BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 PENJUALAN

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Penjual tatap muka adalah interaksi antara individu yang saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Jenis-jenis penjualan tatap muka dapat dikelompokan menjadi lima, yaitu: *Trade Selling, Missionary Selling, Technical Selling, New Business Selling* dan *Responsive Selling.*

a. *Trade Selling*

Trade Selling terjadi bila produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka, maksudnya adalah penjualan barang melalui penyalur bukan pembeli akhir.

b. *Missionary Selling*

Penjualan ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. *Technical Selling*

Meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Maksudnya adalah menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli dan menunjukan bagaimana produk dan jasanya mengatasi masalahnya.

d. *New Business Selling*

Membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli.

e. *Responsive Selling*

Setiap penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Maksudnya adalah layanan yang baik dan hubungan yang menyenangkan dengan pembeli.

2.1.1 Tahap-tahap penjualan

Salah satu aspek yang ada dalam penjualan adalah penjualan dengan bertemu muka, dalam hal ini tahap-tahap yang perlu ditempuh oleh penjual meliputi:

1. persiapan sebelum penjualan

   Mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang-barang, pasar yang di tuju dan teknik penjualan.

2. Menentukan lokasi pembeli potensial

   Menentukan segmen pasar yang menjadi sasaran dan perkiraan banyaknya calon pembeli.

3. Pendekatan pendahuluan

   Mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan menjadi calon pembeli.

4. Melakukan penjualan

   Memikat perhatian calon konsumen dan berusaha mengetahui daya tarik atau minat calon konsumen dan bila mereka ada minat untuk membeli penjual tinggal merealisir penjualan produknya.

5. Pelayanan purna jual

Memberikan pelayanan kepada konsumen. Beberapa pelayanan yang dapat diberikan diantaranya berupa:

a) Pemberian garansi

b) Pemberian jasa reparasi

c) Pelatihan tenaga-tenaga operasional dan cara-cara menggunakannya

d) Pengantaran barang

2.1.2 Cara-cara penjualan

1. Penjualan langsung

Penjualan langsung merupakan cara penjualan dimana penjual langsung berhubungan atau berhadapan dengan calon pembeli. Penjualan langsung dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a) Penjualan melalui toko

Transaksi terjadi di dalam toko dan semua barang yang ditawarkan oleh penjual ditempatkan di dalam toko.

b) Penjualan di luar toko

Penjualan dilakukan oleh wiraniaga perusahaan, pedagang kaki lima, pedagang keliling yang menawarkan barang-barangnya kerumah-rumah konsumen.

2. Penjualan tidak langsung

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan tidak langsung, diantaranya:

a) Jarak antara lokasi penjual dan pembeli cukup jauh

b) Responsi masyarakat terhadap sebuah iklan

c) Biaya pemesanan langsung cukup besar bagi pembeli

d) Terbatasnya waktu yang dimiliki oleh pembeli

Penjualan tidak langsung dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

a) Penjulan melalui surat atau pos

b) Penjualan melalui telepon

c) Penjualn dengan mesin otomatis

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan

a) Kondisi dan kemampuan penjual

b) Kondisi pasar

c) Modal

d) Kondisi organisasi perusahaan

2.2 PENINGKATAN PENJUALAN

Untuk meningkatkan penjualan kita harus mengkongkretkan sejumlah rencana sebagai berikut:

a) Memperkuat usaha pengembangan teknis

Pengembangan teknis berkaitan dengan usaha menemukan teknis

b) Mengembangkan kemampuan dalam meluncurkan produk baru

Untuk mengembangkan produk diperlukan unsur seperti produsen, pemasok, pengecer dan tenaga penjual.

c) Menambah jumlah barang yang ditangani

Jika jumlah barang yang ditangani besar, menguntungkan usaha penjualan, tetapi belum berarti memberi keuntungan yang seimbang. Jadi harus ada keseimbangan antara penjualan dan jumlah perputaran barang.

d) Meningkatkan teknik pengadaan barang

Ada beberapa kesulitan dalam menempatkan barang, yaitu:

1) *Convenience Store* yaitu ruangan yang terbatas dan pasti mengalami kesulitan dalam mengatur penempatan barang.

2) *Departement Store* yaitu ruangan yang luas, mengalami kesulitan dalam mengisi ruangan dan menyediakan tempat barang.

e) Menggarap barang bernilai tinggi

f) Menangani barang murah

Untuk meningkatkan penjualan biasa dilakukan dengan tukar tambah dan menyediakan barang dengan *sales point* tambahan.

g) Intensifkan Kemampuan menjual

Inti kekuatan jual kita harus mengalahkan pesaing dengan meningkatkan penjualan.

Rencana kongkret promosi penjualan dari dalam

Cara-cara untuk meraih keberhasilan dalam penjualan, diantaranya:

a) Khusus untuk bagian penjualan

1. Memberi penjelasan tentang pelaksanaan untuk mendorong penjualan
2. Pengumpulan pendapat dan saran di bagian penjualan.
3. Menetapkan target

b) Untuk seluruh pegawai perusahaan

1. Mengadakan latihan pengenalan produk dan pengetahuan tentang penjualan
2. Menjelaskan tujuan utama perusahaan
3. Usaha untuk mendapatkan dukungan

c) Untuk bagian perencanaan

1. Mengumpulkan informasi

2. Meminta pendapat dan usul dari bagian penjualan
3. Menyusun rencana promosi, anggaran dan buku petunjuk

Rencana kongkret mendorong peningkatan penjualan yang diarahkan ke luar:

a) Menghadapi pedagang besar atau grosir
   1. Mengadakan lomba jual
   2. Mengadakan pelatihan untuk penjual
   3. Menyediakan bahan dan alat untuk peningkatan penjualan

b) Menghadapi pengecer
   1. Mengusahakan agar organisasi usaha dibenahi
   2. Memberi bimbingan untuk meningkatkan penjualan pokok
   3. Menyediakan barang promosi
   4. Mengadakan proyek percobaan

c) Menghadapi konsumen atau pelanggan
   1. Memberi pelayanan yang lebih baik
   2. Menjual dengan premi atau garansi