

PENDIDIKAN SALESMANSHIP BAGI MAHASISWA SEBAGAI MODAL DASAR DALAM BERKARIR SEBAGAI WIRAUSAHA

Oleh :Nuslih Jamiat S.E.,M.M
Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik LP3I Bandung
email : *nuslihjamiat@yahoo.co.id*

ABSTRAK

Meningkatnya minat generasi muda khususnya mahasiswa belajar berwirausaha merupakan perkembangan positif untuk kemajuan perekonomian Indonesia dimasa yang akan datang. Karena tidak bisa dipungkiri bahwa maju tidaknya suatu negara sangat dipengaruhi seberapa banyak jumlah masyarakat yang berprofesi sebagai wiraswasta. Selain itu meningkatnya jumlah wirausaha khususnya dari kalangan generasi muda akan berdampak terhadap berkurangnya angka pengangguran di Indonesia.

Namun untuk menjadi seorang wirausaha yang tangguh maka seseorang harus memiliki salah satu kemampuan yaitu Salesmanship (kemampuan menjual) yang baik karena merupakan modal dasar dalam berkarir sebagai wirausaha. Jika seseorang memiliki kemampuan salesmanship maka ia akan mampu mengoptimalkan peluang bisnis untuk meningkatkan omzet dan kemajuan usahanya, karena aktifitas penjualan merupakan satu-satunya aktifitas bisnis yang menghasilkan cash in (pemasukan kas) bagi perusahaan. Sementara aktifitas lain hanya bisa melakukan penghematan/efisiensi tanpa bisa menghasilkan cash in.

Untuk itu perlunya pendidikan salesmanship untuk meningkatkan skill seseorang agar bisa menjadi wirausahaan agar memiliki kemampuan menjual produk yang ditawarkan kepada konsumen potensial, sehingga berdampak terhadap kelangsungan usaha yang dijalkannya.

Kata kunci :*salesmanship*

PENDAHULUAN

Perkembangan minat generasi muda khususnya mahasiswa untuk menjadi wirusaha tentunya perlu disambut baik pemerintah dan lembaga pendidikan tinggi di Indonesia, karena akan membantu percepatan pertumbuhan ekonomi dan menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia khususnya bagi generasi muda. Berdasarkan data statistic jumlah pengangguran dari lulusan perguruan tinggi dan diploma masih cukup tinggi, dan ini menggambarkan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka kemungkinan dia menjadi pengangguranpun semakin tinggi.

Kecilnya minat menjadi wirausaha di kalangan lulusan perguruan tinggi ini sangat disayangkan, karena para lulusan perguruan tinggi harus jeli melihat peluang pekerjaan yang tidak sebanding dengan jumlah lulusan perguruan tinggi yang terus meningkat setiap tahunnya. Jika tidak tumbuhnya wirausaha baru dari kalangan perguruan tinggi, maka akan semakin banyak pengangguran intelektual di Indonesia.

Walaupun budaya menjual/berbisnis di Indonesia masih rendah, karena pilihan menjadi karyawan/pekerja baik di PNS maupun Swasta masih menjadi idaman banyak kalangan mahasiswa, tapi salah satu solusi yang baik ditawarkan adalah dengan mendorong para mahasiswa untuk mempelajari ketrampilan salesmanship sebagai dasar untuk menjadi wirausaha. Dengan demikian diharapkan akan tumbuh bibit-bibit wirausaha baru dari kalangan mahasiswa, sehingga akan memperkecil angka pengangguran dari lulusan perguruan tinggi.

Dalam artikel ini akan membahas pendidikan salesmanship yang harus dilakukan kepada kalangan mahasiswa agar siap meniti kakrir sebagai wirausaha yang handal guna mengentaskan pengangguran intelektual di Indonesia. Pembahasan dalam artikel ini yaitu berdasarkan studi kepustakaan dari hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan bidang ilmu salesmanship dan kewirausahaan bagi generasi muda khususnya mahasiswa sebagai modal dasar meniti karir berwirausaha.

Salesmanship

Menurut Siswanto Sutojo (2003:v) Salesmanship atau keahlian menjual yang handal memegang peranan penting dalam membantu perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pembeli. Tugas seorang sales yaitu menjual barang dan jasa perusahaannya. Mereka harus mengetahui manfaat yang dibutuhkan atau diinginkan calon pembeli, mengedentifisir motivasi pembelian konsumen yang dominan dan membantu calon pembeli menyelesaikan seluruh tahapan pengambilan keputusan membeli secepat mungkin. Mereka berpacu dengan waktu dan bersaing dengan para sales perusahaan lain.

Dalam dunia bisnis modern dikenal tiga bidang usaha yang berbeda dimana para sales bekerja. Ketiga bidang usaha ini adalah industry, perdagangan dan produk konsumtif. Dalam istilah asing keahlian menjual atau salesmanship di tiga bidang usaha tersebut lazim disebut; industrial salesmanship, merchant salesmanship dan customer salesmanship. Siswanto Sutojo (2003:27).

Sebaik apapun mutu produk apabila diserahkan kepada sales yang lemah, maka sulit diharapkan dapat laku. Sebaliknya produk yang sedang-sedang saja mutunya jika ditangani sales yang kuat dapat diharapkan penjualannya akan berhasil. Menurut John W. Ernest dalam bukunya Salesmanship Fundamental, beliau menyatakan kepribadian unggul menyumbangkan 80% keberhasilan para sales menjual produknya. Beliau menyatakan, serinci apapun pengetahuan sales tentang produk yang

mereka tawarkan, kondisi daerah pemasaran dan konsumen produk itu, mereka tidak dapat diharapkan berhasil menjual produk itu sebelum “menjual” dirinya sendiri. Siswanto Sutojo (2003:41-42)

Contoh watak yang menunjang keberhasilan karya penjualan : berani, tekun, emajinatif, terus terang, percara diri, murah hati, toleran, ulet, cerdik, jujur, enerjik, menghargai diri, berdikari, sabar, berpikir logis, asli, antusias, pandai menguasai emosi, bijaksana dan rendah hati. Siswanto Sutojo (2003:43).

Menurut Phipip Kotler (2002:732-733) Personalia penjualan bertindak sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggannya. Perwakilan penjualan adalah perusahaan itu sendiri bagi banyak pelanggannya, dan perwakilan penjualanlah yang membawa pulang banyak informasi tentang pelanggan yang diperlukan perusahaan. Selanjutnya Kotler mengatakan; tidak ada pendekatan penjualan yang bekerja dengan baik dalam segala situasi, tetapi kebanyakan program pelatihan penjualan menyatakan bahwa menjual merupakan proses yang terdiri atas tujuh langkah; menentukan calon dan kualifikasinya, pendekatan awal, pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, menutup penjualan, serta tindak lanjut dan pemeliharaan.

Kewirausahaan

Menurut Adi Susanto (2001 : 12), wirausahawan atau entrepreneur adalah suatu sikap mental yang berani menanggung resiko, berpikir maju, berani berdiri di atas kaki sendiri. Sikap mental inilah yang akan membawa seorang pengusaha untuk dapat berkembang secara terus menerus dalam jangka panjang.

Sedangkan menurut Impres No. 4 tahun 1995, kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah kepada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Pendapat lain diutarakan oleh Winarto (2004:2-3) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu proses melakukan sesuatu yang baru dan berbeda dengan tujuan menciptakan kemakmuran bagi individu dan memberikan nilai tambah pada masyarakat.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat kita simpulkan kewirausahaan adalah sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan suatu kegiatan dengan tujuan untuk menciptakan kemakmuran bagi individunya dan member nilai tambah pada masyarakat.

Untuk menjadi wirausaha harus memiliki karakteristik khusus, menurut Isedonmi dan Okafor (2007), individu berkarakteristik wirausaha

memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan menggerakkan sumberdaya untuk mencapai tujuannya.

Menurut Adi Susanto (2002 :13), seorang wiraswastawan yang berhasil mempunyai karakter atau cirri-ciri sebagai berikut :

1. Kreatif dan inovatif.
2. Berambisi tinggi.
3. Energetic.
4. Percaya diri.
5. Pandai dan senang bergaul.
6. Bekerja keras dan berpandangan ke depan.
7. Berani menghadapi resiko.
8. Banyak inisiatif dan bertanggung jawab.
9. Senang mandiri dan bebas.
10. Bersikap optimistic.
11. Berpikiran dan bersikap positif, yang memandang kegagalan sebagai pengalaman yang berharga.
12. Beriman dan berbuat kebaikan sebagai syarat kejujuran pada diri sendiri.
13. Berwatak maju.
14. Bergairah dan mampu menggunakan daya gerak dirinya.
15. Ulet, tekun dan tidak epat putu asa.
16. Memelihara kepercayaan yang diberikan kepadanya.
17. Selalu ingin meyakinkan diri sebelum bertindak.
18. Menghargai waktu.
19. Bersedia melakukan pekerjaan rendahan (pengorbanan)
20. Selalu mensyukuri yang kecil-kecil yang ada pada dirinya sendiri.

Berdasarkan penjelasan cirri-ciri wirausahaan di atas menunjukkan secara jelas bahwa untuk menjadi seorang wirausaha bukanlah dengan dilahirkan, melainkan dapat dibentuk (dididik). Pendidikan salesmanship merupakan salah satu factor dalam pembentukan seseorang untuk menjadi wirausaha, karena akan melatih kemampuan menjadi wirausaha yaitu mampu melihat peluang, penjualan, mental, kreatif, inovatif, pergaulan dan menciptakan nilai tambah.

METODE PENELITIAN

Dalam pembuatan jurnal ini menggunakan metode Deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti setatus sekelompok manusia yaitu mahasiswa di perguruan tinggi pada masa sekarang mengenai fenomena minat berkarir menjadi wirausaha para alumni. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta minat alumni menjadi wirausaha, serta hubungan antar ketrampilan salesmanship dengan minat mahasiswa berkarir sebagai wirausaha.

PEMBAHASAN

Bagi seseorang yang memilih berkarir sebagai wirausaha seringkali dipandang sebagai pilihan karir yang tidak terlalu disukai karena dihadapkan pada situasi keseharian yang tidak pasti, penuh tantangan, dan frustrasi berkaitan dengan proses memulai dan mengembangkan usahanya. Oleh karena itu hanya orang-orang tertentu yang memiliki dorongan untuk menjadi wirausaha sebagai pilihan karirnya.

Untuk itu perlu dilakukan upaya untuk mendorong minat mahasiswa menjadi wirausaha dengan belajar usaha kecil-kecil dengan menjual barang/jasa dilingkungannya seperti di kampus atau lingkungan tempat tinggalnya. Karena berdasarkan teori karir kognitif social, minat karir seseorang dibentuk melalui pengalaman langsung atau berkesan yang menyediakan peluang bagi individu untuk berlatih, menerima umpan balik dan menembangkan keterampilan yang mengarahkan efikasi persoalan dan harapan dari hasil yang memuaskan.

Tahap pertama para mahasiswa diperkenalkan kepada pengetahuan akan karir sebagai wirausaha melalui perkuliahan dan pengalaman hidup dalam kesehariannya, kemudian mereka akan mempertimbangkan kemungkinan pilihan karir tersebut, kemudian mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan dan mau mempelajarinya lebih dalam tentang profesi wirausaha.

Pendidikan yang paling dasar dan harus dimiliki seorang wirausaha yaitu kemampuan salesmanship khususnya kemampuan melihat peluang bisnis dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen selanjutnya mampu melakukan penjualan dengan cara-cara yang memuaskan konsumen. Dalam pelajaran salesmanship ini akan memberikan keterampilan dasar kepada mahasiswa bagaimana memahami apa yang di butuhkan dan diinginkan konsumen serta bagaimana melayaninya dengan tepat agar konsumen puas yang akhirnya akan melakukan transaksi ulang terhadap produk yang ditawarkan. Pengulangan dan pengembangan transaksi oleh konsumen ini akan sangat berdampak positif terhadap peningkatan omzet usahanya, dan dalam jangka panjang akan menjamin kelangsungan usaha.

Selain itu dengan melakukan praktek salesmanship, maka mahasiswa akan mendapatkan mental yang kuat, positif, dan kreatifitas yang tinggi sebagai modal untuk menjadi wirausaha. Karena mental salesmanship merupakan modal dasar untuk seseorang bisa eksis sebagai wirausaha yang handal, sedangkan modal uang hanya sebagai pelengkap atau pendukung dalam menjalankan usaha. Kenyataan membuktikan bahwa wirausaha yang sukses seperti Bob Sadino, Ciputra, Wiwied C59, Fery FO dll, semuanya memiliki kemampuan salesmanship yang tinggi, sehingga mereka bisa dengan cepat melakukan pengembangan terhadap usahanya serta mampu bertahan walau ditempa badai krisis ekonomi.

Beberapa hal yang akan dimiliki mahasiswa jika mempelajari ilmu salesmanship yaitu; Membaca peluang usaha, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memahami product yang dijual, memahami

bagaimana melayani konsumen dengan baik dan memahami persaingan. Adapun contoh pendidikan salesmanship yang dapat diberikan kepada mahasiswa yaitu; mahasiswa dilatih untuk bisa menjual langsung produk kepada lingkungan terdekat seperti teman-teman di kampus, di tempat kost atau tempat tinggalnya maupun di lingkungan keluarganya sendiri. Upaya ini harus dilakukan secara mandiri setiap hari supaya mendapatkan pembelajaran dan pengalaman hidup yang kuat sebagai wirausaha, serta hasilnya bisa dimanfaatkan untuk meringankan beban biaya hidupnya selama kuliah.

Beberapa produk yang dapat dijual oleh mahasiswa harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan target market yang dia tuju, contohnya kalo target marketnya adalah mahasiswa maka dia bisa menyediakan produk sesuai kebutuhan sehari-hari mahasiswa seperti : baju, celana, sepatu, sandal, tas, Makanan, minuman, pulsa, buku, internet, laundry, fotocopy, travel, bimbel dll.

Untuk menjual produk tersebut tidak mesti memiliki modal yang besar, tapi bisa dimulai dengan menjadi perantara antara produsen/pemilik produk kepada konsumen. Apa bila punya sedikit modal maka bisa membuat atau membeli produk sendiri selanjutnya dijual secara eceran kepada konsumen mahasiswa, seperti; jualan pulsa, makanan/minuman ringan, Alat tulis, buku dll.

Selain usaha penjualan dilakukan sendiri oleh mahasiswa, maka pihak kampus juga dapat memfasilitasi mahasiswa untuk memberikan dukungan dan fasilitas mengembangkan usahanya seperti ; diadakan event bazar di kampus secara berkala, kompetisi bisnis, Seminar/pelatihan salesmanship atau disiapkan lapak khusus mahasiswa di area kampus. Selain itu disediakan lembaga inkubasi bisnis di kampus sebagai wadah tepat mereka belajar dan berkonsultasi memecahkan masalah dalam usahanya ataupun untuk mengembangkan usahanya.

Selain pembelajaran dan praktek menjual, mahasiswa melalui wadah inkubasi bisnis di kampus juga dapat mempelajari lebih dalam tentang manajemen dan strategi bisnis antara lain; tentang pengelolaan marketing, produksi, keuangan, logistic, hrd, legalitas dan lainnya sebagai penunjang dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Pendidikan dan bimbingan tentang manajemen tersebut dapat dilakukan oleh para dosen dan alumni yang telah berpengalaman dalam berbisnis maupun pengusaha-pengusaha local/nasional yang bersedia memberikan ilmu dari pengalamannya dalam berbisnis.

Apabila kegiatan dan pendidikan salesmanship dalam berwirausaha ini dilakukan secara rutin setiap hari dalam kehidupan mahasiswa, maka akan menimbulkan ketertarikan yang besar kepada para mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Karena pendidikan salesmanship ini akan terasa manfaatnya apabila dilakukan tiap hari dan harus menjadi bagian dari kehidupan seseorang, maka dengan demikian secara otomatis membentuk dirinya menjadi seorang wirausaha yang tangguh.

KESIMPULAN

Untuk mendorong minat para mahasiswa untuk berkarir menjadi wirausaha, maka perguruan tinggi memegang peranan penting dalam membentuk atmosfer wirausaha tersebut dengan menggalakkan pendidikan dan kegiatan berwirausaha di lingkungan kampus. Selain pengenalan tentang wirausaha kepada mahasiswa dalam perkuliahan, perlu dilakukan pendidikan dan praktek salesmanship yang kontinyu oleh mahasiswa di lingkungan kampus maupun tempat tinggalnya. Agar kemampuan wirausahanya semakin terasah dan menumbuhkan minat yang kuat sebagai wirausaha serta memiliki mentalitas /kreatifitas yang tinggi.

Selanjutnya perlu diadakan lembaga Inkubasi Bisnis untuk para mahasiswa di kampus, sebagai wadah mereka memperdalam ilmu berbisnis dan bimbingan guna memecahkan masalah dan mengembangkan usahanya. Sehingga para mahasiswa mendapatkan pendidikan dan pendampingan secara kontinyu sebagai wirausaha selama mereka menimba pendidikan di kampus. Kemudian setelah lulus kuliah diharapkan akan banyak tercipta wirausaha baru yang handal dan mampu menghadapi tantangan ekonomi Indonesia dimasa datang.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Susanto, 2002, Kewiraswastaan.

Arifin Panigoro, 2008, Berbisnis itu tidak mudah.

Balitbang Kompas, 2008, Makin Tinggi Pendidikan Makin Gampang Menganggur, Harian Kompas

Characteristict and Intention Among Academics.

Ciputra, 2007, Pendidikan Kewirausahaan untuk Menyelesaikan Masalah Kemiskinan dan Pengangguran di Indonesia.

D.Sudjana Izedomni, *Famour and Chinonye Okafor, 2007, Assessment of The Entrepreneurial*

, 2004, Manajemen Program Pendidikan untuk Pendidikan non Formal dan Pembangunan Sumberaya Manusia.

Martin J. Grunder Jr.2003, Cara Gampang menjadi kaya melalui Bisnis.

Merr Citra Sondary, 2009, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan FEB Unpad.

Paulur Winarto, 2004, *First Step to be Entrepreneur*.

Philip Kotler, 2000, Manajemen Pemasaran, edisi millennium.

Rhenald Kasali, 2009, *Marketing in crisis*.

Siswanto Sutojo, 2003, *Salesmanship*, Keahlian Menjual Barang Dan Jasa.