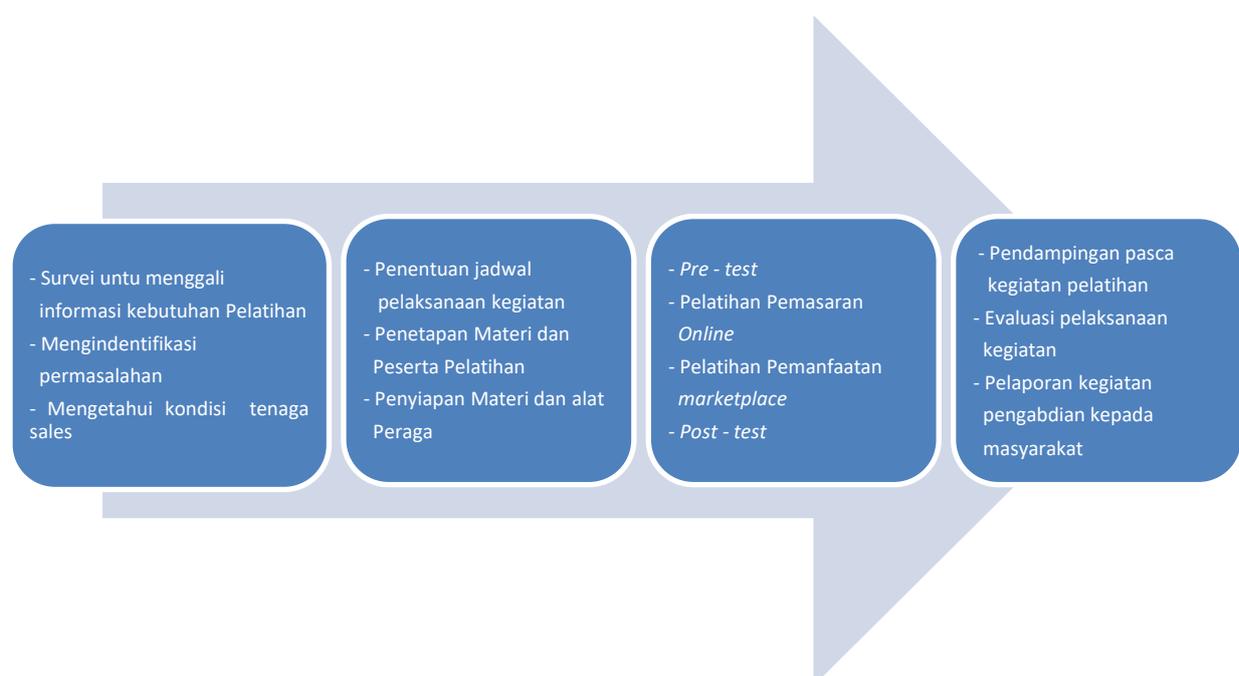
Penjualan adalah masalah kemampuan komunikasi dan membina hubungan. Kita adalah makhluk sosial. Kita membuat keputusan lebih karena emosi dibandingkan rasional (lihat "Marketing in Venus" dari Hermawan Kartajaya).

Berdasarkan latar belakang diatas maka Bengkel Srijaya Motor Surabaya dipandang perlu mengadakan kegiatan Penyuluhan Salesmanship untuk tenaga Sales bengkel tersebut dengan mengundang Tenaga Penyuluh dari STIESIA Surabaya yaitu Anton Eko Yulianto, S.E, M.M dan Novianto Eko Nugroho, S.E., M.PSDM

Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan oleh tim PkM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Kegiatan berlangsung dari bulan Maret 2023 sampai dengan Agustus 2023, dilaksanakan di Bengkel Srijaya Motor Surabaya. Adapun metode pelaksanaan meliputi urutan kegiatan seperti pada gambar 1 dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Tahap persiapan*, yaitu melakukan survey dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat pelatihan, mengidentifikasi permasalahan, mengetahui kondisi tenaga sales serta menetapkan sasaran dalam pelatihan. Penentuan jadwal dengan mitra perusahaan. Selain itu pada tahap persiapan juga mempersiapkan materi dan alat peraga untuk digunakan pada pelatihan sesuai hasil survey.
2. Pelaksanaan Pelatihan, meliputi kegiatan Pelatihan yang berupa teori dan praktek, untuk mengukur keberhasilan pelatihan, dilakukan pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan.
3. Pendampingan, Evaluasi dan pelaporan, meliputi kegiatan evaluasi keberhasilan pelatihan dan pelapor.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

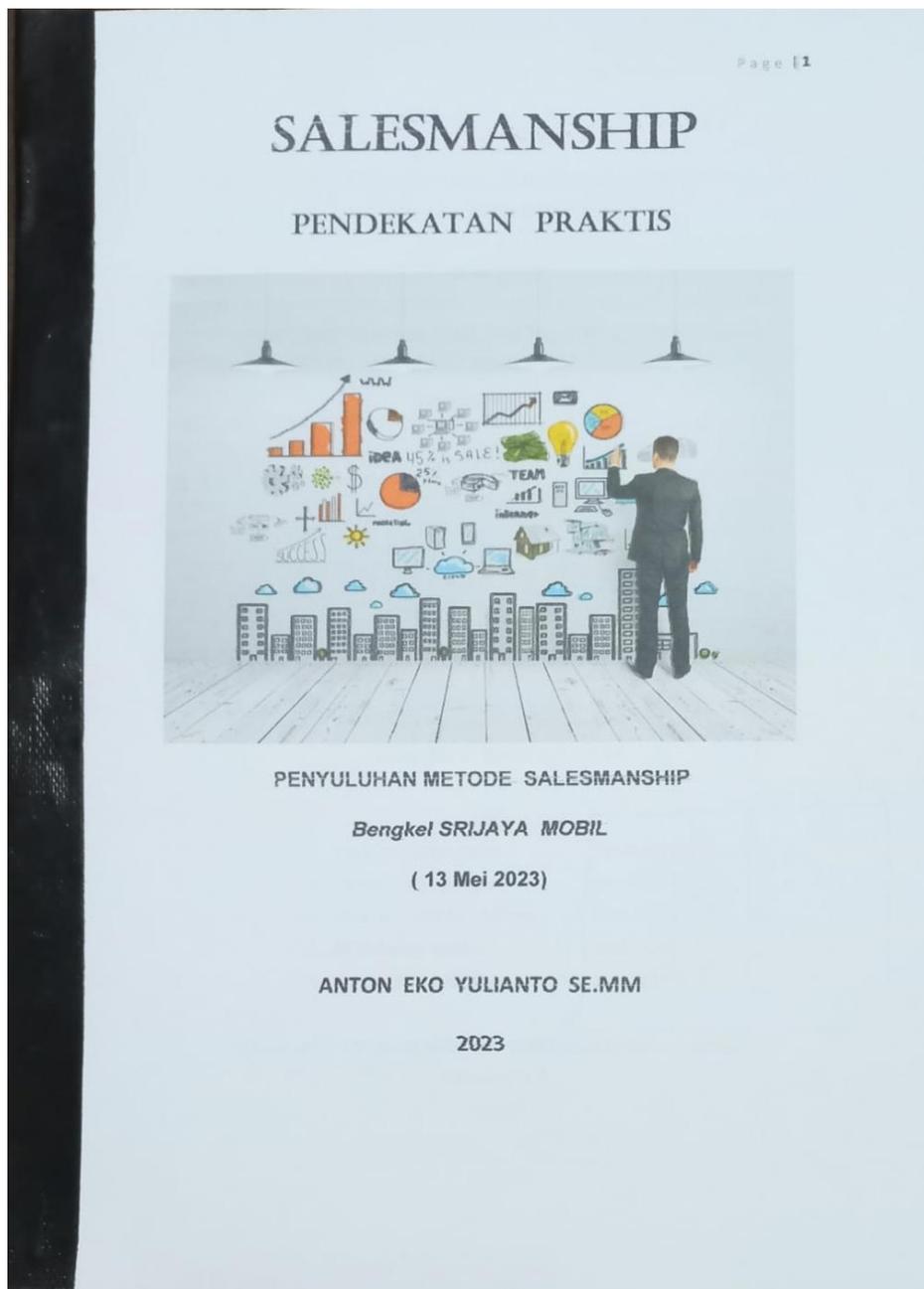
Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Penyuluhan dan pendampingan Metode Salesmanship untuk Tenaga Sales pada bengkel Srijaya Motor terdiri dari 2 kegiatan pokok yaitu :

A. Persiapan Penyuluhan dan Pendampingan

Sebelum kegiatan Anton Eko Yulianto,SE.MM melakukan persiapan Penyuluhan kegiatan ini yang dibantu oleh Novianto Spsi, M,psi . Persiapan kegiatan berupa survei awal obyek kegiatan yaitu :

- Penyiapan dan pembuatan materi Penyuluhan Salesmanship
- Pendataan Peserta penyuluhan dari CV Srijaya Mobil



Gambar 1. Modul Materi Penyuluhan Metode *Salesmanship*

B. Kegiatan Penyuluhan

Kegiatan Penyuluhan ini dilaksanakan di ruang kantor bengkel Srijaya Mobil Jalan Petemon Barat 94 Surabaya pada hari Sabtu tanggal 13 Mei 2023. Kegiatan berlangsung dari pukul 10.00 sampai dengan pukul 14.00 diselingi ISHOMA. dengan urutan acara:

- Materi Sessi 1-Dasar Dasar Salesmanship
- ISHOMA
- Materi sesi 2- Praktek Salesmanship

Jumlah peserta yang mengikuti Kegiatan ini adalah 7 orang dengan perincian:

- 1 orang Direktur
- 1 orang Admin
- 5 orang tenaga Salesman

Dalam kegiatan ini peserta diberikan materi dasar-dasar Salesmanship yang kemudian disusul penerapan pada bengkel Srijaya Mobil Surabaya. Materi penyuluhan disampaikan di ruangan Admin dari bengkel Srijaya Motor. Metode yang dipakai adalah penerapan dari semua step proses Salesmanship yang ada dalam buku Modul pelatihan Salesmanship.



Gambar 2. Foto Kegiatan Penyuluhan di bengkel Srijaya Mobil Surabaya

Hasil Pelatihan

A. Monitoring

Monitoring dilaksanakan selama seminggu yaitu pada tanggal 14 – 21 Mei 2023. Disini Direktur Srijaya Mobil melakukan pemantauan yang telah dibahas di Materi Salesmanship dan melakukan kontrol aktivitas hariannya daripada tenaga Sales yang beroperasi di lapangan dan bukti lembar kerja harian Sales dengan terus berkoordinasi dengan Bapak Anton Eko Yulianto, S.E., M.M menggunakan media WA pada HP.

B. Evaluasi

Kemudian pada tanggal 25 Mei 2023 diadakan evaluasi antara penyuluh program bersama Direktur Srijaya Mobil akan pelaksanaan Kegiatan dan didapatkan Hasil sebagai berikut :

1. Untuk *Step Prospecting*

Hasil Monitoring menunjukkan bahwa perlu dilakukan pemetaan intensi calon customer potensial pengguna bengkel baik pelanggan perusahaan maupun pribadi dengan baik melalui berbagai macam data base di internet, instansi dan media sosial

2. Untuk *Step Approach*

Keberanian para tenaga penjualan untuk aktif melakukan pendekatan menggunakan berbagai media diatas harus lebih ditingkatkan lagi . Bukan hanya menyebarkan informasi ke berbagai media sosial tapi aktif melakukan kontak kontak personal melalui berbagai media sosial tadi di internet

3. Untuk *Step Presentation*

Harus lebih berani menjelaskan keunggulan dari Bengkel Srijaya Motor atas pelayanannya terhadap Konsumen yang tidak dipunyai oleh kompetitor secara jelas terhadap calon customer yang ditemui secara *offline* dan *online*

4. Untuk *Step Closing*

Tenaga penjualan lebih sering mendapat *closing customer* baru setelah mengikuti penyuluhan Metode Salesmanship

5. Untuk *Step Maintenance Customer*

Masih kurang optimalnya pemanfaatan data base customer yang ada agar customer yang bisa didapat dapat terlayani dengan baik agar terjadi *repeat order*

Kesimpulan

1. Sistem Insentif harus diberlakukan dengan transparan terhadap para salesman agar merasa termotivasi dalam mendapatkan customer.
2. Database marketing customer yang ada sejak tahun 2015 harus dioptimalkan untuk dan diolah lagi untuk memilah milah mana pelanggan potensial dari bengkel itu. Perlu membuat Data Base Customer yang lengkap yang datanya bisa dipakai untuk lebih melayani customer secara lebih personal.

Ucapan Terima Kasih

Tim Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya mengucapkan terima kasih kepada direktur dan karyawan bengkel Srijaya Motor Surabaya yang telah diberi kesempatan untuk melakukan dan memberikan kontribusi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dari temuan di lapangan dapat secara langsung maupun tidak langsung dijadikan sebagai bahan masukan dan evaluasi dalam menentukan kebijakan perusahaan.

Referensi

- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). Manajemen corporate dan strategi pemasaran jasa pendidikan. *Bandung: Alfabeta*, p154.
- Baduara, S., & Sirait, S. M. (1993). *Salesmanship: ilmu dan seni menjadi penjaul yang sukses*. Bumi Aksara.
- Febrianto, N. S. (2009). *Analisis penerapan Salesmanship pada Salesman Freelance Onderdil sepeda motor di daerah Malang: Kajian Prinsip Salesmanship Sutojo dan Baduara* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2. *Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia*.
- Sutojo, S. (2003). *Salesmanship keahlian menjual barang dan jasa*. *Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka*.