



**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 mengetahui 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 penjualan dan salesmanship	Definisi, konsep dan ruang lingkup kuliah manajemen penjualan dan <i>salesmanship</i>	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%

Minggu Ke	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
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%

**Komponen 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)	