|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| inde | **RANCANGAN PERKULIAHAN****PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN****FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS** |  Q |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. Dokumen | **12-2-1.2.04.00** | **Distribusi** |
| Tgl. Efektif | 01 Maret 2014 |  |  |  |  |  |  |

**Judul Mata Kuliah :** Salesmanship **Semester :** 4 (empat) **Sks :** 3 (tiga) **Kode:** 84046

**Dosen/Team Teaching :** 1. Arief Bowo Prayoga, SE. MM. 3. Drs. Wawan Purwanto, MM

 2. Priyono, SE. ME. 4. Ali Hanafiah, SE. MM.

**Diskripsi Mata Kuliah :**

* Mata kuliah *salesmanship* ditawarkan kepada mahasiswa pada semester IV sebagai penunjang pemahaman kelanjutan dari manajemen pemasaran.
* Dengan memiliki pengetahuan dan wawasan *salesmanship* diharapkan mahasiswa mengatahui peranan manajemen penjualan dan kontribusinya untuk manajemen pemasaran yang diinginkan perusahaan.

**Kompetensi :**

* Memiliki pengetahuan dan wawasan *salesmanship* sebagai peran penting dalam manajemen penjualan
* Memahami peran penting manajemen penjualan dalam manajemen pemasaran

**Pokok Bahasan :**

* Konsep manajemen penjualan dan salesmanship dalam perusahaan,
* Mempelajari proses personal selling, struktur organisasi dan karir dibidang penjualan,
* Mampu peluang pasar dan melakukan peramalan permintaan konsumen serta melakukan analisa calon prospek,
* Melakukan perhitungan kebutuhan tenaga penjual, melakukan pengadaan dan seleksi tenaga penjual,
* Melakukan komunikasi penjualan melalui surat dan telepon, memahami pengelolaan pelanggan, wilayah dan waktu,
* memahami cara melakukan presentasi penjualan dan negosiasi penjualan, memotivasi tenaga penjualan, menentukan metode kompensasi penjualan, menangani keberatan pelanggan, metode penutupan penjualan, melakukan evaluasi penjualan dengan baik.

| **Minggu Ke** | **KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN** | **BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN** | **BENTUK****PEMBELAJARAN** | **KRITERIA PENILAIAN** | **BOBOT NILAI** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Kontrak kuliah, mampu menjelaskan ruang lingkup dan konsep dalam matakuliah manajemen penjulan dan salesmanship | Definisi, konsep dan ruang lingkup kuliah manajemen penjualan dan *salesmanship* | Ceramah & tanya jawab | Aktivitas mahasiswa di kelas | 2% |
| 2 | Mampu menjelaskan kegiatan yang dilakukan tenaga penjual dalam proses personal selling | Proses penjualan perseorangan | Ceramah & diskusi | Tanya jawab mahasiswa & aktivitas kelas | 3% |
| 3 | Mampu menjelaskan struktur organisasi dan karir yang ada pada bagian penjualan | Struktur organisasi dan karir dalam bagian penjualan | Diskusi & presentasi | Kualitas presentasi | 3% |
| 4 | Mampu mengenali sifat-sifat dan etika yang dibutuhkan sebagai tenaga penjual  | Kepribadian dan etika sales | Diskusi | Aktivitas mahasiswa | 3% |
| 5 | Mampu melihat peluang pasar dan meramal permintaan konsumen | Peluang dan peramalan penjualan | Diskusi | Aktivitas mahasiswa | 3% |
| 6 | Dapat menganalisa calon prospek dengan benar | Identifikasi calon prospek | praktek | Kecakapan mahasiswa melihat dan menganalisa konsumen | 3% |
| 7 | Mampu menghitung kebutuhan sales dan sumber yang tepat sesuai dengan bidang usahanya | Menghitung kebutuhan sales pada bagian penjualan | Praktek | Kecakapan mahasiswa menghitung dengan benar | 3% |
| 8 | U T S | 20% |
| 9 | Mahasiswa dapat melakukan listing calon pelanggan dari berbagai sumber eksternal perusahaan | Listing calon pelanggan dari berbagai sumber | praktek | Jumlah konsumen yang dapat dicari | 2% |
| 10 | Mahasiswa mampu melakukan pengadaan dan seleksi tenaga penjual dengan benar | Pengadaan dan seleksi tenaga penjual | Diskusi | Aktivitas mahasiswa | 3% |
| 11 | Mahasiswa mampu melakukan komunikasi penjualan melalui surat penawaran dengan benar | Teknik membuat surat penawaran  | simulasi | Teknik penulisan yang benar | 3% |
| 12 | Mahasiswa mampu melakukan hubungan telephone dengan benar dengan calon pelanggan | Teknik melakukan percakapan sales melalui telephone | Simulasi | Komunikasi yang benar melalui telephone | 3% |
| 13 | Mahasiswa mampu melakukan manajemen pelanggan dengan benar | Manajemen pelanggan | Ceramah&tanya jawab | Aktivitas bertanya | 3% |
| 14 | Mahasiswa mampu melakukan manajemen wilayah dengan tepat | Manajemen wilayah | Ceramah & diskusi | Aktivitas mahasiswa | 3% |
| 15 | Mahasiswa mampu melakukan manajemen waktu dengan benar | Manajemen waktu | Diskusi & presentasi | Kualitas penyajian | 3% |
| 16 | UAS | 30% |

**Kompenen Penilaian** : Rincian besarnya bobot penilaian mata kuliah, acuan secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Kehadiran : 10%\*\*
2. UTS : 20%\*\*
3. UAS : 30%\*\*
4. Tugas-Tugas : 40%\*\* (Termasuk dalam **Bobot Nilai** dalam Tabel Aktifitas Perkuliahan diluar persentasi UTS dan UAS)

\*\**Catatan : Persentasi dari rincian tersebut sebagai ilustrasi saja, koordinator/dosen pengampuh mata kuliah dapat menyesuaikan dengan kebutuhan*

**Daftar Pustaka:**

1. Cron, W.L. & Decarlo, T.E. (2010), Sales Management, 10th Edition, John Wiley & Sons, Inc.NewYork.
2. Siswanto Sutojo (2003), *Salesmanship* Damar Mulia Pustaka, Jakarta
3. Tracy Brian, (2007), *The Psychology of Selling*, Bhuana Ilmu Populer, Jakarta
4. Allan Peace (2004), : *Bahasa Tubuh*, Interaksara, Jakarta
5. David Lieberman (2007), Agar siapa saja mau melakukan apa saja untuk Anda, Elekmedia, Jakarta
6. Basu Swastha Dh, (2000) Manajemen Penjualan, BPFE, YOGYAKARTA
7. Rackham, N & DeVincentis, J.R (1999), Rethinking The Sales Force, McGraw Hill, New York

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jakarta, 01 Maret 2014 | Nama Fungsi | Paraf |
| Dibuat Oleh | Dosen Pengampu / Koordinator MK(Arief Bowo Prayoga, SE. MM.) |  |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi(Dr. Rina Astini, SE. MM.) |  |
| Disahkan Oleh | Dekan(Prof. Dr. Wiwiek Utami, Ak. MS,CA) |  |