

LAMPIRAN 1

Pedoman Wawancara

Visi

1. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* untuk menjadikan PT. "X" Kota Bandung sebagai ladang bisnis yang sehat dan memiliki integritas?
 - Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
2. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung untuk mengutamakan keamanan, kebersihan, dan berbagai fasilitas perusahaan demi kesejahteraan karyawan dan orang lain?
 - Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
3. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung untuk menunjukkan penghargaan terhadap kontribusi dan memberikan kesempatan kepada rekan kerja dalam perusahaan untuk tumbuh dan berkembang?

- Apa yang saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
4. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk memberikan manfaat dan kepuasan baik kepada sesama karyawan perusahaan maupun konsumen?
- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?

Misi

1. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk menjadikan setiap personil dalam PT. “X” Kota Bandung sebagai bagian dari keluarga?
- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara pikirkan?

- Apa yang Saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
2. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk membentuk lingkungan kerja yang mengutamakan kerja sama, tanggung jawab dan keterbukaan dalam berkomunikasi?
- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara pikirkan dan rasakan?
 - Apa yang Saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
3. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan melalui pelayanan terbaik demi kepuasan konsumen?
- Apa yang Saudara pikirkan?
 - Apa yang Saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?

- Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
- Sesering apa masalah tersebut muncul?
- Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
- Bagaimana hasilnya?

Job Description

1. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung dalam mengikuti kontrak dengan perusahaan?
 - Apa saja isi dari kontrak tersebut?
 - Siapa saja yang terlibat pembuatan kontrak?
 - Apa yang Saudara pikirkan dan rasakan?
 - Apa yang Saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
2. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung untuk mempromosikan dan menjual obat celup kepada konsumen?
 - Apa yang Saudara pikirkan?
 - Apa yang Saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?

- Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
3. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung untuk berusaha memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya melalui pendekatan secara individual kepada konsumen?
- Apa yang Saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
4. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung untuk mempelajari setiap produk baru yang diproduksi perusahaan?
- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
5. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. "X" Kota Bandung untuk menyampaikan *order* dari konsumen atau *buyer* kepada *customer service*?

- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang saudara lakukan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
6. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk membuat kesepakatan harga dengan konsumen?
- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
7. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk membuat laporan setiap bulan mengenai keluhan konsumen terhadap produk PT. “X” dan kehilangan barang?
- Siapa saja yang terlibat?
 - Apa yang Saudara pikirkan dan rasakan?
 - Apa yang Saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?

- Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?
8. Apa yang biasanya dilakukan oleh *sales agent* PT. “X” Kota Bandung untuk memperoleh dan menghadapi konsumen baru?
- Apa yang Saudara pikirkan dan rasakan?
 - Apa yang Saudara lakukan dan katakan?
 - Apakah Saudara mengalami masalah ketika melakukan hal tersebut?
 - Apa penyebab dari permasalahan tersebut?
 - Sesering apa masalah tersebut muncul?
 - Bagaimana Saudara memecahkan masalah tersebut?
 - Bagaimana hasilnya?

LAMPIRAN 2

Tabel Model Kompetensi Sales Agent

No.	12 General Competency For Salespeople	Key Behavior (menurut Spencer & Spencer)	Sales Agent 1	Sales Agent 2	Sales Agent 3	Sales Agent 4	Sales Agent 5	Sales Agent 6	Bobot
1.	Impact & Influence Mengekspresikan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau membuat orang lain terkesan untuk memperoleh dukungan terhadap rencana individu yang bersangkutan.	a. Meningkatkan kredibilitas atau menggunakan cara-cara tertentu untuk menimbulkan kesan yang baik saat bertemu dengan konsumen.	1. Kalo menurut saya sih ladang bisnis yang sehat tuh berarti kita harus punya pendirian lah, misalnya waktu jual barang ada orang perusahaan customer yang minta persenan sebagai syarat dia mau beli barang kita, saya tetep ga kasih. 2. Saya berusaha sebisa mungkin untuk memenuhi janji yang sudah dibuat dengan customer, kalo emang bener-bener ga bisa,	1. Tidak menjual barang selain barang PT. "X", jadi walaupun ada yang ngajak buat curang, ngejualin barang kompetitor, tapi kita harus inget kontrak. 2. Selain itu, penting juga untuk tidak mengambil customer sesama sales agent. 3. Persiapan buat ke customer yah.. biasa aja lah, pake baju rapi, datang tepat waktu, inget-inget semua informasi	1. Ngga perlu dengan menyuap perusahaan calon customer atau yang sudah menjadi customer setia bahkan kompetitor, dijamin akan menciptakan persaingan yang sehat. 2. Kadang emang suka tergiur juga sih buat menyuap, apalagi kalau lagi susah jual barang. Tetapi kalau kita menerima, maka kemungkinan customer malah	1. Tidak boleh menjelekan kompetitor secara personal atau pribadi, kayak bilang "bos perusahaan itu mah pelit, barangnya juga ga bagus-bagus amat" model kayak gitu lah contohnya. 2. Jangan sampai kita terlihat tidak yakin dengan apa yang kita promosikan, jadi pelajari produk dengan baik, jadi customer juga bisa yakin.	1. Saya pikir kalo persaingan yang sehat itu berarti kita tidak berbuat curang atau merugikan perusahaan maupun customer. Kalo sama perusahaan, berarti kita ga boleh jual barang kompetitor 2. Kalo sama customer, saya jual barang sesuai antara harga dan kualitas, ga dilebih-lebihkan atau dikurangi.	1. Eee...cukup dengan tidak menyebarkan rahasia perusahaan kepada pesaing kita aja. Jadi dengan demikian perusahaan dapat bersaing secara sehat dengan kompetitor yang lain. 2. Saya harus memastikan dulu kapan barang akan datang, baru kasih tau ke konsumen, jadi kita tidak	16

			<p>bikin janji lain.</p> <p>3. Kita pikirin bersama-sama tuh biasanya, bagaimana cara-cara yang efektif untuk menghadapi customer.</p>	<p>tentang perusahaan yang udah didapet.</p>	<p>ngeremehin kita, ga yakin sama kemampuan dan kredibilitas kita.</p> <p>3. Minta maaf kepada customer kalau ngga bisa dateng, supaya dia ngga berpikir kita ngga ada tanggung jawab.</p> <p>4. Yang paling penting kalo mau dateng ke customer itu, tepat waktu, jadi customer ga nunggu-nunggu karena telat.</p>			<p>boleh membiarkan konsumen menunggu tanpa ada kepastian.</p>	
		<p>b. Mengerti dan memahami permasalahan penting yang dialami konsumen dan menjadi perhatian mereka.</p>	<p>1. Saya sih biasanya bantuin customer cari produk lain untuk ngebantu dia, tapi saya ga jual barang itu, cuman ngasih tau aja perusahaan mana yang jual obat kayak yang diminta sama customer.</p> <p>2. Solusi lainnya paling</p>	<p>1. Untuk negosiasi harga kita usahakan mencapai kesepakatan, seneng buat kita seneng juga buat customernya, bila masih ngga bisa tercapai kesepakatan terpaksa kita menawarkan produk lain yang lebih murah</p>	<p>1. Wahh..kalaupun masalah itu saya harus benerbener bisa untuk menumbuhkan kembali kepercayaan dan keyakinan kepada customer bahwa masalah atau kesalahan yang sama tidak akan terulang kembali.</p> <p>2. Setiap</p>	<p>1. Biasanya yang dibicarakan pada waktu ketemu pelanggan paling harga sama kualitas produk perusahaan aja paling yah, selebihnya kalau udah deket pisan sama pelanggannya mungkin bisa</p>	<p>1. Untuk mengatasinya biasanya saya sih cukup dengan menjelaskan permasalahan yang sebenarnya kepada customer biar customer bisa mempercayai saya sebagai <i>sales agent</i>, gitu aj paling.</p>	<p>1. Kada ng juga saya ga sampai tuntas juga ko ngebantuin customer, semampu saya aja misalkan customer membutuhkan suatu produk yang tidak dimiliki kita, maka biasanya saya ngebantu</p>	<p>12</p>

			<p>minta ke pusat untuk bikin produk baru seperti yang diinginkan oleh customer, itu aja paling.</p> <p>3. Biasanya fokus saya kalau menawarkan produk tuh hanya satu atau dua produk saja, bila tidak cocok maka baru berikan produk lain.</p>	<p>dengan segala konsekuensi tentu saja, salah satunya adalah kualitas yang lebih rendah.</p> <p>2. Berusaha semaksimal mungkin untuk membantu tetapi tidak menjanjikan apa yang tidak mungkin tercapai atau melebihi kemampuan saya sebagai <i>sales agent</i>.</p>	<p>kendala yang dialami oleh customer sebisa mungkin dibantu sekalipun susah atau mentok tetap aja dicoba dan diusahakan terus.</p> <p>3. Kita dengerin keluhan mereka baik yang berhubungan dengan pekerjaan maupun pribadi.</p>	<p>juga ngomongin masalah-masalah diluar pekerjaan gitu lah jadi kayak curhat istilahnya mah.</p> <p>2. Kalo ada keluhan yang diberikan oleh pelanggan ditanggapi dengan cepat dan serius.</p>		<p>sebatas mencari informasi mengenai produk tersebut kemudian memberitahukan kepada customer dimana dia bisa memperoleh produk tersebut. Jadi ga tuntas ngebantuinnnya, bener ga yg dimaksud seperti itu?</p>	
		<p>c. Mempengaruhi konsumen secara tidak langsung melalui keahlian atau pihak ketiga untuk membantu meyakinkan konsumen akan kemampuan diri.</p>	<p>1. Promosi in terus aja kalau memang ada perusahaan lain yang menawarkan produknya secara sembunyi-sembunyi. Promosiin kelebihan produk PT. "X" misalnya dari segi produksi</p>	<p>1. Negosiasi harga aja terus sampai deal mau beli produk kita tanpa harus ngasih persenan.</p> <p>2. Biasanya customer akan lebih percaya kalau teman kita bener-bener dikenal sama customer.</p>	<p>1. Biasanya hasilnya bervariasi, ada yang jadi mau beli tanpa persenan karena emang kualitas bagus. Soalnya customer kita juga ngebandingin produk kita sama produk dari perusahaan lain.</p>	<p>1. Pinter-pinter negosiasi harga aja saya sama pelanggan sehingga kedua pihak merasa puas.</p>	<p>1. Meyakinkan customer bahwa barang yang dijual benar-benar berkualitas baik dan bermanfaat bagi perusahaan walaupun dengan harga mahal.</p>	<p>1. Waktu ketemu calon customer biasanya saya kasih tau perusahaan apa aja yang udah pernah jadi atau masih jadi customer saya. Kalau perusahaan itu terkenal atau dia tau kualitas</p>	9

			<p>dan kualitas sehingga kenapa harganya bisa lebih mahal dari kompetitor lain.</p> <p>2. Kemungkinan keuntungan yang akan diperoleh customer bila menggunakan produk kita, kasih tau juga fasilitas yang akan diperoleh customer.</p>					<p>perusahaan itu, dia pasti lebih yakin kalo barang kita bagus. Dia juga jadi lebih yakin beli barang dari saya.</p> <p>2. Untuk urusan promosi, kita harus mengetahui teknik-teknik penjualan yang tepat sehingga kemungkinan untuk berhasil besar.</p>	
		d. Memprediksikan efek dari perkataan dan tingkah laku yang ditunjukkan dihadapan konsumen.	<p>1. Setelah negosiasi harga, masalah personil atau karyawan di perusahaan customer mau ngambil untung ato ngga dari harga tersebut sudah bukan urusan dari <i>sales</i>, <i>sales</i> tetap kasih harga standar yang sudah</p>	<p>1. Berusaha menghubungi secara intens agar customer dapat melihat keseriusan <i>sales agent</i>.</p>	<p>1. Menjelaskan permasalahan yang sebenarnya kepada customer sehingga customer bisa kembali mempercayai <i>sales agent</i>.</p>	<p>1. Menjelaskan sebisa mungkin kualitas dan kelebihan produk yang dijual agar pelanggan benar-benar percaya dan tidak akan kecewa menggunakan produk tersebut.</p>	<p>1. Setelah mendapatkan informasi mengenai perusahaan tersebut atau <i>contact personnya</i>, maka langsung menghubungi dengan menggunakan koneksi dari teman yang</p>	<p>1. Kalo mau negosiasi harga kita setuju-setuju aja, tapi yang penting jangan sampai ada pihak yang dirugikan. Jadi kita harus bener-bener ngerti dulu maunya customer, baru</p>	6

			disepakatin bersama. Contohnya: jual 3 dollar/liter, udah sepakat, ternyata orangnya lapor harga 4 dollar/liter ke atasan.				memberikan nomer perusahaan tersebut.	kita coba lagi untuk kasih saran-saran yang memungkinkan customer untuk mau beli barang kita.	
2.	<i>Achievement Orientation</i> Suatu bentuk perhatian untuk selalu bekerja lebih baik atau memenuhi standar terbaik.	a.Menetapkan <i>goal</i> yang menantang untuk dicapai.	1. Selalu menjadikan keberhasilan dalam bekerja sebagai motivasi diri untuk semakin lebih baik. 2. Tidak jarang juga saya membuat target tidak tertulis untuk diri saya sendiri. Siapa tahu saya bisa lebih bersemangat dibanding orang lain dan mencapai sukses melebihi <i>sales agent</i> lain.	1. Untuk negosiasi harga kita usahakan mencapai kesepakatan, seneng buat kita seneng juga buat customernya, bila masih ngga bisa tercapai kesepakatan terpaksa kita menawarkan produk lain yang lebih murah dengan segala konsekuensi tentu saja, salah satunya adalah kualitas yang lebih rendah.	1. Waktu ketemu calon customer biasanya saya kasih tau perusahaan apa aja yang udah pernah jadi atau masih jadi customer saya. Kalau perusahaan itu terkenal atau dia tau kualitas perusahaan itu, dia pasti lebih yakin kalo barang kita bagus. Dia juga jadi lebih yakin beli barang dari saya. 2. Mendat a masalah-	1. Menjual produk sebanyak-banyaknya, itu merupakan tujuan utama kita dalam mengejar target. 2. Seandainya target tidak tercapai, jangan menyerah dan malah menurunkan target, tetapi kita tetap pada target bulan ini dan berusaha untuk mencapainya di bulan depan.	1. Berusaha untuk terus mencapai target yang sudah ditentukan oleh atasan. Saya juga memotivasi diri untuk bisa memenuhi target tersebut, atau bahkan melebihi target.	1. Laporan mengenai jumlah total barang yang berhasil dijual pada bulan tersebut dibandingkan dengan bulan sebelumnya untuk dijadikan target bulan selanjutnya.	9

					<p>masalah apa saja yang membuat target tersebut tidak tercapai, perbedaan-perbedaan apa yang terjadi dibandingkan dengan bulan sebelumnya, masalah-masalah tersebut dipikirkan pemecahan masalahnya kemudian dengan didukung keseluruhan isi laporan dijadikan dasar untuk menentukan target ke depan.</p>				
		<p>b. Menggunakan waktu secara efisien.</p>	<p>1. Bersedia membantu membuat laporan apabila memiliki waktu luang dan semua pekerjaan telah selesai. 2. Setiap ada waktu luang di kantor atau sedang tidak mengunjungi</p>	<p>1. Mengatur jadwal setiap hari perihal customer mana saja yang akan dikunjungi dan jam kunjungannya.</p>	<p>1. Menggantinya dengan kegiatan-kegiatan yang tidak membutuhkan terlalu memakan waktu atau memanfaatkan betul waktu jangjian atau waktu kunjungan untuk melakukan</p>	<p>1. <i>Sales agent</i> harus sudah mempunyai catatan mengenai pelanggan-pelanggan sehingga pada saat menyusun jadwal kita sudah bisa memperkirakan waktu yang akan</p>	<p>1. Kita udah menjadwalkan kunjungan ke customer, sebelum mulai jalan, kita buka dulu <i>notebook</i>, ada ke siapa-siapa aja hari ini, jadi ga buang waktu. 2. Membuat</p>	<p>1. Biasanya memang kita sudah membuat jadwal siapa-siapa saja yang akan kita datangi hari itu dan jam berapa janjiannya, jadi waktu kita ga terbuang</p>	8

			customer, kita menyicil membuat laporan, jadi waktu udah deadline kita siap tinggal ngelengkapin yang masih kurang aja.		pelayanan yang sebaik-baiknya.	dihabiskan dalam satu kunjungan kepada pelanggan.	laporan secara kasar atau sudah membuat format laporan di komputer agar pada saat tiba waktunya membuat laporan tinggal memasukkan data dan menambahkan hal-hal yang perlu ditambahkan.	percuma.	
		c. Berfokus pada kesempatan untuk memperoleh keuntungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat bernegosiasi harga antara customer dan <i>sales agent</i> sehingga kedua belah pihak merasa puas. 2. Menjalin hubungan baik dengan customer agar customer menjadi pelanggan setia. 3. Selalu menyediakan waktu untuk menerima 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bila <i>sales agent</i> tidak dapat datang pada hari tersebut, maka <i>sales agent</i> berjanji untuk menyediakan waktu keesokan harinya. 2. Tunjukkan niat bahwa kita benar-benar ingin membantu. 3. Jujur dan wajar dalam membuat kesepakatan harga dengan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memenuhi janji yang sudah diberikan kepada customer. 2. Berusaha memberikan semangat pada diri sendiri karena keuntungan perusahaan berarti keuntungan kita juga. 3. Tetap berusaha sebaik-baiknya walaupun tidak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari lagi <i>sales agent</i> yang bisa, apabila berhalangan maka saya biasanya membuat janji kembali dengan pelanggan dan meminta maaf. 2. Mendatangi kembali pelanggan tersebut dalam waktu dekat untuk membahas kembali hasil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat janji kembali dengan customer yang membatalkan janjinya tersebut. 2. Keberuntungan itu dapat datang tanpa diduga. 3. Apabila pelanggan memesan produk dalam partai besar atau banyak maka akan diberikan potongan harga atau diskon, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berusaha untuk tetap bersikap profesional ,bisa membedakan mana masalah pribadi dan urusan pekerjaan. 2. Kembali pada tujuan utama yaitu menjual produk kepada customer. 3. Terkadang customer 	18

			telepon dari customer sekalipun dalam keadaan sibuk.	customer.	mencapai target. 4. Tetap berpikir positif dan meyakinkan diri sendiri bahwa tidak tercapainya target bukanlah sepenuhnya kesalahan kita.	yang sudah diperoleh berdasarkan hasil laporan <i>sales agent</i> pengganti.	ataupun pelanggan yang sudah lama setia dengan PT. "X" akan diberikan pula pemotongan harga atau diskon.	sendiri yang menghubungi PT. "X" untuk melakukan pemesanan barang.	
3.	<i>Initiative</i> Kecenderungan untuk mengambil tindakan, melakukan lebih dari apa yang dituntut atau diharapkan dalam pekerjaannya, akan melakukan perbaikan atau peningkatan hasil pekerjaan yang belum pernah dilakukan orang lain dan menghindari masalah atau akan mencari dan menciptakan kesempatan baru.	a. Tidak mudah menyerah saat mengalami penolakan atau kegagalan.	1. Selalu kita promosiin terus kelebihan dari produk yang kita jual kayak produksi dan kualitasnya yang berbeda dengan produk kompetitor, sehingga customer akan tau kenapa harga produk kita lebih mahal dibandingin sama kompetitor lain. 2. Kalo mentok promosiin semua produk yang kita anggap cocok dengan customer ternyata tetap tidak berhasil,	1. Ohh..kalo masalah ada yang ga bisa ikut acara kebersamaan, kita cari tau dulu alasan kenapa ngga mau ikut, mungkin kan nanti bisa keluar jawaban seperti ini: ngga punya duit lah bner ga?, terus ngga tertarik sama acaranya lah, ataupun kendala yang lainnya). Nahh..setelah tau alasan kenapa ga bisa ikut baru kita coba buat mendekati dan berusaha beresaha meyakinkan	1. Kalau memang masalahnya sulit dan membutuhkan waktu lama buat mengatasinya, yah kita inisiatif aja untuk meminta saran ke orang lain sambil terus mengupayakan mencari pemecahan masalah dan mencari informasi-informasi yang berguna untuk mengatasi masalah tersebut. 2. Jika keluhan terlambat sampai kepada atasan,	1. Eehhmmm...kal o pelanggan mencari berbagai alasan untuk tidak bertemu dengan <i>sales</i> , kalau saya mah mikirin dulu kemungkinan apa nih yang membuat pelanggan malas ketemu dengan <i>sales</i> , baru kemudian membuat strategi baru lagi mungkin dengan tenggang waktu untuk tidak bertemu pelanggan baru kemudian	1. Cara mengatasi customer yang pindah ke produk lain dengan berbagai alasan paling dengan cara kita melakukan pembujukan persuasif semacam gitu, misalkan menanyakan alasan ke customer kenapa beralih ke produk lain baru setelah ketemu alasannya baru kita kasih solusi yang membuat customer mau kembali lagi pake produk kita.	1. Kalau tiba-tiba customer ngebatalin janji yang sebelumnya udah diatur di jadwal kunjungan, paling kalau saya sih mencari jadwal kosong customer biar saya dapat membuat janji kembali. 2. Kita tawarkan membeli dalam partai kecil saja dan membayar secara <i>cash</i> atau menawarkan	11

			<p>kita tanya lagi ke customer sebenarnya apa sih yang dibutuhkan, terus kita berjanji aja ke customer untuk mencari dan datang kembali secepatnya apabila memang telah ditemukan produk yang tepat.</p>	<p>mereka untuk tetap ikut memikirkan cara-cara untuk mengatasi permasalahannya . 2. Jangan menyerah aj atau patah semangat apabila pada pertemuan pertama ditolak oleh calon customer.</p>	<p>maka kita coba menghubungi secara langsung atasan atau orang-orang yang berkepentingan dengan masalah tersebut dan setelah mendapatkan informasi yang tepat berusaha untuk mencari solusi, baru menemui customer kembali.</p>	<p>membuat janji lagi.</p>	<p>2. Jadi apabila pada pertemuan pertama <i>sales</i> belum berhasil menjual produk maka tunggulah beberapa hari baru menghubungi kembali.</p>	<p>kualitas yang lebih rendah dan boleh diuji coba dengan perjanjian bila hasilnya tidak memuaskan, <i>sales agent</i> tidak akan memaksa untuk menjualnya. Itu kalau barang yang dibutuhkan customer berharga mahal yang tidak sesuai dengan daya belinya.</p>	
		<p>b. Melihat peluang dan mengambil resiko.</p>	<p>1. Kalau ada <i>sales agent</i> yang merasa puas dengan pekerjaannya dan merasa tidak membutuhkan customer baru tetap akan diberikan customer baru supaya <i>sales agent</i> memiliki</p>	<p>1. Kesepakatan harga ngga tercapai, <i>sales</i> akan berusaha untuk menawarkan produk lain yang lebih murah dengan konsekuensi salah satunya adalah kualitas akan turun, itu</p>	<p>1. Customer yang ngedadak minta ketemu sedangkan <i>sales agent</i> sendiri sibuk itu secepatnya <i>sales agent</i> menghubungi customer dan berjanji untuk menyediakan waktu entah</p>	<p>1. Sesegera mungkin aja saya nya buat janji ketemuan lagi sama pelanggan yang membatalkan janjinya tiba-tiba. Pokoknya mah jangan sampai kelamaan aja pelanggan dicuekin bisa-</p>	<p>1. Tidak ada sama sekali perbedaan antara customer yang banyak membeli produk maupun yang dikit belinya, walaupun yang membeli barang sedikit tetap dilayani sehingga</p>	<p>1. Usahakan kalau memang bisa langsung dateng yah didatengin pada saat itu juga, kalau ga bisa bilang aja terus terang bahwa pada hari itu sudah ada janji lain, bila perlu</p>	<p>11</p>

			<p>tanggung jawab lebih, tapiiii...bila sudah didesak tetap tidak mau maka customer baru tersebut akan diberikan kepada <i>sales agent</i> yang lain.</p> <p>2. Apabila <i>sales agent</i> membutuhkan bantuan <i>sales agent</i> lain, maka <i>sales agent</i> yang lain berusaha menanyakan apa yang perlu dibantu bila memang <i>sales</i> tersebut mengatakan tidak perlu bantuan, maka tidak usah dibantu tetapi tetap diperhatikan perkembangannya sehingga saat tiba-tiba <i>sales</i> tersebut membutuhkan</p>	<p>cara untuk tercapai deal harga.</p> <p>2. Kadang atasan sibuk banget jadi tanggapan atau <i>complain</i> customer lambat dan lama diresponnya, itu harus dari <i>sales</i> sendiri untuk mampu berinisiatif mencari solusi tanpa menunggu atasan dan bila berhasil maka sebaiknya dimasukkan ke dalam laporan berikutnya sehingga bila mengalami masalah yang sama sudah memiliki bayangan bagaimana cara mengatasinya.</p>	<p>besoknya, lusa, atau seminggu ke depan. <i>Sales agent</i> harus bisa menunjukkan niat untuk benar-benar ingin membantu customer.</p>	<p>bisa penghasilan saya bisa berkurang drastis kalo pelanggannya suka beli produknya dalam jumlah yang banyak.</p> <p>2. Kadang saya suka dapet aja peluang dari orang-orang yang mungkin tidak berprospek kayak satpam perusahaan, biasanya saya gali informasi dari dia untuk mengetahui calon pelanggan yang potensial.</p> <p>3. Bagus lagi kalau bisa dapetin kesempatan untuk mengenal atau menghubungi karyawan atau personil dengan kedudukan lebih tinggi dari orang</p>	<p>customer itu juga merasa dihargai.</p> <p>2. Bener-bener pgunain segala cara untuk membuat customer tertarik kembali yang menemui kita apabila memang sebelumnya customer tersebut mengalami ketidakcocokkan waktu ataupun produk.</p>	<p>permasalahan dapat dibahas via telepon, namun bila benar-benar penting diusahakan datang walaupun cuman sebentar atau setelah janji-janji yang sudah direncanakan sebelumnya terlaksana. Itu mungkin cara-caranya kalau ada customer yang mendadak banget minta ketemuan sama <i>sales</i>.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--

			bantuan kita udah siap.			yang sudah saya temui, tentu saja bakal lebih menguntungkan saya lagi itu mah.			
		c. Memberikan respon terhadap kompetisi, melakukan lebih dari apa yang dituntut atau diharapkan.	<p>1. Penghargaan yang saya berikan kepada <i>sales</i> yang berprestasi sekedar memberikan ucapan selamat sambil berkata “Wahh..hebat euy..”, kadang-kadang juga suka ngadain selamatan kecil-kecilan, misalnya makan-makan di kantor dengan <i>sales agent</i> yang lain.</p> <p>2. Meminta kepada pihak laboratorium PT. “X” untuk membuat suatu produk hasil modifikasi dari produk lama yang sudah ada</p>	<p>1. Memikirkan cara yang tepat untuk membantu customer walaupun tidak sampai tuntas, misalkan customer membutuhkan suatu produk yang tidak dimiliki perusahaan, maka akan dicarikan informasi mengenai produk tersebut kemudian memberitahukan kepada customer dimana ia dapat memperoleh produk tersebut.</p> <p>2. Apabila ada training mengenai pengenalan</p>	<p>1. Cara untuk memperoleh keuntungan banyak buat perusahaan dan buat <i>sales</i> adalah dengan memberikan semangat pada diri sendiri karena keuntungan perusahaan berarti keuntungan kita juga.</p>	<p>1. Pokoknya sebisa mungkin setiap ada datang keluhan dari pelanggan itu ditindaklanjuti dengan cepat dan serius.</p>	<p>1. Berusaha untuk mencari solusi aja sendiri apabila memang keluhan sudah disampaikan kepada atasan dan tidak cepat ditanggapi. Tetapi sebelumnya solusi tersebut ditanyakan dahulu ke atasan bila disetujui maka akan diberikan kepada customer.</p>	<p>1. Kalau saya cara promosi barang yang menurut saya efektif dan saya gunakan adalah dengan mengutarakan keuntungan yang akan diperoleh customer bila menggunakan produk kita.</p> <p>2. Mengutarakan juga fasilitas yang bisa diperoleh customer seperti boleh mencoba produk baik oleh pihak customer maupun promotor dari pihak PT. “X”</p>	9

			maupun yang benar-benar baru untuk mengakomodir apabila tidak ada produk yang cocok dengan kebutuhan customer.	produk baru biasanya saya meminta manual produk baru tersebut dari trainer atau berinisiatif untuk meng foto copy berkenaan dengan data-data dari produk baru tersebut.				datang kesana mendemokan produk.	
4.	<i>Interpersonal Understanding</i> Keinginan dan kemampuan untuk memahami orang lain.	a. Memahami tingkah laku orang lain.	1. Kita berusaha sebisa mungkin menjaga kebersihan kantor sendiri, contohnya sisa-sisa kertas yang tidak terpakai, langsung kita masukan ke tong sampah, jangan dibiarin di atas meja. Office boy memang ada, tapi kan ga ada salahnya kalo kita bisa lakuin sendiri, toh mereka juga banyak pekerjaan. Office boy juga pasti	1. Jaga kebersihan kantor sendiri bersama dengan <i>sales agent</i> lain, yah...sama-sama aja lah, kan kantor sendiri. Trus jangan lupa juga jalin hubungan baik sama office boy, kasih pujian kalo memang kantornya bersih, jangan sering marah-marah, mereka pasti jadi kesel dan males kerja bener. 2. Kalau kerjanya males-	1. Kalo ada <i>sales agent</i> yang melakukan kesalahan, kita tanya dulu alasannya, jadi kita ngerti kenapa dia gitu. 2. Baru setelah itu kasih <i>feedback</i> yang menurut kita memang penting untuk kemajuan dia. Kalau sekiranya ga terlalu penting dan malah menjatuhkan dia atau bikin dia marah, lebih baik tidak usah	1. Saya sih mikirnya kalo memang ada <i>sales agent</i> yang kerjanya bagus...yah...ka sih pujian supaya seneng, tapi kalau hasilnya jelek tanpa kita bilang apa-apa juga biasanya keliatan dari gerak-geriknya, banyak diem, ato malah ngomel. Paling saya mah dengerin aja. 2. Wah..kalau tentang laporan sih saya pikir tanggung jawab	1. Mungkin aja kantor agak kotor, biasanya kalo kita liat tempat-tempat yang agak tersembunyi, biasanya tetep banyak debu. Nah..kemungkinan office boy berpikir bahwa kita ga mungkin periksa ke tempat-tempat itu. 2. Cukup kasih tau aja ke dia bahwa kita pengen tempat itu bersih, ga usah marah. Cek	1. Berusaha bertanya mengenai permasalahan yang dialami rekan kerja. Bila memang ia tidak mau berbagi jangan didesak. Kalo perlu kita aja yang bagi pengalaman yang mungkin mirip dengan permasalahan yang dia alamin. Mungkin dia akan sedikit terhibur atau terbuka.	13

			seneng kalo kita meringankan kerjaan mereka. 2. Paling saya biasanya tanya apa ada masalah yang menyebabkan hasil laporannya berbeda dengan kenyataanya, mungkin dia punya masalah. Apakah dia lagi stres atau masalah pribadi. Atau mungkin juga dia punya alasan sendiri yang kita ngga tau, mungkin memang ada perubahan di saat-saat terakhir.	malesan, biasanya saya tanya ke office boy, mungkin dia punya masalah dengan salah satu dari kita atau masalah pribadi. Mungkin juga bisa dibantu.	dibicarakan. 3. Kita harus berani menegur secara halus maupun tegas kepada rekan kerja. Bila dia tidak menerima teguran kita atau malah bersikap negatif, tidak perlu dirisaukan. Mungkin dia masih menyesali kesalahan yang dia perbuat dan ga pengen orang lain tau. 4. Yang penting juga, jangan sampe bikin dia malu dengan menegur di depan <i>sales agent</i> lain.	masing-masing. Mungkin hasil laporan tidak konsisten karena kurang teliti. Tanya aja kenapa hasilnya beda.	juga beberapa hari ke depan, dia bener-bener bersih ato ngga.		
	b. Memahami sikap, minat, kebutuhan, dan pandangan orang lain.	1. Menjalin hubungan baik sama OB tuh sebenarnya ga susah. Saya sih biasanya kasih mereka baju lebaran, atau	1. Kalau memang dia memiliki masalah dengan salah satu dari kita, paling saya bilang ke <i>sales agent</i> tersebut atau menasihati	1. Kalau saya yang ditegur, biasanya saya mendengarkan <i>feedback</i> yang diberikan. 2. Ga jarang juga ko saya yang minta pendapat,	1. Saya biasanya kasih tau ke OB tempat-tempat yang masih belum bersih. Kadang saya pikir OB memang harus diberi tahu apa	1. Bila kita mengetahui suatu informasi mengenai salah satu customer dari <i>sales agent</i> lain, sebaiknya kita kasih tau ke <i>sales agent</i> itu	1. Biasanya kalau ada <i>sales agent</i> yang masih memiliki sedikit customer, kita kasih customer baru ke dia,	18	

			<p>uang. Em...pokoknya yang kita pikir memang mereka butuh.</p> <p>2. Kalau memang seperti teman kita itu membutuhkan bantuan, maka saya berusaha sebisa mungkin untuk membantu, tapi kalau dia tidak mau dibantu jangan dipaksa daripada bantuan kita dipandang negatif dan membuat hubungan kerja jadi ngga kondusif.</p> <p>3. Tunjukkan kalau kita memang bener-bener peduli dan bukan sekedar basa-basi aja. Jadi mereka ga mungkin marah sama kita. Kalau</p>	<p>si OB.</p> <p>2. Kalau memang dia punya masalah pribadi, mungkin kita bisa bantu. Misalnya butuh uang,</p> <p>3. Biasanya customer tuh selalu tanya hal-hal apa saja yang bisa menguntungkan dia kalau beli barang dari perusahaan kita. Nah..untuk tarik minat dia beli barang, biasanya kita kasih tau fasilitas atau pelayanan apa yang bakal didapat. Contohnya bisa dapet sampel produk bahkan di uji coba di depan dia.</p>	<p>jadi kalo ada masalah seengganya kita punya <i>second opinion</i> lah.</p> <p>3. Biasanya kalau mau bikin acara kebersamaan, saya sering meminta pendapat dari rekan kerja di divisi lain. Biasanya memang kepanitiaan bercampur dari beberapa divisi.</p> <p>4. Kalau dia mulai ngomongin hal-hal diluar kerjaan, biasanya kita ikutin aja. Apalagi kalau kita memang berminat pada hal yang sama. Wah.. bisa banyak ngabisin waktu tuh kalo obrolannya seru. Kaya salah satu</p>	<p>yang harus dia lakukan.</p> <p>2. Terus, dia juga butuh dipuji kalau memang hasil kerjanya bagus, jadi dia bisa semangat kerja.</p> <p>3. Menghadapi pelanggan itu memang susah-susah gampang. Kadang kalo dapet yang enak bisa langsung masuk. Tapi kalo dapet yang cerewet, dengerin aja dulu apa maunya, jangan langsung dibantah. Kalo dia udah selesai, baru saya lanjut promosi lagi.</p>	<p>kalau memang penting untuk perkembangan hubungan <i>sales agent</i> dengan customer. Misalnya, ada pergantian posisi atau mesin baru di perusahaan customer tersebut, nah..kasih tau ke <i>sales agentnya</i>.</p> <p>2. Pendekatan ke customer tuh biasanya, kita dengerin semua omongan dia, mau yang berhubungan sama pekerjaan maupun masalah pribadi. Biasanya kita jadi tau hobi dia, keluarga dia, dan banyak lagi. Kadang itu bermanfaat buat ke depannya kalo kita promosi lagi. Hubungannya kan udah lebih</p>	<p>karena dia lebih butuh daripada <i>sales agent</i> lain yang udah punya banyak customer.</p> <p>2. Ada juga sih yang ga mau dikasih customer baru karena takut susah, biasanya karena mereka tuh udah tau kalau customer baru itu agak susah dideketin. Kita tetep suruh coba. Kalau memang bener-bener ga mau, ga boleh dipaksa, kasih aja ke <i>sales agent</i> lain, daripada hasilnya ga bagus atau malah bikin customer kecewa.</p>
--	--	--	---	--	---	--	---	---

			<p>kita bilang mo bantu yah bener-bener bantu, jangan pas dia dateng, ehh..kita bilang sori ga bisa bantu.</p> <p>4. Oya, kadang kita juga jenguk rekan kerja ato customer yang lagi sakit, pasti kan mereka seneng diperhatiin.</p>		<p>custoemer seneng banget sama sepak bola, kebetulan kita dukung tim yang sama, akhirnya ngomongin itu dulu. Baru akhirnya tanya lagi, “Gimana Pak sama barang yang saya jual?” Biasanya kalo hubungannya udah baik, dia cenderung untuk mau beli apalagi kalau barangnya cocok.</p>		deket.		
		c. Memprediksikan reaksi dari orang lain untuk bisa memahami dan melayani dengan lebih baik.	<p>1. Jangan sampe kita jadi terpengaruh sama customer yang minta persenan karena ingin barang kita dibeli. Justru kita harus lebih meyakinkan dia. Yakinin lagi bahwa dia ngga akan rugi beli barang kita.</p>	<p>1. Walaupun beli barang cuman sedikit, tetapi harus tetap kita layani. Dengan begitu kan customer pasti merasa dihargai dan bisa setia sama kita.</p>	<p>1. Kadang emang suka tergiur juga sih buat menyuap, apalagi kalau lagi susah jual barang. Tetapi kalau kita menerima, maka kemungkinan customer malah ngeremehin kita, ga yakin sama kemampuan dan</p>	<p>1. Biasanya kita pikirin dulu bagaimana sikap pelanggan-pelanggan yang akan kita datangi, terlebih lagi kalau sudah menjadi pelanggan tetap. Jadi kita juga udah tau apa yang bakal kita bicarain sama</p>	<p>1. Kita berusaha melayani sebaik-baiknya setiap customer kita. Mau perusahaan besar ato kecil mereka kan tetep kasih keuntungan. Jadi harus bisa menjalin hubungan baik sama semuanya.</p> <p>2. Datengin</p>	<p>1. Biasanya kalo udah pernah dateng sekali ke customer baru, kan kita udah tau nih sifat customernya gimana. Nah..waktu mau dateng ke dia lagi, kita pikirin apa yang mau kita</p>	7

			Kalau kita bisa yakinin, dia pasti beli.		kredibilitas kita.	mereka, topik apa. Pokoknya bikin mereka senang lah.	semuanya, walaupun dengan intensitas yang berbeda. Emang mungkin ga sekali dateng langsung berhasil jual barang. Tapi kalau gigih, biasanya mereka akhirnya mau coba beli walaupun sedikit.	omongin ke dia. Kalau orangnya <i>to the point</i> , berarti langsung aja promosi. Tapi kalau seneng ngobrol, basa-basi aja dulu, baru promosi.	
5.	<i>Customer Service Orientation</i> Keinginan untuk menolong atau melayani orang lain guna memenuhi kebutuhan mereka.	a. Berusaha keras untuk menemukan kebutuhan konsumen.	1. Saya sih biasanya bantuin customer cari produk lain untuk ngebantu dia, tapi saya ga jual barang itu, cuman ngasih tau aja perusahaan mana yg jual obat kayak yg diminta sama customer. 2. Kita harus tanggap juga sama kebutuhan customer. Kalau dia udah menyebutkan	1. Tidak lelah mendatangi konsumen untuk mengetahui sebenarnya barang apa yang dibutuhkan. 2. Bisa juga datang ke bagian produksi atau lihat sendiri pabriknya untuk cari tau obat celup apa yang dipakai dan dibutuhkan customer.	1. Yang penting tuh kita jangan sampe salah promosiin barang. Makanya kita harus tau dulu apa yang memang dibutuhin sama konsumen. Ga ada salahnya kita ambil waktu buat cari info tentang perusahaan itu, misalnya di internet. Daripada udah dateng salah promosi.	1. Melayani setiap kebutuhan pelanggan, sebisa mungkin memenuhi apa yang mereka inginkan, sehingga pelanggan juga merasa puas. 2. Kalau memang belum jelas apa kebutuhan pelanggan, kita tanya lagi aja apa yang sebenarnya memang dibutuhkan, jadi	1. Kalo saya sih biasanya tanya terus aja produksinya apa, pake mesin apa, pokonya sampe jelas lah, jadi tau barang apa yang cocok ditawarkan.	1. Dari obrolan-obrolan ringan, kita tuh bisa dapet banyak info. Ato cari pertanyaan-pertanyaan yang secara ga langsung bisa bantu kita untuk tau barang apa yang mereka bener-bener butuhin, jadi barang yang kita promosiin tepat.	9

			suatu jenis obat celup yang memang kita punya, langsung dicatat. Jadi itu yang dipromosikan.			ga mungkin salah nawarin barang.			
		b. Mencocokkan kebutuhan konsumen dengan barang atau jasa perusahaan.	<p>1. Sebetulnya selain keuntungan buat pihak <i>sales agent</i>, promosi juga menguntungkan customer loh. Kan mereka juga bisa dapet info tentang produk kita, mereka bisa buat pertimbangan mana obat celup yang dipakai. Kan kita juga promosiin produk yang kira-kira memang cocok untuk dipakai di perusahaan dia.</p> <p>2. Oya, kalo customer baru kita liat produksi perusahaan dulu,</p>	<p>1. Untuk persiapan promosi, biasanya kita pelajari aja satu atau dua produk yang unggulan, jadi ga perlu hafal semua. Lihat perusahaan itu produksi apa, berarti kita promosi produk yang sesuai. Itu biasanya customer baru.</p> <p>2. Kalo customer lama biasanya kita udah tau apa-apa saja yang mereka butuhin, jadi tinggal tanya aja mau beli lagi atau ngga. Nah.. tapi ke customer lama juga bisa</p>	<p>1. Kita tuh udah punya beberapa produk unggulan yang biasanya banyak dibeli sama customer. Biasanya dengan customer baru kita tawarin satu ato dua dari produk unggulan, ga semua. Kalo memang ternyata produk unggulan itu belum sesuai sama keinginan dia, kita tetep harus udah siap promosiin produk yang biasa. Siapa tahu justru produk biasa itu yang cocok buat dia.</p>	<p>1. Ke pelanggan baru biasanya kita udah siap, produk apa yang kita pikir akan dibeli. Kita biasanya udah punya info tentang produksinya apa, ekspor ato impor, kira-kira daya belinya gimana, kualitasnya yang tinggi atau sedang. Dari situ kita cari satu atau dua obat celup yang sesuai sama kriteria perusahaan. Itu aja yang dipromosiin.</p> <p>2. Ada juga kadang</p>	<p>1. Biasanya saya memastikan dulu produk mana yang dipilih customer, dilihat apakah bener-bener sesuai dengan kebutuhannya. Kalo udah sesuai, baru kita buat kesepakatan harga. Jangan sampai sudah membuat kesepakatan harga, ternyata customer bilang ga jadi karena barangnya ga cocok, kan jadi buang-buang waktu.</p> <p>2. Kadang saya liat juga, misalnya dia maunya beli obat</p>	<p>1. Saya biasanya sudah tau kondisi dari perusahaan yang akan didatangi. Misalnya nih, perusahaannya kecil, buat lingkup nasional aja, produksinya juga ga terlalu banyak. Pasti saya promosi obat celup yang harganya tidak terlalu mahal. Laen kalo perusahaannya besar, untuk ekspor, produksi banyak dan kualitas nomer</p>	10

			baru nentuin barang apa yang akan kita jual. Misalnya dia produksi kain bahan jeans, kita tawarin obat celup apa, sedangkan untuk yang produksi kain katun, obat celupnya apa.	kita tawarin produk laen, coba-coba aja siapa tau tertarik, tapi tetep harus disesuaikan sama produksi mereka.		perusahaan yang daya belinya kecil, tapi pengen kualitas yang tinggi dan harganya mahal. Biasanya kita tawarin aja beli kualitas tinggi dalam jumlah kecil.	celup untuk melembutkan kain, nah itu aja yang saya promosiin, satu atau dua produk untuk melembutkan kain. Jelasin yang ini lebihnya di mana, kurangnya dimana. Gitu-gitu lah..	satu. Udah pasti lah saya tawarin obat celup kualitas satu dengan harga mahal juga. Disesuaikan lah, biar peluang promosi berhasil besar.	
		c. Memberikan saran yang dapat dipercaya kepada konsumen.	1. Kalau memang kita bener-bener ga punya produk yang sesuai dengan keinginan dia, biasanya kita saranin aja menghubungi perusahaan kompetitor yang mungkin bisa kasih dia produk itu. 2. Ga jarang juga kita tawarin ke mereka, kalau mereka ga butuh cepet obat	1. Yah.. kalau memang ga punya produk itu, kita bilang ga punya, jangan menjanjikan sama customer, tapi akhirnya mengecewakan. Yang penting tuh customer percaya sama kita dan kita juga harus jaga kepercayaan mereka. Kalo udah ga percaya lagi susah mau promosi apa juga ga akan	1. Biasanya memang setelah promosi dua produk dan customer bingung pilih yang mana, saya kasih saran, dari dua produk itu mana yang lebih cocok. 2. Kalau memang dia masih belum yakin, saya kasih aja sampel produknya, biar dia coba sendiri. Dia kan bisa tau apa yang saya	1. Pelanggan baru itu biasanya menilai juga dari cara kita promosi, apakah kita bisa dipercaya atau ngga, berusaha supaya mereka mau dengerin kita. 2. Kita memang harus jujur waktu promosi, misalnya tentang kualitas barang, harga, ketersediaan barang. Kalo ucapan kita sama	1. Buat customer yang memang belum terlalu kenal produk kita, memang biasanya kita yang kasih saran produk mana yang sebaiknya dia beli, trus dicoba aja, biar bener-bener yakin. 2. Kadang produknya udah sesuai tapi harganya ga sesuai, terlalu mahal buat dia. Kita coba kasih	1. Yang paling penting kita dapetin dari customer baru itu <i>trust</i> . Kalo udah ga ada kepercayaan, udah susah lah buat promosi apa juga. Tapi kalo udah ada kepercayaan, pasti lebih gampang untuk jadiin dia pelanggan setia. 2. Kadang kalau kita udah bener-bener	13

			<p>celupnya, kita minta waktu untuk coba bikin dalam jangka waktu tertentu, tapi kalo butuh cepet ya ga bisa.</p> <p>3. Tapi kalo dalam jangka waktu tersebut ternyata memang ga berhasil memenuhi kebutuhan customer, kita memang harus jujur ke customer, jangan sampe customer jadi kecewa.</p>	<p>dipercaya lagi.</p> <p>2. Kadang memang ada customer yang tanya, ko barangnya mirip sama kompetitor tapi harganya lebih mahal. Kita jelasin aja bahwa kualitasnya juga beda, kita ga mungkin jual barang dengan kualitas sama tapi harganya lebih mahal. Kita kasih coba aja dulu biar dia percaya.</p>	<p>promosiin itu bener ato ngga. Kalau memang hasilnya ga sesuai sama keinginan dia, kita juga tidak akan memaksa.</p>	<p>hasilnya sama, mereka pasti mau beli barang kita lagi. Pelanggan puas, ktia juga puas.</p>	<p>alternatif lain, misalnya produknya lain dengan harga yang lebih rendah, tapi kita harus terus terang juga bahwa kualitasnya pasti ga sama.</p>	<p>deket sama customer, ada juga yang akhirnya malah menceritakan masalah-pribandinya. Mereka juga minta pendapat karena udah percaya sama kita. Kita coba kasih solusi yang tepat.</p>	
		<p>d. Menindaklanjuti hubungan dengan konsumen dan menanggapi keluhan konsumen.</p>	<p>1. Yang penitng tuh customer harus puas dengan pelayanan kita, kalo customer puas, pasti dia akan menghubungi kita lagi.</p> <p>2. Apalagi kalau customer yang udah lama, jangan kita</p>	<p>1. Pendekatan awal waktu kita dateng ke konsumen penting, bisa jadi penentu kelanjutan hubungan kerja kita. Harus dua-duanya merasa nyaman.</p> <p>2. Biasanya kalau sudah jadi customer tetap,</p>	<p>1. Kalau kita belum berhasil untuk menjual barang pada waktu dateng pertama kali ke customer baru, coba hubungi lagi beberapa hari kemudian, untuk buat janji. Pokoknya tunjukin bahwa kita bener-bener</p>	<p>1. Kalau seandainya kita sudah membuat janji ternyata mendadak tidak bisa atau sudah tau akan terlambat, biasanya kita langsung menghubungi pelanggan tersebut, jangan sampai dia</p>	<p>1. Paling kita harus intens hubungin customer baru itu, jadi jangan sampai dia ngerasa kita cuma coba-coba aja dateng ke perusahaan mereka.</p> <p>2. Kepada customer yang sudah beberapa</p>	<p>1. Customer yang udah jadi pelanggan setia biasanya sering saya ajak makan siang. Atau kalo kita punya hobi yang sama bisa juga lakuin hobi bareng. Misalnya kita seneng nyanyi,</p>	17

			<p>malah jadi jarang datengin, bisa-bisa malah ilang. Justru kita lebih <i>care</i> sama mereka karena mereka udah jadi pelanggan setia. Intens datengin, misalnya seminggu atau dua minggu sekali.</p> <p>3. Keluhan customer biasanya kita langsung laporkan kepada atasan. Kalau tanggapan dari atasan lama kita langsung ke orang-orang yang berkompeten aja misalnya ke <i>customer service</i> atau ke bagian lab.</p> <p>4. Kita juga bisa berusaha sendiri untuk mencari solusi yang tepat dalam</p>	<p>hubungannya bukan hanya dalam hal pekerjaan aja, tapi ke yang lain juga. Misalnya mancing bareng, atau mengobrolkan produk sambil makan siang, banyak lah.</p> <p>3. Kita harus memasukkan semua keluhan customer (mengenai produk, keterlambatan barang, ketidaktersediaan barang, harga, dsb) dalam laporan, kemudian mendiskusikan bersama pemecahannya saat rapat sehingga saat datang ke customer kita sudah mempunyai</p>	<p>serius mau jual barang.</p> <p>2. Biasanya kalau ada customer yang telepon kita dan mengeluh tentang produk yang kita jual, kita tanya apa masalahnya dulu kalau memang berat kita datang langsung ke customer tersebut. Kita berusaha secepat mungkin supaya customer tidak kecewa.</p>	<p>menunggu-nunggu. Nanti malah ga jadi ketemu kita. Kita janjikan lain waktu untuk ketemu dia, pokoknya diusahakan jangan sampai batal dan hubungan kerjanya jadi jelek.</p> <p>2. Kalau memang belum ada pelanggan baru, saya sih fokusin aja ke pelanggan yang lama, dicoba untuk meningkatkan penjualan pada pelanggan-pelanggan yang sudah ada, misalnya ditawarkan produk baru.</p>	<p>kali didatengin dan sudah menjalin hubungan baik, saya biasanya memberikan nomer telepon pribadi sehingga bila ada masalah atau keluhan mereka bisa langsung menghubungi saya tanpa melalui resepsionis.</p> <p>3. Memang seringnya pada kunjungan pertama kita belum berhasil menjual barang tapi kita jangan terburu-buru membuat janji lagi, kasih waktu pada customer untuk berpikir. Kita juga pakai waktunya untuk menyusun strategi baru. Seminggu kemudian baru</p>	<p>ajak keluarga dia karaoke bareng keluarga saya.</p> <p>2. Kalo ada customer yang tiba-tiba menghilang, tidak pesan barang lagi kita datengin, tanya ko udah lama ga beli.</p> <p>3. Kalo misalnya dia bilang dia udah beli dari perusahaan lain atau kompetitor, kita tanya alesannya mungkin kita bisa kasih solusi supaya customer mau balik lagi.</p>	
--	--	--	--	--	---	---	--	---	--

			menanggapi keluhan tersebut. Solusi itu kita tanyain dulu ke atasan, kalau disetujui oleh atasan baru kita mendatangi atau menghubungi customer.	jawaban dari permasalahan tersebut.			hubungi customer itu.		
6.	<i>Self-Confidence</i> Kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuan dirinya sendiri untuk menyelesaikan tugas.	a. Percaya pada kemampuan diri sendiri.	1. Kita harus bisa yakin bahwa customer mau mendengarkan perkataan kita dan mau membeli barang kita. Customer harus yakin bahwa barang kita benar-benar berkualitas baik dan bermanfaat bagi perusahaan walaupun harganya mahal.	1. Biasanya saya selalu memberikan semangat pada diri sendiri bahwa saya bisa mencapai target yang ditentukan karena keuntungan perusahaan adalah keuntungan kita juga.	1. Kita harus merasa yakin saat datang ke customer bahwa kita akan berhasil menjual barang karena kita sudah mempersiapkan sebelumnya, tunjukkan ke customer bahwa kita benar-benar menguasai produk.	1. Kegagalan itu mah selalu ada aja, tapi saya sih selalu yakin dengan kemampuan diri sendiri yaitu gagal bukan karena sepenuhnya kesalahan saya sebagai sales tapi ada faktor-faktor lain. Anggap aja emang saya nya aja belum beruntung.	1. Percaya diri itu penting sekali saat berhadapan dengan customer terutama customer baru. Kalau sales udah ga percaya diri bagaimana customer mau percaya sama sales apalagi untuk membeli produk yang ditawarkan sales.	1. Kalau ada customer baru yang isunya sulit dihadapi, jangan langsung ciut. Harus diyakinkan kepada diri sendiri kita pasti bisa mengusai customer tersebut.	6
		b. Berani menerima tantangan dalam pekerjaan.	1. Beberapa kali gagal dalam menjual barang ke customer itu hal biasa, tapi justru itu merupakan	1. Permasalahan dengan customer harus cepat ditanggapi jangan sampai menghindar tapi justru harus	1. Saya selalu berusaha untuk mendapatkan customer baru. Saya tertarik untuk mengetahui	1. Saya sih berani saja menerima tantangan pelanggan untuk membuat produk baru yang	1. Sama customer baru itu banyak tantangannya soalnya kita kan belum kenal sama mereka,	1. Eee...biasanya sales agent suka ngga mau terima kalau customernya terkenal sulit	7

			<p>tantangan buat saya supaya bisa lebih mempersiapkan diri dengan lebih baik sehingga pada saat bertemu dengan customer diharapkan dapat berhasil. Kegagalan itu malah membuat saya penasaran dan terdorong untuk berhasil pada kunjungan berikutnya.</p>	<p>dipecahkan, segera mengambil keputusan dan harus siap menerima konsekuensi dari hasil keputusan itu.</p>	<p>seperti apa customer-customer baru tersebut walaupun belum mengetahui apakah customer tersebut mempunyai prospek yang baik atau tidak yang penting kita mau coba.</p>	<p>dibutuhkan. Saya tinggal mengajukan ke atasan kemudian minta orang lab untuk mencoba. 2. Resikonya lumayan banyak. Kalau sampai gagal yang pasti materi rugi banyak, tapi kalau berhasil keuntungannya pasti besar, toh kalau tidak dicoba ga akan pernah tau hasilnya.</p>	<p>apalagi sifat-sifat mereka. Jadi kita meraba-raba terus selama kunjungan pertama apa yang harus dilakukan dan diucapkan. Jika gagal setidaknya kita sudah tau pada kunjungan berikutnya apa yang harus kita persiapkan, jangan begitu saja menyerah.</p>	<p>dan berbelit-belit, tapi saya pikir justru itu adalah tantangan buat saya dan kebanggaan tersendiri pada akhirnya saya berhasil memuaskan customer.</p>	
		c. Bersikap optimis.	<p>1. Saya sih hampir selalu merasa yakin dapat mencapai target yang telah ditentukan. Memang dalam pencapaian target ada saja masalah yang terjadi misalkan customer yang telat melakukan pembayaran atau tiba-tiba beralih</p>	<p>1. Intinya sih jangan sampai menyerah kalau mengalami kegagalan dalam mencapai target, harus tetap optimis donk...</p>	<p>1. Terkadang target memang tidak tercapai tapi tetap berpikir positif melihat juga mungkin ada faktor-faktor yang menyebabkan target tidak tercapai biasanya karena permasalahan ekonomi</p>	<p>1. Ahh...kegagalan mah tanggepin aj sepositif mungkin, kalo dipikir negatif terus mah malah jadi ngga maju-maju lagi.</p>	<p>1. Ngga terlalu menyalahkan diri sendiri kalau gagal. Selalu berusaha bersikap optimis pada kunjungan selanjutnya pasti akan berhasil. Justru kegagalan itui mengingatkan untuk bertindak lebih baik lagi.</p>	<p>1. Waktu kita promosi barang sama customer saya selalu berusaha meyakinkan diri bahwa customer pasti mau beli barang kita. Biasanya kalau lagi butuh mereka akhirnya akan</p>	6

			ke kompetitor.		misalnya seperti saat ini terjadi keterpurukan ekonomi dunia, berarti kan tidak tercapainya target bukan karena <i>sales</i> kurang berusaha dengan baik tapi memang daya beli dari customer menurun.			beli barangnya walaupun harganya agak sedikit lebih mahal dibanding produk lainnya.	
7.	<i>Relationship Building</i> Berusaha untuk membangun atau mempertahankan hubungan pertemanan, hubungan relasi atau pekerjaan yang hangat dengan orang-orang yang berguna untuk mencapai <i>goal</i> dalam pekerjaan.	a. Mempertahankan hubungan pertemanan dengan orang lain.	1. Yang pasti pendekatannya yang dilakukan beda ke rekan kerja atau terhadap customer. Dengan rekan kerja selain hubungan pekerjaan kita juga harus bisa menjadi teman yang sebenarnya. Yahh itu...bikin mereka ngerasa bahwa mereka termasuk dalam keluarga besar kita. Kalau ke	1. Saya selalu memberikan pujian kepada teman yang berhasil. Biasanya kalo memang ada teman yang berprestasi baik selalu dirayakan bareng-bareng misalkan makan-makan di kantor atau makan-makan di luar. 2. Agar menjadi pelanggan setia terkadang <i>sales</i> memberikan pelayanan yaitu	1. Untuk menjaga keamanan di kantor, saya berusaha menjalin hubungan baik dengan satpam kantor. Yahh..dengan ngobrol-ngobrol ringan lah kalau emang saya punya waktu luang. Jadi saya bisa tau sifat dia seperti apa, bisa dipercaya atau tidak,dsb. 2. Jika hubungan	1. Berikan masukkan yang berharga kepada rekan kerja agar mereka bisa lebih berkembang, menjadi teman yang sebenarnya bila mengalami masalah baik di dalam pekerjaan maupun diluar pekerjaan. 2. Kadang kita suka bikin <i>family gathering</i> , jadi keluarga <i>sales agent</i> dikumpulin terus	1. Menjalin keakraban atau kekeluargaan dengan rekan kerja biasanya ada yang makan-makan bareng aja karena sedikitan jadi gampang ngumpulinya, atau sesudah rapat mengadakan ramah tamah. 2. Sama customer tuh biasanya kalo udah dekat kita malah jadi	1. Ehhmmm...ke keluarga yah...paling cuman makan-makan aja sama <i>sales</i> yang lain kalau ada yang ulang tahun. Kalau ke customer sih mungkin lebih ke hubungan profesional aja kali yah. 2. Oiyah...kadang-kadang bisa juga sih kalau	12

			customer paling berusaha membuat mereka nyaman setiap kita datang, istilahnya kedatangan kita itu adalah hiburan buat mereka di tengah-tengah rutinitas kerja.	menyediakan waktu kalau customer mengajak rekreasi misalnya bermain golf. Saya juga sering membawakan oleh-oleh untuk customer setia kalau baru bertugas ke luar kota atau keluar negeri.	saya baik dengan satpam maka saya dapat bekerja sama dengan dia untuk menjaga barang-barang yang ada dalam kantor.	kita pergi berekreasi. Jadi hubungannya ngga selalu urusan kantor tapi bisa juga lebih akrab satu sama lain gitu.	temen, malah kadang-kadang menguntungkan karena kita bisa saling terbuka dalam urusan pekerjaan. 3. Yang penting tuh customer baik yang lama maupun yang baru merasakan kenyamanan dengan keberadaan kita. Jadi hubungan kita bukan sekedar <i>sales</i> dengan customer tapi juga sebagai teman dan adviser.	customer sakit, saya biasanya mengirimkan bunga atau menengok langsung melihat keadaannya.	
		b. Mempunyai dan menggunakan koneksi untuk memperluas jaringan relasi bisnis.	1. Jika ada undangan dari perusahaan customer untuk menghadiri suatu acara, kita berusaha menyediakan waktu untuk mendatangi acara tersebut karena biasanya	1. Bila memang berminat untuk mendapatkan customer baru biasanya saya mencari informasi dari kenalan-kenalan minta koneksi untuk bisa menghubungi perusahaan	1. Saya minta dikenalin aja sama teman saya yang punya kedudukan lumayan di perusahaan yang saya perkirakan bisa menjadi customer dari saya. Kalau perlu untuk pertemuan	1. Acara kebersamaan bukan cuman <i>family gathering</i> dengan sesama <i>sales</i> tapi bisa juga mengadakan <i>gathering</i> dengan semua pelanggan. Diundang setiap	1. Eee..ke customer baru biasanya saya sebutkan perusahaan-perusahaan apa saja yang sudah menjadi customer saya, terutama perusahaan besar yang cukup	1. Saya sih paling sering cari sendiri customer baru, misalnya waktu lagi jalan-jalan melihat ada perusahaan yang belum jadi customer kita. Atau	9

			<p>dalam acara-acara seperti itu terdapat orang-orang yang bergerak dalam bidang yang sama.</p> <p>2. Nahh..disitulah kita berusaha untuk mencari calon-calon customer baru, pokoknya menjalin sebanyak-banyaknya relasi dengan mereka.</p>	<p>tersebut.</p> <p>2. Saya menggunakan koneksi dari kenalan tersebut untuk melakukan pendekatan dengan calon customer misalkan menyebutkan dari siapa saya mengetahui tentang perusahaan mereka. Biasanya mereka akan lebih percaya.</p> <p>3. Terkadang kalo customer setia, sering mengenalkan calon customer lain kepada saya, karena customer tersebut tau kalo produk kita bagus.</p>	<p>pertama saya akan membawa teman saya tersebut untuk sekedar ngobrol-ngobrol saya. Selanjutnya saya bisa sendiri karena sudah kenal.</p>	<p>pelanggan atau perusahaan-perusahaan pelanggan yang pernah menjadi pelanggan kita atau bahkan perusahaan yang dipikir mungkin akan menjadi pelanggan baru. Hal ini bisa bikin relasi bisnis menjadi semakin luas.</p>	<p>terkenal. Ngga jarang juga calon customer kemudian menghubungi perusahaan yang disebutkan oleh sales untuk menanyakan bagaimana kualitas produk PT. "X".</p>	<p>sering juga tanya-tanya ke teman, ada perusahaan apa yang baru berkembang dan bisa diprospek. Dari informasi tersebut kalau memang saya berminat baru didatangi.</p>	
8.	<i>Analytical Thinking</i> Memahami suatu hal dengan cara memecah-	a. Membuat kesimpulan mengenai pilihan dan pertimbangan konsumen.	1. Saat kita datang ke customer baru, biasanya itu jadi masa-masa	1. Supaya bisa mencapai kesepakatan yang baik dan kedua pihak	1. Ketika menghadapi masalah ngga jarang juga saya mengajak		1. Pastinya untuk menawarkan produk baru kita harus dateng ke customer yang		6

	<p>mecahkan situasi atau persoalan tersebut menjadi bagian yang lebih kecil, menelusuri melalui sebab-akibatnya.</p>		<p>perkenalan. Terus biasanya customer suka cerita mengenai produk apa yang sudah pernah dia pakai. Dari situ kan kita jadi tahu kira-kira kalau kita promosi produk apa yang harus kita promosiin ke mereka. 2. Kadang kita juga bisa tanya ke mereka, kenapa mereka pakai produk tersebut, apakah karena memang kualitas bagus, atau harganya memang sesuai, atau proses pemesanannya gampang. Dari situ bisa kita jadiin pertimbangan. 3. Oya, satu lagi, kita juga harus tanya kenapa akhirnya mereka</p>	<p>merasa puas, kita jangan langsung menyarankan konsumen untuk membeli salah satu dari barang kita. Dengerin pendapat mereka tentang barang yang kita jual, jadi kita juga tau maunya mereka apa. Setelah itu baru mulai nego-nego harga. Jadi walaupun kita yang harus banyak bicara untuk promosi, jangan lupa kalau pelanggan juga harus didengar, kan kita melayani mereka.</p>	<p>customer untuk berpikir bersama, solusi apa yang harus kita ambil. Biasanya hasil pemikiran bersama kan bisa lebih baik. Yah...win..win solution istilahnya.</p>		<p>bisa dipercaya karena kita membutuhkan pendapat dari customer tersebut, dari situ kita bisa mengetahui apakah produk kita itu menjanjikan atau tidak untuk dijual ke pasaran. Kita juga akan lebih percaya diri kalau mau menawarkan produk tersebut ke customer laen.</p>		
--	--	--	---	--	---	--	---	--	--

			beralih ke kita dan ga pake produk itu lagi. Maksudnya, jangan sampai kita nanti ngelakuin hal atau kesalahan yang sama, yang bikin si customer ga mau beli barang lagi						
		b. Mengantisipasi dan bersiap menghadapi rintangan yang muncul dalam pekerjaan.	1. Setiap akan datang ke customer, saya selalu membiasakan mengecek barang dulu ke bagian <i>customer service</i> ada atau ngga barangnya terutama barang-barang yang biasa dibeli oleh customer yang akan saya datang hari itu. Jadi sudah siap seandainya mereka mau membeli cepat.	1. Awalnya akan membuat perjanjian terlebih dahulu sebelum order barang, misalnya perjanjian tentang pembayaran seperti: uang muka, <i>cash</i> atau kredit, dalam dollar atau rupiah, dan batas waktu pelunasan. Semuanya itu dilaporkan ke <i>customer service</i> sehingga apabila terjadi masalah berkenaan dengan	1. Kita mengambil pelajaran dari pengalaman yang sudah terjadi dalam menghadapi customer baru, misalnya customernya pasif itu harus dari kita yang banyak bicara tetapi kalau ada yang aktif berbicara, kita yang harus mampu mendengarkan mereka. Intinya membuat customer mampu	1. Saat melakukan kesalahan dan membuat pelanggan kecewa, secepatnya diperbaiki dan berjanji tidak akan mengulang kembali. Ke depannya harus lebih berhati-hati jangan sampai kesalahan yang sama diulang apalagi ke pelanggan yang sama.	1. Selalu sudah punya bayangan donk kira-kira customernya seperti apa, kan kita sudah mengantongi informasi mengenai customer tersebut.	1. Mendatangi customer baru untuk pertama kali bukanlah hal yang baru, jadi harus sudah memikirkan dan memperkirakan berdasarkan pengalaman hal-hal apa saja yang kira-kira bakal terjadi atau permasalahan yang mungkin muncul, misalnya pada saat kita datang,	6

				pembayaran seperti ada customer yang menunggak bisa langsung diproses karena sudah ada bukti diawal perjanjian.	untuk menerima kita.			customer telah memasang muka pahit atau judes, tetapi karena kita sudah siap diusahakan tetap ramah, memakai trik-trik pengalaman sebelumnya.	
		c. Memikirkan dan merencanakan mengenai hal-hal apa saja yang akan dilakukan dalam pekerjaan.	1. Menanggapi keluhan dari customer yang pasti jangan gegabah, jangan sampai kita salah mengambil langkah sehingga customer malah memutuskan hubungan kerja, walaupun sudah tau solusinya, harus juga memikirkan kata-kata apa yang sebaiknya diucapkan atau cara-cara apa yang harus dilakukan supaya customer puas.	1. Diawal hubungan kerja sudah dibuat perjanjian pada customer perihal waktu efektif untuk menghubungi <i>sales agent</i> , misalnya untuk menghubungi ke kantor harus pada jam kerja tetapi untuk ke telepon pribadi diberikan batas waktu paling telat jam 9 malam.	1. Membuat laporan eehhhmmm...pal ing yah supaya tepat waktu harus dipikirin kapan harus mulai mengetik laporan jadi waktu <i>deadline</i> , saya sudah siap untuk mengumpulkan laporan.	1. Para <i>agent</i> sudah mempunyai catatan mengenai pelanggan-pelanggan dan berapa waktu yang dihabiskan salam satu kali kunjungan dengan satu orang pelanggan, sehingga setiap akan menyusul jadwal atau membuat janji dengan pelanggan bisa memperkirakan waktu yang tepat.	1. Saya sih ngebuat jadwal kunjungan customer secara teratur dan merencanakan kepada customer apa yang akan saya lakukan misalnya hanya sekedar berkunjung, promosi produk baru atau menanyakan kelanjutan dari produk yang sudah dipromosikan, jadi sewaktu saya datang kesana ga	1. Sistematisnya secara garis besar mungkin kayak gini, misalkan saya udah dapet CP dari perusahaan calon customer selanjutnya saya hubungi, membuat janji ketemuan fix ketemu tanggal berapa. Dari sana langsung menyiapkan produk dan langkah yang akan	6

							bingung mau ngapain. Semua saya catat di handphone.	dipromosiin. Pada saat bertemu customer, saya memulainya dengan obrolan ringan terlebih dahulu baru mempromosikan produk.	
		d. Mengatasi permasalahan yang dihadapi secara sistematis.	1. Komplain atau keluhan customer mengenai produk perusahaan kita sampaikan kepada atasan untuk ditindaklanjuti supaya dapat memperoleh jalan keluar yang terbaik. Setelah mendapatkan solusi dari atasan mengenai produk yang di komplain oleh customer baru lah kita sampaikan solusi tersebut langsung ke customer	1. Hm..memang ada kemungkinan sih target tidak tercapai. Hal tersebut akan terlihat saat kita membuat laporan dan membandingkan nya dengan laporan bulan-bulan sebelumnya. Langsung saya analisa, apa aja masalah yang terjadi di bulan tersebut sehingga membuat target tidak tercapai. Baru setelah itu saya memikirkan		1. Memang dalam setiap acara <i>family gathering</i> terutama yang pergi jauh selalu saja ada yang tidak bisa ikut, nahh..kalau gitu dicari tau alasan kenapa ga bisa ikut, apakah karena ga suka sama acaranya, lagi ga punya duit, repot harus bawa anak atau alasan yang lain. Setelah tau alesannya, baru deh dipikirkan solusi apa yang tepat, contohnya	1. Jangan ceroboh aja, barang-barang disimpan pada tempatnya sehingga kemungkinan lupa atau hilang kecil. 2. Bisa juga meminta satpam untuk tidak mengizinkan masuk orang yang bukan karyawan kantor, bila perlu diminta identitasnya dan mengisi buku tamu.	1. Paling sama aja lah sama <i>sales agent</i> yang lain, prosedurnya memang kalau ada komplain dari customer harus diberitahukan kepada atasan. Masalah penyelesaiannya bisa dari atasan, rekan kerja, atau diri sendiri. Kalau saya pikir telah menemukan solusi yang tepat baru kembali menemui	6

			masing-masing <i>sales agent</i> .	apa yang harus dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kan jadinya kalau ke depan ada masalah serupa, saya udah tau apa yang harus dilakukan. Jangan malah menurunkan target, karena itu artinya kita menyerah.		bagi yang ga punya duit, temen-temen yang lain patungan buat ngebayarin jadi bisa ikut semua.		customer untuk menanggapi komplain.	
9.	<i>Conceptual Thinking</i> Memahami situasi atau persoalan dengan jalan menyatukan bagian-bagian yang tampak terpisah untuk kemudian melihat persoalan tersebut sebagai gambar yang besar.	a. Mampu mengenali kunci permasalahan yang dialami dalam pekerjaan.	1. Mengungkapkan secara jelas kepada customer hal-hal apa saja yang menjadi penghalang untuk memenuhi kebutuhan customer, apakah karena memang tidak tersedia barang yang cocok, harga yang tidak sesuai, percobaan yang gagal, dan	1. Hm..memang ada kemungkinan sih target tidak tercapai. Hal tersebut akan terlihat saat kita membuat laporan dan membandingkan nya dengan laporan bulan-bulan sebelumnya. Langsung saya analisa, apa aja masalah yang terjadi di bulan	1. Mendat a masalah-masalah apa saja yang membuat target tersebut tidak tercapai, perbedaan-perbedaan apa yang terjadi dibandingkan dengan bulan sebelumnya, masalah-masalah tersebut dipikirkan pemecahan masalahnya kemudian			1. Masalah sama customer sering muncul kalo memang kita ga cocok sama sifat orang-orang nya. Nah.. kalau sudah ga cocok sama orangnya mau kita berusaha bagaimana pun juga susah, ujung-ujungnya kita alihin ke <i>sales agent</i> lain	4

			sebagainya.	tersebut sehingga membuat target tidak tercapai. Baru setelah itu saya memikirkan apa yang harus dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kan jadinya kalau ke depan ada masalah serupa, saya udah tau apa yang harus dilakukan. Jangan malah menurunkan target, karena itu artinya kita menyerah.	dengan didukung keseluruhan isi laporan dijadikan dasar untuk menentukan target ke depan.			daripada kita kehilangan customer.	
		b. Menggunakan logika dan pengalaman masa lalu untuk mengatasi permasalahan.		1. Masalah pasti kita sampein ke atasan, tapi kadang atasan sibuk banget jadi tanggapan atau complain customer lambat dan lama diresponnya, itu harus dari <i>sales</i> sendiri untuk mampu	1. Menjadikan pengalaman sebagai panduan untuk meminta kerja sama atau bantuan kepada <i>sales agent</i> yang lain. Lihat siapa yang bisa diandalkan. Boleh juga sih coba minta pendapat yang			1. Saya sering memberikan saran kepada teman yang mempunyai masalah dengan customernya. Berdasarkan cerita dia, saya bisa tau apa permasalahan yang sebenarnya menjadi	3

				berinisiatif mencari solusi tanpa menunggu atasan dan bila berhasil maka sebaiknya dimasukkan ke dalam laporan berikutnya sehingga bila mengalami masalah yang sama sudah memiliki bayangan bagaimana cara mengatasinya.	lain pada yang lain.		penyebab kegagalan dalam melakukan pendekatan dengan customer. Kalau saya punya customer dengan sifat yang mirip dengan customer yang dia hadapi, yah ceritain aja pengalaman saya dengan customer saya sendiri. Siapa tau memberi pencerahan buat dia.		
10.	<i>Information Seeking</i> Keinginan untuk menambah pengetahuan mengenai sesuatu, orang atau hal-hal yang sedang terjadi dan berusaha untuk mendapatkan informasi tersebut.	a. Mencari informasi selengkap mungkin mengenai produk perusahaan.	1. Sebenarnya sih kita udah harus hafal mengenai semua produk unggulan, tapi kadang kita juga butuh mempelajari kelemahan dan kelebihan produk non-unggulan untuk berjaga-jaga apabila ternyata	1. Promosi ke customer tentunya harus tahu produk apa yang dibutuhkan oleh perusahaannya. Setelah mengetahui produk mana yang akan dijual atau yang diperkirakan akan berhasil dijual maka kita	1. Kita pikirkan produk apa yang dijual, disesuaikan dengan kebutuhan customer, lalu mempelajari produk-produk tersebut sehingga kita bisa menjelaskan dengan baik saat bertemu dengan customer, baca	1. Jadi di kita ada brosur yang berisi produk-produk yang dijual, tapi tidak ada salahnya membaca kembali buku panduan mengenai produk supaya di depan pelanggan, kita sebagai <i>sales</i> terlihat meyakinkan dan	1. Pastinya untuk menawarkan produk baru kita harus dateng ke customer yang bisa dipercaya karena kita membutuhkan pendapat dari customer tersebut, dari situ kita bisa mengetahui apakah produk kita itu	1. Untuk produk baru biasanya di kita ada training. Tentu saja training ini wajib diikuti oleh semua <i>sales agent</i> . 2. Setelah training, kita cari informasi selengkap mungkin	9

			customer lebih cocok menggunakan produk non-unggulan dibandingkan dengan produk unggulan. 2. Untuk mengetahui bagaimana cara kerja dari produk baru, saya sering mencoba sendiri di lab atau minta promotor atau orang bagian lab untuk membantu saya menguji coba produk tersebut. Setelah melihat sendiri saya merasa lebih yakin saat akan mempromosikannya pada customer.	akan mempelajari produk tersebut secara mendetail, jadi tidak usah menghafalkan seluruh produk perusahaan.	aja di buku panduannya. 2. Mencari aja bisa ke internet produk lain yang mirip kandungannya dengan produk baru PT. "X" kemudian bandingkan.	mengetahui semua kelebihan dan kekurangan produk yang dijual.	menjanjikan atau tidak untuk dijual ke pasaran. Kita juga akan lebih percaya diri kalau mau menawarkan produk tersebut ke customer laen.	mengenai produk baru tersebut dengan cara mengkopi presentasi trainer, mencari di internet, dll.	
		b. Mencari informasi mengenai konsumen dan calon konsumen yang potensial	1. Saya biasanya tanya ke customer baru, produk apa yang sebelumnya ia pakai, dari	1. Kalau kita memang niat untuk mencari customer baru, tidak ada salahnya kita	1. Seringnya sih saya mencari di internet mengenai informasi-	1. Menurut saya kalau saya dapet calon pelanggan hal yang paling penting diketahui adalah struktur	1. Saat saya menemukan calon customer, misalkan sedang berjalan-jalan dan melihat	1. Cari tahu terlebih dahulu kondisi perusahaannya, perusahaan besar atau	10

		serta kebutuhan mereka.	perusahaan mana. Setelah itu saya juga tanya kenapa pada akhirnya dia memutuskan untuk berhenti menggunakan produk tersebut dan beralih ke produk PT."X". Informasi itu saya pakai untuk dasar pendekatan ke customer, jangan sampai saya melakukan kesalahan sama yang dilakukan perusahaan kompetitor sehingga menyebabkan customer kecewa lalu beralih.	tanya-tanya ke teman-teman kita, cari informasi apakah ada perusahaan yang sedang berkembang atau perusahaan lain yang belum pernah menjadi customer kita. 2. Kalau kita sudah memperoleh nama perusahaannya, diminta juga <i>contact person</i> .	customer baru dan melihat produk apa saja yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. 2. Setelah memperoleh informasi yang dibutuhkan langsung kita pastikan kepada calon customer benar atau tidak produk-produk tersebut.	organisasi dari perusahaan tersebut, siapa pemiliknya atau siapa saja yang mungkin nantinya berhubungan dengan saya. 2. Untuk dapetin informasi-informasi tersebut, saya suka menanyakan ke pelanggan karena biasanya mereka saling mengetahui satu sama lain disebabkan berkecimpung pada bidang yang sama.	sebuah perusahaan tekstil yang belum pernah didatangi oleh <i>sales agent</i> PT."X", kadang saya suka iseng untuk berhenti dan bertanya ke satpam menanyakan sedikit mengenai perusahaan tersebut. Syukur-syukur kalau bisa dapet <i>contact person</i> nya.	kecil, lingkup penjualan mencakup internasional atau hanya bermain dalam negeri saja, jenis barang yang diproduksi, dsb untuk menjual produk pada perusahaan customer. 2. Kalau sudah tau pasar penjualannya bisa didatengin ke supplier yang menjual barang perusahaan tersebut. Jadi bisa benar-benar tau kualitasnya.	
		c. Mencari informasi mengenai kompetitor.	1. Kalau ada customer yang beralih ke kompetitor, kita tanyakan alasan customer untuk pindah ke		1. Informasi mengenai produk kompetitor kita jadikan bahan pertimbangan, apakah produk kita mampu	1. Lumayan juga sih kalau kita bisa tahu informasi mengenai kompetitor, mau informasi	1. Misalnya kompetitor memproduksi jenis obat celup baru, cari tau sebanyak-banyaknya		4

			<p>kompetitor, biasanya customer yang cukup terbuka akan memberitahukan produk apa yang dia beli dari kompetitor dan apa kelebihan dari produk kita.</p>		<p>menyaingi atau bahkan mengalahkan produk kompetitor tersebut.</p>	<p>mengenai apapun juga pasti akan berguna bagi saya apalagi kompetitor nya itu bersaing dengan perusahaan saya untuk cepat-cepat mengambil hati calon pelanggan yang sama. Informasinya biasanya saya dapat dari kenalan.</p>	<p>mengenai obat celup tersebut, apakah obat celup tersebut dapat menyebabkan customer kita beralih kepada kompetitor.</p>		
11.	<p><i>Organizational Awareness</i> Kemampuan seseorang untuk mengerti kekuatan relasi dalam organisasinya maupun dalam organisasi lain (<i>customer, supplier</i>, dll.)</p>	<p>Mengetahui fungsi dari perusahaan klien (produksi, struktur organisasi, dll).</p>	<p>1. Di dalam kontrak kerja kita dengan perusahaan berisi tentang persenan, pembagian kerja, dan customer, tidak boleh menjual barang sejenis dari kompetitor, waktu kontrak dan perpanjangannya . 2. Setelah</p>	<p>1. Sebelum datang ke customer kita sudah memiliki informasi mengenai struktur organisasi perusahaan, posisi atau kedudukan dari orang yang akan kita hubungi, memproduksi apa, dsb.</p>	<p>1. Untuk mengetahui perkembangan <i>sales agent</i> maka para sales harus membuat laporan yang nantinya akan berguna baik untuk atasan maupun <i>sales agent</i> nya sendiri serta tentu saja bagi perkembangan perusahaan.</p>	<p>1. Beberapa hari setelah promosi produk, biasanya pelanggan akan menghubungi kita untuk order barang. Saya biasanya melaporkan jumlah barang yang diorder beserta kesepakatan harganya kepada <i>customer service</i> untuk dapat</p>	<p>1. Laporan akhir bulan tuh yah isinya banyak, seperti : keluhan-keluhan customer, mengenai produk yang paling banyak ataupun paling sedikit diminati, customer dan kompetitor baru, jumlah total barang yang berhasil dijual</p>	<p>1. Setidaknya kita mengetahui bagaimana struktur organisasinya jadi tidak bingung pada saat bertemu dengan calon customer baru harus berhadapan atau bertemu dengan siapa, jadi waktu pun</p>	7

			kontrak disetujui maka kita sebagai <i>sales agent</i> harus menjalani isi kontrak tersebut dengan konsekuensi diputus kontrak bila terjadi suatu permasalahan yang tidak bisa diselesaikan pada saat masih terikat kontrak.			menyediakan barang yang dimaksud dan membuat surat jalan untuk pengiriman barang.	pada bulan tersebut yang dibandingkan dengan hasil penjualan bulan lalu, mengenai customer-customer yang menunggak pembayaran, dan masih banyak lagi.	tidak terbangun dengan percuma.	
12.	<i>Technical Expertise</i> Menguasai hal-hal utama dari pekerjaan (dapat secara teknis, profesional, atau managerial) dan juga termotivasi untuk mengembangkan, menggunakan, dan membagikan pengetahuan tersebut kepada rekan kerja.	a. Menguasai produk-produk perusahaan.	1. Untuk mengetahui bagaimana cara kerja dari produk baru, saya sering mencoba sendiri di lab atau minta promotor atau orang bagian lab untuk membantu saya menguji coba produk tersebut. Setelah melihat sendiri saya merasa lebih yakin saat akan mempromosikannya pada	1. Setiap beberapa bulan sekali perusahaan mengadakan training bagi para <i>sales agent</i> mengenai produk perusahaan yang sudah ada, hal ini bertujuan untuk menyegarkan kembali ingatan <i>sales agent</i> akan produk-produk tersebut, sehingga <i>sales agent</i> lebih menguasai.		1. Yang penting mah bisa menguasai produk unggulannya aja karena produk yang paling banyak dipake sama pelanggan jadi tidak perlu menghafalkan semua produk perusahaan.	1. Tentu saja sebelum datang ke customer kita harus benar-benar mempelajari produk yang akan kita tawarkan, kalau kita sudah menguasai tentunya akan lebih yakin dan percaya diri ketika mempromosikan produk tersebut. 2. Jangan lupa juga membawa	1. Untuk produk baru biasanya di kita ada training. Tentu saja training ini wajib diikuti oleh semua <i>sales agent</i> .	6

			customer.				brosur mengenai produk-produk perusahaan sehingga saat ada hal yang terlupa dapat melihat ke brosur tersebut.		
		b. Menggunakan pengetahuan teknis untuk mengatasi permasalahan dan memberikan saran yang tepat kepada konsumen.	1. Dalam menghadapi customer baru , kita bisa menggunakan trik-trik yang diajarkan dalam training <i>sales agent</i> yang pernah diikuti, contohnya bagaimana cara berbicara dengan customer atau <i>communication skill</i> .	1. Kalau customer merasa keberatan dengan harga yang kita tentukan, boleh saja menawarkan produk serupa yang kualitas dan harganya lebih rendah. Tetapi perlu diingatkan pula pada customer bahwa hasilnya tentu saja akan berbeda.	1. Jadi gini yah..saat customer mengeluh mengenai produk yang dia beli dari kita, dengarkan dulu masalahnya apa, misalnya hasil campuran warna tidak sesuai dengan keinginan mereka. Dapat kita jelasin itu mungkin akibat dari komposisi warna yang dicampurkan tidak tepat.		1. Kita jelasin ke customer bahwa harga yang kita tentukan itu sudah tidak bisa dikurangi lagi. Yakinkan kepada customer bahwa harga yang kita tawarkan berbanding lurus dengan kualitasnya. Biasanya customer yang udah ngerti tentang barang-barang seperti itu akan membeli bila benar-benar membutuhkan.	1. Dalam membuat laporan tentu saja kita harus menggunakan komputer. 2. Untuk mengantisipasi keterlambatan dalam mengerjakan laporan, saya sudah membuat format laporan di komputer. Jadi setiap bulan tinggal diganti saja isi-isinya dan ditambahkan hal-hal yang masih kurang.	6