



**PERBANAS  
INSTITUTE**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

**MATA KULIAH:**

***PERSONNEL SELLING***



**PROGRAM STUDI D3 KEUANGAN PERBANKAN**

**2022**



**NAMA PERGURUAN TINGGI: PERBANAS INSTITUTE**  
**NAMA FAKULTAS: EKONOMI & BISNIS**  
**NAMA JURUSAN / PRODI: D3 KEUANGAN PERBANKAN**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
<b>PERSONNEL SELLING</b>	DK40030	Manajemen	3	5	27 Juli 2022
<b>OTORISASI</b>	<b>Dosen Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua Program Studi</b>
	 Pamela Magdalena, S.S., M.M.				 Edy Sukarno, Drs., Ak., M.M., CA.
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI</b>				
	<b>S2</b>	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika.			
	<b>KK3</b>	Mampu secara mandiri menganalisis dan menginterpretasi usaha secara mandiri			
	<b>P5</b>	Mampu menyelenggarakan proyek/kegiatan pemasaran dengan terkoordinasi, fokus pada detail, dan berorientasi pelanggan			
	<b>S6</b>	Mampu bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan			
	<b>KU6</b>	Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan valuasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya			
	<b>KU10</b>	Mampu mengkombinasikan kompetensi teknis dan keahlian profesional untuk menyelesaikan penugasan kerja.			
	<b>P9</b>	Memahami sistem dan kompleksitas proses bisnis dalam suatu entitas bisnis serta pemangku kepentingan terkait			
<b>CP-MK</b>					
<b>C2</b>	Mahasiswa memiliki pemahaman dasar manajemen pemasaran mengenai personal selling yang meliputi: prinsip-prinsip personal selling, peluang pemasaran, strategi pemasaran, membentuk penawaran pasar serta mengelola dan mendukung program				

	<b>C3</b>	Mahasiswa dapat menerapkan dasar manajemen pemasaran personal selling yang meliputi: prinsip-prinsip personal selling, peluang pemasaran, strategi pemasaran, membentuk penawaran pasar serta mengelola dan mendukung program pemasaran. serta pendukungnya untuk membantu manajemen di dalam membuat keputusan organisasi dan bisnis.
<b>Diskripsi Singkat MK</b>	<p>Mata kuliah ini dirancang untuk memberikan paparan prinsip-prinsip dasar penjualan, mencakup teknik presentasi penjualan yang efektif dalam menjual secara profesional. Mahasiswa juga akan diberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan menjual yang telah mereka pelajari untuk pada situasi sedekat mungkin menyerupai sebuah penjualan yang realistis.</p> <p>Tujuan utama dari matakuliah ini agar mahasiswa memahami penjualan yang berfokus pada pelanggan, mencakup: bagaimana mengajukan pertanyaan efektif untuk memahami kebutuhan dan motivasi pembeli. Matakuliah ini juga akan mencakup calon pelanggan untuk pelanggan, kualifikasi prospek, membuat presentasi penjualan, mengatasi keberatan dan menutup. Matakuliah ini juga akan mencakup sosialisasi kepada karir dalam penjualan dan tantangan yang melekat untuk menjadi sukses dalam penjualan. Pada akhir matakuliah, mahasiswa memiliki kemampuan: (1) Identifikasi pelanggan prospektif; (2) Ajukan pertanyaan yang efektif mengungkap pembeli 'kebutuhan dan motivasi membeli; (3)Menyiapkan dan menyampaikan presentasi penjualan yang efektif; (4) mengatasi keberatan; (5) menutup penjualan; (6) mengelola waktu secara efektif; (7) menjelaskan berbagai aspek dari pekerjaan seorang penjual/pemasar; dan (8) mampu mendeskripsikan secara akurat tentang karir dalam penjualan.</p>	
<b>Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjualan Pribadi dan Peluang Penjualan Pribadi Di Era Informasi</li> <li>2. Menciptakan Nilai Dengan Strategi Hubungan Etika: Landasan Hubungan Dalam Penjualan</li> <li>3. Menciptakan Solusi Strategi Penjualan Produk yang Menambah Nilai</li> <li>4. Memahami Perilaku Pembeli, Mengembangkan dan Memenuhi Kualifikasi Prospek Dasar</li> <li>5. Membuat Presentasi Penjualan Konsultatif dan Menciptakan Nilai Dengan Demonstrasi Penjualan</li> <li>6. Negosiasi Kekhawatiran Pembeli, Menutup Penjualan, dan Mengkonfirmasi Kemitraan</li> <li>7. Kegiatan Pasca Jual: Melayani Jual Beli dan Membangun Kemitraan</li> <li>8. Manajemen Diri: Kunci Produktivitas Penjualan yang Lebih Besar dan Gaya Komunikasi: Mengelola Hubungan</li> <li>9. Manajemen Tenaga Penjualan</li> </ol>	
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>	Reece, Barry L. & Manning Gerald L. (2007) <i>Selling Today: Creating Customer Value</i> . (9th edition). Prentice Hall
	<b>Pendukung :</b>	

- a. Charles Futrell. (2010). ***Fundamentals of Selling***, (10th Edition), Texas: McGraw Hill.
- b. Denny, Richard. 2004. ***Selling to Win: Teknik-Teknik Andal dan Teruji Untuk Menutup Penjualan***. Alih bahasa: Purwo Haryoso. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- c. Richardson, Linda. 2005. ***The Sales Success Handbook***. Ali bahasa: Yustine Djayapurusa. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- d. Ronald B. Marks. (1997). ***Personal Selling: A Relationship Approach***. (6th edition). Prentice Hall.
- e. Smith, Lewis C. 2002. ***Successful Selling: A Short Guides to Master Selling (Sukses Penjualan: 13 Strategi Supersalesman)***. Alih bahasa: M. Jauhar. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- f. Sigit, Soehardi. 2002. ***Pemasaran Praktis (Practical Marketing)***. Edisi 3, Cetakan ke-2. Yogyakarta: BPFE.
- g. Spiro, Rosann L., William J. Stanton, 2003. ***Management of a Sales Force***. 11th Edition. New York: McGraw Hill.

<b>Media Pembelajaran</b>	Perangkat lunak :	Perangkat keras :
	-	Komputer, LCD & Projector
<b>Team Teaching</b>	Pamela Magdalena, S.S., M.M.	
<b>Matakuliah syarat</b>	_Manajemen Pemasaran jasa ( <i>Service Marketing Management</i> ); Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> )	

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
1	Mampu mendeskripsikan konsep manajemen jasa dan perilaku konsumen	Pendahuluan dan Review	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 1 dan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceramah</li> <li>• Tugas: merancang produk</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Merancang produk <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	2	0,5
2	Mampu mengidentifikasi penjualan pribadi  Mampu menjelaskan peluang penjualan pribadi di era informasi	Penjualan Pribadi dan Peluang Penjualan Pribadi Di Era Informasi	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 3 dan 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceramah &amp; Diskusi dalam kelompok</li> <li>• Tugas: deskripsi produk dengan <i>personnel selling</i></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> • Telaah produk <b>Bentuk non-test:</b> • Tanya jawab	1	1,5
3	Mampu mengidentifikasi Nilai Dengan Strategi Hubungan Etika: Landasan Hubungan Dalam Penjualan	Menciptakan Nilai Dengan Strategi Hubungan Etika: Landasan Hubungan Dalam Penjualan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 5 dan 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceramah &amp; Diskusi dalam kelompok</li> <li>• Tugas: deskripsi nilai produk sesuai etika</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <b>Telaah produk</b> <b>Bentuk non-test:</b> • Tanya jawab Analisa LK Komparatif dan <i>Common Size</i>	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
4	Mampu mengidentifikasi solusi strategi penjualan produk yang menambah nilai	Menciptakan Solusi Strategi Penjualan Produk yang Menambah Nilai	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 5 dan 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentasi kelompok</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Ketepatan penentuan produk <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
5	Mampu Memahami Perilaku Pembeli, mampu Mengembangkan dan Memenuhi Kualifikasi Prospek Dasar	Memahami Perilaku Pembeli, Mengembangkan dan Memenuhi Kualifikasi Prospek Dasar	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 7 dan 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah &amp; Diskusi kelompok</li> <li>Tugas: menentukan pembeli potensial produk dan menyesuaikan produk</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Ketepatan penentuan produk yang sesuai <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
6	Mampu mempersiapkan materi presentasi sesuai dengan nilai pelanggan	Membuat Presentasi Penjualan Konsultatif dan Menciptakan Nilai Dengan Demonstrasi Penjualan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 9, 10, dan 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah &amp; Diskusi kelompok</li> </ul> Tugas: mempersiapkan materi presentasi sesuai dengan nilai pelanggan	<b>Kriteria:</b> Ketepatan materi presentasi <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
7	Mampu mempresentasikan produk sesuai dengan nilai pelanggan	<b>Presentasi produk</b>	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 9, 10, dan 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentasi &amp; Diskusi kelompok</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Kemampuan presentasi  <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
8	<b>Ujian Tengah Semester (UTS) : Melakukan pengujian tertulis hasil pembelajaran kemudian penilaian dan evaluasi untuk proses pembelajaran berikutnya</b>					0	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
9	Mampu melakukan negosiasi Mampu menutup penjualan Mampu mengkonfirmasi kemitraan	Negosiasi Kekhawatiran Pembeli, Menutup Penjualan, dan Mengkonfirmasi Kemitraan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 12 dan 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah &amp; Diskusi kelompok</li> <li>Tugas: melakukan negosiasi, menutup penjualan</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Kemampuan negosiasi <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
10	Mampu melayani jual beli  Mampu membangun kemitraan	Kegiatan Pasca Jual: Melayani Jual Beli dan Membangun Kemitraan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah &amp; Diskusi kelompok</li> <li>Tugas: melayani jual beli dan membangun kemitraan</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Kemampuan jual beli dan membangun kemitraan <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
11	Mampu menerapkan negosiasi, melayani jual beli, dan membangun kemitraan	Presentasi	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 12, 13, dan 14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentasi kelompok</li> <li>Tugas: mempersiapkan materi komunikasi</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Mampu bernegosiasi <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
12	Mampu berkomunikasi	Manajemen Diri: Kunci Produktivitas Penjualan yang Lebih Besar dan Gaya Komunikasi: Mengelola Hubungan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 15 dan 16		<b>Kriteria:</b>  <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	0,5	2
13	Mampu menjadi tenaga penjualan	Manajemen Tenaga Penjualan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 17	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah &amp; Diskusi kelompok</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Mampu menjadi tenaga penjualan	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
				• Tugas: menjadi tenaga penjualan	<b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab		
14	Mampu menjadi tenaga penjualan	Praktik menjadi tenaga penjualan	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 17	Presentasi kelompok	<b>Kriteria:</b> Mampu menjadi tenaga penjualan <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	<b>0,5</b>	<b>2</b>
15	Mampu memahami materi pertemuan 9--13	Materi 9--13	Reece, Barry L. & Manning Gerald L Bab 12--17	• Ceramah	<b>Kriteria:</b> memahami materi 9--13 <b>Bentuk non-test:</b> Tanya jawab	<b>0,5</b>	<b>2</b>
16	<b>Ujian Akhir Semester (UAS): Melakukan pengujian, penilaian akhir dan menentukan kelulusan Mahasiswa</b>					<b>0</b>	<b>2</b>
<b>Konversi sks Konversi Jam → SKS : 1 sks = 0,80 jam/minggu</b>			<b>[sks dibulatkan] / [total estimasi waktu (jam)]</b>			<b>9 jam</b>	<b>30 jam</b>
Teori	<b>9 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 0,70 sks</b>		<b>1 sks</b>				
Praktek/ Tugas	<b>30 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 2,30 sks</b>		<b>2 sks</b>				
<b>Total Bobot SKS MataKuliah <i>Personnel Selling</i></b>			<b>3 sks</b>				



## Evaluasi Hasil Belajar

Penilaian mahasiswa akan ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut ini:

- 1) Tugas terstruktur 30%
- 2) Ujian tengah semester (UTS) 25%
- 3) Ujian akhir semester (UAS) 45%

Konversi nilai angka ke nilai huruf, sesuai bobot komponen, adalah sebagai berikut:

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
≥ 90	A	4,00	60,00 – 64,99	C +	2,25
80,00 – 89,99	A -	3,75	55,00 – 59,99	C	2,00
75,00 – 79,99	B +	3,25	50,00 – 54,99	C -	1,75
70,00 – 74,99	B	3,00	45,00 – 49,99	D	1,00
65,00 – 69,99	B -	2,75	< 45	E	0,00