

ABSTRAK

PERANAN TENAGA PENJUAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT TUNAS DWIPA MATRA

Oleh

Putri Hastina

PT Tunas Dwipa Matra merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan dan pendistribusian kendaraan sepeda motor Honda yang beralamat di Jalan Raden Intan No. 65 Bandar Lampung. Ketatnya persaingan dalam era global saat ini menuntut perusahaan memberikan layanan yang terbaik dan terdepan dalam melayani konsumen, dalam memberikan layanan tersebut peranan tenaga penjual sangatlah penting karena, tenaga penjual sebagai penghubung antara konsumen dengan perusahaan dan memberikan sumbangan terbesar bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan.

Masalah yang dihadapi oleh PT Tunas Dwipa Matra adalah tidak tercapainya target penjualan sepeda motor Honda disetiap bulannya yang ditentukan oleh perusahaan, hal ini dikarenakan tenaga penjual belum mampu mencapai target 50 unit sepeda motor Honda per sales. Maka, permasalahan yang dapat diambil adalah: “Apakah tenaga penjual sudah melakukan langkah-langkah penjualan didalam melaksanakan penjualan sepeda motor Honda pada PT Tunas Dwipa Matra?”

Tujuan yang ingin dicapai dalam laporan ini adalah untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah peranan tenaga penjual pada PT Tunas Dwipa Matra dalam penjualan produk dan mengetahui faktor-faktor yang menunjang kegiatan penjualan sepeda motor pada PT Tunas Dwipa Matra.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif terhadap peranan tenaga penjual di PT Tunas Dwipa Matra dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber untuk menjawab permasalahan yang ada.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa tahap persiapan, tahap pembukaan pembicaraan, tahap presentasi, tahap mengatasi keberatan atau keluhan, serta tahap menutup pembicaraan belum sepenuhnya dapat dilaksanakan dengan baik oleh tenaga penjual yang dimiliki PT Tunas Dwipa Matra, dikarenakan tenaga penjual yang kurang terlatih, tidak menguasai produk, tidak mengenal daerah penjualan, tidak menguasai bagaimana cara penjualan yang baik, dan tidak mampu berkomunikasi secara baik dengan konsumen.

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian adalah tenaga penjual yang dimiliki PT Tunas Dwipa Matra dalam langkah presentasi seharusnya lebih memperhatikan faktor *empathy* atau perhatian terhadap konsumen yang telah menggunakan produknya. Dan pada langkah mengatasi keberatan atau keluhan pelanggan sebaiknya tenaga penjual harus dilatih untuk menghadapi konsumen yang memiliki watak dan sifat tempramen yang tinggi, sehingga tenaga penjual dapat memberikan penjelasan dengan baik tentang penyebab kendala keluhan-keluhan konsumen. Sedangkan pada langkah menutup pembicaraan seharusnya tenaga penjual juga harus menguasai tenaga penjual harus menguasai teori tentang produknya secara lebih terperinci sehingga dapat menjelaskan dan menyampaikannya dengan baik kepada calon konsumen, dan apabila konsumen sudah mendapatkan penjelasan secara terperinci dengan baik maka, konsumen akan yakin kepada perusahaan dan mengambil keputusan dalam membeli produk.