

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Kunci sukses operasional perusahaan adalah rekrutmen / seleksi tenaga penjual yang efektif. Rekrutmen adalah proses menarik, skrining, dan memilih orang yang memenuhi syarat pekerjaan. Oleh karena itu proses penarikan tenaga penjual harus dilakukan secara cermat untuk mencegah terjadinya pemborosan biaya karena salah memperkerjakan orang yang tidak tepat. Perusahaan harus mengetahui ciri-ciri apa yang dibutuhkan dalam menyeleksi calon tenaga penjual, yaitu sikap yang penuh energi, kepercayaan diri yang besar, kebiasaan kerja yang teratur, punya pandangan bahwa segala penolakan, keberatan atau rintangan merupakan tantangan.

Perekrutan calon karyawan tenaga penjual yang ada pada PT Tunas Dwipa Matra dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu mulai dari tahapan pertama seleksi wawancara awal yang dilakukan oleh divisi Sumber Daya Manusia, yang bertujuan untuk mengenal dan menggali potensi diri calon karyawan khususnya di bidang pemasaran. Tahap seleksi kedua adalah seleksi tes psikotest yang dilakukan oleh divisi Sumber Daya Manusia bertujuan untuk mengukur kompetensi calon karyawan mulai dari empati, ego, dan motivasi diri calon karyawan. Tahap seleksi ketiga adalah seleksi wawancara akhir dengan kepala divisi pemasaran dan kepala cabang PT Tunas Dwipa Matra Bandar Lampung, yang bertujuan untuk memantapkan pengenalan

potensi diri dan nilai jual calon karyawan kepada perusahaan, visi dan misi calon karyawan di dalam dunia kerja, dan menganalisis *feedback* yang akan diberikan calon karyawan kepada perusahaan.

Setelah proses penarikan tenaga penjual, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah mengadakan pelatihan bagi mereka yang telah diterima bekerja. Meskipun biaya yang dikeluarkan tidak sedikit namun pelatihan ini sangat penting untuk menanamkan informasi dan sikap tertentu dalam penjualan serta mengajarkan keterampilan kepada tenaga penjual.

Program pelatihan karyawan yang dilakukan PT Tunas Dwipa Matra untuk membekali dan melatih potensi diri tenaga penjual dalam bidang pemasaran adalah dengan mengadakan masa training bagi tenaga penjual yang baru direkrut, masa training dilakukan secara bervariasi tergantung potensi diri tenaga penjual tersebut dengan batas maksimal waktu training adalah tiga bulan dari masa training awal. Di dalam masa training, tenaga penjual baru dalam pengawasan dan control tenaga penjual senior dan supervisor. Supervisor bertugas memberikan pembekalan kepada tenaga penjual baru dengan cara memberikan briefing tentang materi produk yang dijual, pangsa pasar yang dituju, tips menghadapi konsumen yang memiliki karakter yang berbeda-beda, sehingga tenaga penjual memiliki kemampuan dalam penguasaan materi produk dan lapangan. Dan pada saat implementasi ke lapangan tenaga penjual baru di dalam control dan pengawasan penuh tenaga penjual senior sampai tenaga penjual baru tersebut bisa dipercaya untuk mandiri.

Di dalam dunia kerja karir merupakan hal terpenting bagi karyawan, karena karir merupakan seluruh kehidupan kerja, dimana setiap jenjang karir yang ditempuh mungkin terdiri dari satu atau beberapa jabatan, yang semakin meningkat seiring dengan pengalaman kerja. Jenjang karir yang ada pada PT Tunas Dwipa Matra belum berjalan dengan baik karena banyak tenaga penjual yang mengundurkan diri sebelum pihak perusahaan menilai kompetensi diri tenaga penjual dan merekomendasikan jenjang karir bagi tenaga penjual, dan ada juga tenaga penjual yang dipindahkan dari divisi pemasaran ke divisi lain yang sebenarnya tidak linier dengan start awal karir tenaga penjual.

Tenaga Penjual memegang peranan penting di dalam penjualan, dikarenakan tenaga penjual merupakan ujung tombak perusahaan di dalam melakukan penjualan. Penjualan perseorangan (*personal selling*) adalah suatu bentuk penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih dengan tujuan meningkatkan penjualan produk. Dalam *personal selling* akan terjadi interaksi langsung antara pembeli dengan penjual. Kegiatan *personal selling* tidak hanya di tempat pembeli saja, tetapi dapat juga di tempat penjual. (Menurut Swastha, 2008 : 260). Penjualan perseorangan merupakan cara yang sangat efektif untuk meyakinkan pembeli, menanamkan pilihan pembeli, dan membujuk atau mempengaruhi pembeli dengan tujuan akan terciptanya suatu penjualan.

Tenaga penjual pada PT Tunas Dwipa Matra memiliki beberapa tahap sebelum melakukan penjualan dan harus melaksanakan tahapnya dengan baik demi

berlangsungnya penjualan yang baik. Menurut Kotler dan Keller (2009:272) langkah-langkah dalam penjualan yaitu sebagai berikut:

4.2 Persiapan

Persiapan pada dasarnya memiliki kegiatan yang dilakukan oleh tenaga penjual sebelum melakukan proses penawaran produk ke konsumen. Hal ini sangat penting untuk dilakukan pada saat menghadapi calon pembeli, tenaga penjual akan memiliki rasa percaya diri karena telah mempunyai persiapan yang matang. Ada beberapa tenaga penjual yang mempunyai tujuannya yaitu:

1. Memberikan rasa yakin kepada konsumen karena tenaga penjual mengetahui apa yang direncanakan untuk kegiatan penjualan dan bagaimana tenaga penjual akan melakukan penjualannya.
2. Persiapan tenaga penjual harus berfikir kedepan

Tenaga penjual harus memiliki persiapan sebelum bertemu langsung kepada konsumen, tujuannya agar tenaga penjual dapat mempunyai rasa percaya diri saat berhadapan langsung kepada konsumen. Dan konsumen akan merasa yakin terhadap tenaga penjual.

4.3 Pembukaan

Dalam melaksanakan awal pembukaan pembicaraan, tenaga penjual seharusnya melakukan tindakan sebagai berikut:

1. Tenaga penjual sebaiknya menciptakan kesan yang baik kepada pelanggan dengan memperhatikan sikap konsumen dan melakukan sesuatu yang akan

menciptakan suasana akrab dan nyaman yang membuat pembicaraan dan penjualan menjadi lebih baik.

2. Tenaga penjual saat menjelaskan tentang produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, bahasa yang dilakukan tenaga penjual harus santun dan dapat dipahami dan cepat dimengerti oleh konsumen.
3. Tenaga penjual harus memberikan pertanyaan-pertanyaan yang membuat konsumen tidak hanya menjawab “iya” atau “tidak” saja. Jadi, pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan tenaga penjual harus membuat konsumen memberikan komentar.

4.4 Persentasi

Dalam melaksanakan suatu presentasi, para tenaga penjual perlu mempersiapkan diri dengan beberapa tindakan sebagai berikut:

1. Para tenaga penjual harus berfikir dan berbicara manfaat

Manfaat merupakan hasil yang diinginkan oleh konsumen. Tenaga penjual harus mampu menjelaskan manfaat yang akan didapat konsumen karena membeli produk berdasarkan apa yang didapat dari produk tersebut. Manfaat bukan seperti hal-hal berikut ini:

- a. Harga yang ditawarkan produk
- b. Cara pengemasan produk

Daya tarik tenaga penjual tergantung pada sejauh mana para tenaga penjual mampu memuaskan kebutuhan konsumennya.

2. Para tenaga penjual harus dapat memanfaatkan referensi pihak ketiga

Dalam memanfaatkan referensi pihak ketiga, para tenaga penjual harus meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, berdasarkan pengalaman konsumen lain dan manfaat yang diperoleh oleh konsumen tersebut setelah menggunakan produk yang ditawarkan oleh tenaga penjual.

3. Tenaga penjual harus menjelaskan apa yang akan dikatakan konsumen lain tentang pengalaman mereka terhadap produk yang akan mereka gunakan

4.5 Mengatasi Keberatan atau Keluhan Pelanggan

Dalam melaksanakan atau mengatasi keberatan pelanggan terhadap produknya, tenaga penjual sebaiknya melakukan tindakan sebagai berikut:

- 1) Tenaga penjual sebaiknya mengembalikan tindakan untuk menghilangkan emosi yang dialami oleh konsumen. Cara yang dapat dilakukan adalah mendengarkan keberatan tersebut dan memberikan jawaban yang memuaskan sehingga konsumen tersebut menjadi tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh tenaga penjual.
- 2) Tenaga penjual harus mempersiapkan diri menghadapi konsumen, biasanya pada saat menyampaikan keluhan tersebut kepada tenaga penjual. Keluhan itu seharusnya didengarkan dengan baik karena hal tersebut merupakan bentuk kepedulian konsumen yang perlu diperhatikan dengan baik oleh tenaga penjual.

4.6 Menutup Pembicaraan

Apabila pembicaraan tentang penawaran produk telah berakhir maka, tenaga penjual harus menutup pembicaraan tersebut, hal-hal yang harus dilakukan tenaga penjual yaitu sebagai berikut:

1. Tenaga penjual harus mengetahui apakah penutup pembicaraan.

Penutupan pembicaraan adalah pencapaian dari sasaran tenaga penjual terhadap konsumen. Dalam situasi penjualan terdapat indikasi pokok yang mengisyaratkan bahwa konsumen telah memutuskan untuk membeli yaitu sebagai berikut:

- a. Bila konsumen mengatakan bahwa dia akan membeli produk yang ditawarkan.
- b. Apabila konsumen mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengajukan keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan.
- c. Bila konsumen menyebutkan produk yang ditawarkan serta penggunaannya dapat mengatasi masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Bila konsumen tersebut menginginkan peragaan terhadap produk yang ditawarkan tenaga penjual terhadap dirinya.

2. Tenaga penjual harus mengetahui saat yang tepat dalam menutup pembicaraan.

Tenaga penjual harus menutup pembicaraan pada saat konsumen memperlihatkan sikap setuju terhadap produk yang ditawarkan. Adapun sikap-sikap itu sebagai berikut:

- a. Pernyataan konsumen bahwa ia ingin memesan produk tersebut.

- b. Pengalaman konsumen lain terhadap produk yang ditawarkan.
 - c. Cara pembayaran produk tersebut.
 - d. Masa garansi produk tersebut.
 - e. Nada suara dan sikap ragu.
 - f. Memanggil orang lain agar memberikan pendapat atas produk yang ditawarkan kepadanya.
3. Tenaga penjual harus mengetahui bagaimana menutup pembicaraan.
- Pada saat menutup pembicaraan, tenaga penjual harus dapat memusatkan perhatiannya kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan bukan pada produk, dan yang penting tenaga penjual harus menutup pembicaraan dengan jelas dan meyakinkan.
4. Setelah menutup pembicaraan.
- Pembicaraan ditutup apabila sasaran pembicaraan penjualan telah tercapai. Apabila tenaga penjual tidak dapat melakukannya, maka tenaga penjual harus mengusulkan agar dapat bertemu kembali dilain kesempatan, dan tenaga penjual harus dapat meyakinkan konsumen untuk pertemuan berikutnya akan memberikan manfaat bagi dirinya sehingga akan tercipta transaksi bisnis yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Untuk melihat bagaimana peranan tenaga penjual yang dimiliki PT Tunas Dwipa Matra dalam melakukan penjualan dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Langkah-langkah Tenaga Penjual PT Tunas Dwipa Matra Dalam Melakukan Penjualan

No	Teori	Pelaksanaan	Komentar
1	<p>Persiapan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memberikan rasa yakin kepada konsumen. b. Persiapan tenaga penjual sebelum berhadapan langsung kepada konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> a. PT Tunas Dwipa Matra memiliki tenaga penjual yang dapat meyakinkan konsumen. b. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra harus mempunyai rasa percaya diri saat berhadapan langsung ke konsumen. 	<p>Baik, karena tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra sudah menguasai tahapan dalam persiapan.</p>
2	<p>Pembukaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menciptakan kesan baik. b. Menarik perhatian pelanggan. c. Mencari tahu yang menjadi kebutuhan konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra dapat menciptakan kesan pertama yang baik. b. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra dapat melakukan tindakan yang membuat konsumen tertarik. c. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen. 	<p>Baik, karena tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra sudah menguasai tahapan dalam pembukaan.</p>

No	Teori	Pelaksanaan	Komentar
3	<p>Presentasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Berbicara manfaat dari produk. b. Memanfaatkan referensi pihak ketiga (konsumen lain). c. Menjelaskan pengalaman konsumen lain. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra dapat mengetahui kelebihan dan manfaat produk yang dijualnya. b. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra dapat memanfaatkan pendapat konsumen lain. c. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra belum dapat menjelaskan pengalaman konsumen yang sudah menggunakan produk untuk meyakinkan konsumen baru. 	<p>Cukup baik dikarenakan tenaga penjual belum dapat menjelaskan pengalaman konsumen yang sudah menggunakan produk untuk meyakinkan konsumen baru.</p>
4	<p>Mengatasi Keberatan atau Keluhan Pelanggan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mempersiapkan diri menghadapi emosi konsumen. b. Mengambil tindakan untuk mengatasi emosi konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra belum dapat mengatasi emosi konsumen. b. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra belum mendengarkan dengan baik apa yang menjadi keberatan dan keluhan konsumen. 	<p>Belum baik, dikarenakan tenaga penjual belum dapat mengatasi emosi konsumen dan belum dapat mendengarkan keberatan atau keluhan konsumen.</p>

No	Teori	Pelaksanaan	Komentar
5	<p>Menutup Pembicaraan:</p> <p>a. Keputusan konsumen untuk membeli produk.</p> <p>b. Mengetahui saat yang tepat untuk menutup pembicaraan.</p> <p>c. Mengetahui bagaimana menutup pembicaraan.</p> <p>d. Setelah menutup pembicaraan.</p>	<p>a. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra mengetahui apakah konsumen memutuskan untuk membeli produk atau tidak.</p> <p>b. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra belum dapat menentukan saat yang tepat dalam menutup pembicaraan.</p> <p>c. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra sudah dapat menutup pembicaraan dengan jelas dan meyakinkan konsumen.</p> <p>d. Tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra mengetahui apa yang harus dilakukan setelah menutup pembicaraan dan mengusulkan agar dapat bertemu kembali dilain kesempatan.</p>	<p>Cukup baik, dikarenakan tenaga penjual belum dapat menentukan saat yang tepat dalam menutup pembicaraan.</p>

Sumber: Hasil Penelitian Yang Dilaksanakan di PT Tunas Dwipa Matra Bandar Lampung, 2014

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa tenaga penjual yang dimiliki PT Tunas Dwipa Matra belum sepenuhnya menguasai dengan baik langkah-langkah dalam melakukan presentasi, mengatasi keberatan atau keluhan pelanggan dan langkah menutup pembicaraan terhadap konsumen. Hal ini menyebabkan target penjualan

yang dibebankan kepada tenaga penjual tidak tercapai dikarenakan tidak dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan sehingga berdampak pada laba yang diperoleh perusahaan.

Di dalam penelitian ini didapatkan kelemahan-kelemahan pada pelaksanaan penjualan yang dilakukan tenaga penjual yang ada PT Tunas Dwipa Matra. Pada pelaksanaan presentasi yang dilakukan tenaga penjual, tenaga penjual PT Tunas Dwipa Matra belum dapat menjelaskan pengalaman konsumen yang sudah menggunakan produknya untuk meyakinkan konsumen baru. Untuk mengatasi permasalahan tersebut seharusnya PT Tunas Dwipa Matra lebih memperhatikan faktor *empathy* atau perhatian terhadap konsumen yang telah menggunakan produknya, karena apabila *empathy* atau perhatian dari perusahaan kepada konsumen tidak terbentuk maka perusahaan tidak mengetahui dan memahami perasaan konsumen lama tentang puas dan tidak puasnya konsumen setelah memakai produknya. Karena apabila konsumen lama puas akan produk dari PT Tunas Dwipa Matra maka konsumen lama akan merekomendasikan produk tersebut kepada kerabat dan keluarga konsumen untuk membeli produk pada PT Tunas Dwipa Matra, dan konsumen lama akan memberikan loyalitas kepada PT Tunas Dwipa Matra, sehingga memudahkan tenaga penjual dalam melakukan penjualan dan pengenalan produk kepada calon konsumen baru.

Tenaga penjual juga belum mampu mengatasi emosi konsumen dan belum mendengarkan dengan baik tentang keluhan konsumen yang melakukan komplain atas pelayanan yang diberikan. Tenaga penjual dirasa belum kompeten dan profesional dalam memberikan pelayanan, 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, sehingga konsumen dapat menerima penjelasan yang telah diberikan oleh tenaga penjual.

Tenaga penjual juga belum mengetahui apakah konsumen memutuskan untuk membeli produk atau tidak dan belum mampu meyakinkan konsumen untuk mengambil keputusan. Dalam hal ini tenaga penjual belum memiliki kemampuan untuk meyakinkan konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian seharusnya tenaga penjual dilatih untuk mampu menguasai dan mengatur serta meyakinkan calon konsumen atas kelebihan-kelebihan yang dimiliki produknya, 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 tersebut.