

INTISARI

Auto2000 merupakan dealer Toyota terbesar di Indonesia dan merupakan pemimpin pasar dalam industri otomotif. Dalam kegiatan usahanya, Auto2000 bekerja bersama PT. Toyota Astra Motor selaku agen tunggal Toyota di Indonesia yang menjadikan Auto2000 sebagai dealer resmi Toyota yang memberikan layanan penjualan mobil baru dan purna jual. Sejak 2016, Auto2000 memiliki lebih dari 3000 tenaga penjualan yang berkontribusi pada penjualan kendaraan Toyota. Dalam aktifitas keseharian, tenaga penjual melakukan apa yang disebut dengan personal selling. Auto2000 menerapkan teori personal selling pada proses penjualan kendaraan Toyota, berupa 6 (enam) langkah penjualan efektif oleh Kotler & Keller (2016) yang terdiri dari Prospecting and Qualifying, Pre-approach, Presentation and Demonstration, Overcoming Objection, Closing dan Follow-Up Maintenance. Penelitian ini mengkaji bagaimana tahapan personal selling dapat membantu tenaga penjual Auto2000 dalam menjual produk Toyota sehingga personal selling dapat menjadi metode yang paling tepat dalam memasarkan kendaraan Toyota. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada sepuluh narasumber informan utama yang terdiri dari tujuh tenaga penjual dan tiga orang supervisor penjualan yang semuanya bekerja di wilayah Jabodetabek. Informan dipilih karena masyarakatlah yang dalam pekerjaan sehari-hari harus menerapkan proses penjualan dengan metode personal selling seperti yang diajarkan oleh trainer dalam Pelatihan Keterampilan Professional Selling. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan wawancara mendalam, namun masih memiliki pertanyaan-pertanyaan yang disusun menurut tahap personal selling Kotler & Keller (2016). Hasil wawancara dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan informasi faktual tentang penerapan tahapan personal selling oleh tenaga penjual Auto2000. Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh narasumber, terlihat bahwa tenaga penjual Auto2000 secara alami menerapkan tahapan personal selling dalam menjual Produk Toyota. Namun demikian, metode personal selling dan konsistensi penerapan metode personal selling perlu dikembangkan lebih lanjut. Berdasarkan hasil penelitian, Auto2000 disarankan untuk memantau, mengevaluasi, dan mengembangkan penerapan personal selling untuk membantu pencapaian produktivitas setiap tenaga penjual, yang akan membantu meningkatkan pencapaian bisnis penjualan Auto2000.

Kata kunci: Personal Selling, Otomotif, Tenaga Penjual

ABSTRACT

Auto2000 is the largest Toyota dealership in Indonesia and has the market leader position in the Automotive industry. In their business activities, Auto2000 is in partnership with PT. Toyota Astra Motor is the sole agent of Toyota in Indonesia that makes Auto2000 an authorized Toyota dealer that provides new car and aftersales services. Since 2016, Auto2000 has more than 3000 salespeople who contribute to the sales of Toyota vehicles. To generate sales, the salesforce does what is known as personal selling. Auto2000 applies personal selling theory to the sales process of Toyota vehicles, in the form of 6 (six) steps of effective selling by Kotler & Keller (2016) consisting of Prospecting and Qualifying, Pre-approach, Presentation and Demonstration, Overcoming Objection, Closing and Follow up and Maintenance. This research examines how the personal selling stages can help Auto2000 Salesforce sell Toyota products so that personal selling can be the most appropriate method of marketing Toyota vehicles. This research was conducted by interviewing ten resource persons of principal informants consisting of seven salesforces and three sales Supervisors who all worked in the Jabodetabek area. The informants were chosen because it is the people who in everyday work must apply the sales process with personal selling method as taught by trainers in Professional Selling Skill Training. This research used interview technique with in-depth interviews, but still has questions arranged according to Kotler & Keller's (2016) personal selling stage. The results of the interviews were analyzed descriptively to obtain factual information about the application of personal selling stages by Auto2000 Salesforce. Based on the results of interviews with ten resource persons, it showed that Auto2000 salesforce naturally implemented the personal selling stage in selling Toyota Product. However, there needs to be further development of the personal selling method and consistency in applying the personal selling method. Based on the research, Auto2000 was suggested to monitor, evaluate, and develop the implementation of personal selling to help achieve the productivity of each salesperson, which will help increase the achievement of the Auto2000 sales business.

Keywords: Automotive, Personal Selling, Salesperson