ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh Keahlian Berbicara Sales dalam Mendorong Tingkat Penjualan Mobil Dealer Toyota pada Bidang Industri Otomotif Masa Kini

Authors: Maulana Afrizki, Irlangga Putra Jadmiko, Azro Haviz Nugroho, Rifqi Firman Irsyadi, Natalia Desy Anggraeni

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 1 No. 4 (2024)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.2739

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 22 October 2026, 07:41 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Maulana Afrizki, Irlangga Putra Jadmiko, Azro Haviz Nugroho, Rifqi Firman Irsyadi, Natalia Desy Anggraeni. "Pengaruh Keahlian Berbicara Sales dalam Mendorong Tingkat Penjualan Mobil Dealer Toyota pada Bidang Industri Otomotif Masa Kini". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 1 No. 4 (2024). DOI:...

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 1, Number 4, 2024, *Page*: 1-12

Pengaruh Keahlian Berbicara Sales dalam Mendorong Tingkat Penjualan Mobil Dealer Toyota pada Bidang Industri Otomotif Masa Kini

Maulana Afrizki *, Irlangga Putra Jadmiko, Azro Haviz Nugroho, Rifqi Firman Irsyadi, Natalia Desy Anggraeni

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

***Abstrak*:** Penjualan mobil di industri otomotif merupakan aspek vital dalam mencapai kesuksesan bisnis, dengan keahlian berbicara sales menjadi faktor kunci dalam meningkatkan tingkat penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh keahlian berbicara sales dalam mendorong tingkat penjualan mobil dealer Toyota dalam konteks industri otomotif masa kini. Metode penelitian yang digunakan adalah kombinasi antara studi literatur dan penelitian empiris. Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan pemahaman mendalam tentang teori-teori dan konsep-konsep terkait keahlian berbicara sales dan strategi penjualan dalam industri otomotif. Penelitian empiris dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada salesperson dan pelanggan dealer Toyota yang tersebar di beberapa lokasi. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis regresi untuk menguji hubungan antara keahlian berbicara sales dan tingkat penjualan mobil. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pentingnya keahlian berbicara sales dalam meningkatkan kinerja penjualan mobil dealer Toyota, serta memberikan rekomendasi praktis bagi dealer Toyota dan pelaku industri otomotif lainnya dalam mengembangkan strategi penjualan yang efektif.

Kata Kunci: Industri Otomotif, Keahlian, Mobil Dealer Toyota, Sales, Komunikasi

DOI: https://doi.org/ 10.47134/jbkd.v1i4.2739
*Correspondence: Maulana Afrizki
Email: mafrizki@gmail.com

Received: 12-06-2024
Accepted: 13-06-2024
Published: 19-06-2024

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *Car sales in the automotive industry are a vital aspect in achieving business success, with sales speaking skills being a key factor in increasing sales levels. This study aims to investigate the influence of sales speaking skills in driving car sales at Toyota dealerships in the context of today's automotive industry. The research method used is a combination of literature study and empirical research. The literature study was conducted to gather an in-depth understanding of theories and concepts related to sales speaking skills and sales strategies in the automotive industry. Empirical research is conducted through a quantitative approach by collecting data through questionnaires distributed to salespeople and customers of Toyota dealerships spread across several locations. The collected data will be analyzed using descriptive statistical methods and regression analysis to test the relationship between sales speaking skills and car sales levels. The results of this study are expected to provide a deeper insight into the importance of sales speaking skills in improving the car sales performance of Toyota dealerships, as well as provide practical recommendations for Toyota dealers and other automotive industry players in developing effective sales strategies.*

Keywords: *Automotive Industry, Skills, Toyota Dealer Cars, Sales, Communication*

Pendahuluan

Industri otomotif adalah salah satu sektor yang dinamis dan kompetitif dalam perekonomian global(Muhammad & Saraswati, 2022). Di tengah persaingan yang ketat, keterampilan komunikasi yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam mendorong penjualan, terutama dalam konteks penjualan mobil. Sebagai salah satu merek terkemuka di pasar mobil dunia, Toyota telah menjadi pionir dalam menerapkan strategi penjualan yang efektif. Namun, dalam konteks ini, peran keahlian berbicara sales menjadi krusial(Nikmah et al., 2021).

Penjualan mobil di dealer Toyota tidak semata-mata bergantung pada kualitas produk semata, tetapi juga pada kemampuan salesperson dalam berkomunikasi dengan calon konsumen. Di era di mana persaingan semakin ketat dan konsumen semakin cerdas, keahlian berbicara sales bukanlah sekadar kemampuan untuk menjelaskan fitur dan manfaat produk, tetapi juga tentang bagaimana salesperson membangun hubungan, memahami kebutuhan pelanggan, dan mengarahkan mereka menuju keputusan pembelian(Siregar & Dani, 2019).

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh keahlian berbicara sales dalam mendorong tingkat penjualan mobil dealer Toyota pada bidang industri otomotif masa kini. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana keahlian berbicara sales berkontribusi terhadap peningkatan tingkat penjualan mobil Toyota, serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Dengan adanya pemahaman yang lebih mendalam tentang peran keahlian berbicara sales, diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang strategi penjualan yang efektif di industri otomotif saat ini(Alfian & Indah, 2023). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada dealer Toyota dan pelaku industri otomotif lainnya dalam mengembangkan potensi penjualan mereka melalui peningkatan keterampilan berkomunikasi sales(Sudjiman & Sudjiman, 2022).

Melalui pendekatan yang holistik dan menyeluruh, diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan dan pemahaman tentang strategi penjualan yang efektif di tengah dinamika industri otomotif masa kini(Prihatin et al., 2021). Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang penting bagi praktisi bisnis, akademisi, dan pihak-pihak yang terlibat dalam industri otomotif dalam memahami dan meningkatkan kinerja penjualan mobil(R. Prabowo, 2022).

Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan merinci kembali sebuah fenomena yang ada, baik fenomena tersebut bersifat alami ataupun dengan rekayasa oleh manusia(Sukarno et

al., 2023). Selain itu, Metode kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variabel yang dikaji, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. menurut Sugiyono (2011: 56) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Perbedaannya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berdasar pada data yang konkrit, serta memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas dan berakhir dengan sebuah teori(Widiyastuti, 2022). Sehingga peneltian ini akan lebih menitikberatkan pada observasi, wawancara, survei dan dokumentasi yang relevan(Nur, 2022).

Teknik pengambilan data diambil melalui sebuah pertimbangan yang menyoroti pada tujuan utama topik yakni mengkaji lebih dalam tentang pengaruh keahlian berbicara sales dalam mendorong tingkat penjualan industri otomotif. Sampel data yang diambil dapat berupa survei tingkat penjualan mobil pada dealer Toyota, dan juga bagaimana respon awal konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi kertarikan dalam memilih suatu produk. Pengambilan data ini diteliti dan dikaji dengan menggunakan pendeketan deskriptif. Pendekatan deskriptif dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik data dalam membantu mengidentifikasi suatu masalah sesuai dengan kebutuhan topik yang dibahas. Sehingga pendekatan ini memiliki kelebihan pada data yang diambil akan lebih akurat karena berdasarkan sumber-sumber valid dan dapat memberikan gambaran jelas tentang fenomena terkini yang sedang terjadi.

Landasan Teori

1. Industri Otomotif

   Industri otomotif adalah salah satu sektor paling penting dalam perekonomian global yang memiliki dampak besar terhadap kehidupan sehari-hari manusia. Industri ini mencakup berbagai kegiatan terkait perancangan, produksi, distribusi, penjualan, dan layanan terkait kendaraan bermotor seperti mobil, truk, sepeda motor, dan lainnya. Industri otomotif memiliki peran krusial dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mempengaruhi tren teknologi dan budaya. Salah satu karakteristik kunci dari industri otomotif adalah siklusnya yang kompleks. Industri ini sangat dipengaruhi oleh siklus ekonomi global, fluktuasi harga bahan baku seperti minyak mentah dan logam, serta perubahan dalam kebijakan regulasi pemerintah terkait emisi gas buang, keselamatan kendaraan, dan perlindungan konsumen (Maulana, 2019). Fluktuasi ini dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran, serta strategi bisnis perusahaan otomotif(Lestari, 2022).

Inovasi teknologi juga merupakan salah satu aspek kunci dari industri otomotif. Perusahaan-perusahaan otomotif berusaha untuk terus memperkenalkan teknologi baru dalam desain kendaraan, efisiensi bahan bakar, konektivitas, keamanan, dan keberlanjutan. Mobil listrik, otonom, dan terhubung semakin menjadi fokus utama dalam upaya menciptakan masa depan mobilitas yang lebih cerdas dan ramah lingkungan. Globalisasi juga telah memiliki dampak signifikan terhadap industri otomotif. Perusahaan-perusahaan otomotif mengembangkan jaringan produksi, distribusi, dan pemasaran yang kompleks di berbagai negara untuk memenuhi permintaan global (Rohmadany, 2023). Ketergantungan pada rantai pasokan global meningkatkan kerentanan terhadap gangguan seperti perubahan kebijakan perdagangan, konflik politik, atau bencana alam(H. W. Prabowo & Wuryaningsih, 2019).

Tantangan besar lainnya yang dihadapi oleh industri otomotif adalah perubahan dalam preferensi konsumen dan perilaku pembelian. Konsumen semakin menuntut kendaraan yang lebih efisien, aman, terhubung, dan ramah lingkungan. Selain itu, semakin banyaknya alternatif transportasi seperti layanan ridesharing dan transportasi berbagi juga telah memengaruhi cara konsumen menggunakan kendaraan pribadi (Hutabarat, 2020). Namun, di tengah tantangan dan perubahan yang terus-menerus, industri otomotif terus menunjukkan ketangguhannya. Perusahaan-perusahaan otomotif terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi tuntutan pasar dan regulasi. Selain itu, industri ini juga menjadi lokomotif dalam menggerakkan industri-industri terkait seperti manufaktur, teknologi, logistik, dan energi. Secara keseluruhan, industri otomotif merupakan salah satu sektor paling penting dan dinamis dalam perekonomian global. Dengan terus berlanjutnya inovasi, globalisasi, dan perubahan dalam perilaku konsumen, industri ini akan terus mengalami evolusi yang menarik dan memainkan peran kunci dalam membentuk masa depan mobilitas dan ekonomi global(Adiwongso, 2019).

2. Toyota

Toyota merupakan salah satu merek otomotif terkemuka di dunia yang telah memainkan peran penting dalam industri otomotif selama beberapa dekade terakhir. Didirikan pada tahun 1937 di Jepang, Toyota telah menjadi salah satu simbol keunggulan dalam hal inovasi, kualitas, dan keberlanjutan. Sebagai produsen mobil terbesar di dunia, Toyota terkenal dengan berbagai model mobil yang andal, efisien dalam konsumsi bahan bakar, dan ramah lingkungan. Salah satu ciri khas Toyota adalah komitmen mereka terhadap teknologi canggih dan inovasi. Sebagai pionir dalam pengembangan mobil hibrida, Toyota telah melampaui batas-batas dalam hal efisiensi energi dan emisi. Model-model seperti Prius dan Camry Hybrid telah menjadi terkenal di seluruh dunia karena

kinerja yang unggul dan kontribusi mereka terhadap perlindungan lingkungan. Selain itu, Toyota juga terkenal dengan reputasi mereka untuk kualitas dan keandalan. Mobil-mobil Toyota dikenal akan keawetan dan minimnya masalah teknis, yang telah memenangkan kepercayaan pelanggan di seluruh dunia. Dengan filosofi produksi yang kuat seperti Toyota Production System (TPS), perusahaan ini mampu memproduksi mobil dengan biaya rendah tanpa mengorbankan kualitas (Anggereni, 2023).

Toyota juga telah berkomitmen untuk berinovasi dalam hal keselamatan. Mereka telah memperkenalkan berbagai teknologi keselamatan canggih dalam mobil-mobil mereka, seperti Toyota Safety Sense (TSS) yang mencakup fitur-fitur seperti pengereman otomatis, deteksi tabrakan, dan pencegahan keluar jalur. Upaya ini membantu meningkatkan keselamatan pengemudi dan penumpang, serta mengurangi risiko kecelakaan. Selain itu, Toyota juga memiliki dampak yang signifikan dalam hal keberlanjutan lingkungan. Perusahaan ini telah berkomitmen untuk mengurangi jejak karbon mereka dengan mengembangkan mobil ramah lingkungan, mengadopsi teknologi produksi yang lebih bersih, dan berinvestasi dalam energi terbarukan. Toyota terus mencari cara untuk menjadi pemimpin dalam industri otomotif yang bertanggung jawab secara lingkungan. Secara keseluruhan, Toyota bukan hanya sekadar produsen mobil, tetapi juga merupakan pemimpin dalam inovasi, kualitas, keselamatan, dan keberlanjutan dalam industri otomotif. Dengan filosofi yang kuat dan komitmen terhadap keunggulan, Toyota terus menjadi pilihan utama bagi konsumen di seluruh dunia(Suminar, 2024).

3. Sales

Sales adalah salah satu elemen terpenting dalam dunia bisnis, khususnya dalam industri otomotif. Istilah "sales" merujuk pada proses penjualan produk atau jasa kepada konsumen potensial dengan tujuan untuk mencapai target penjualan dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Peran seorang salesperson sangat vital dalam menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, serta membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam dealer mobil Toyota, keahlian berbicara sales menjadi kunci dalam menggerakkan penjualan mobil. Salesperson yang mampu berkomunikasi dengan baik memiliki kemampuan untuk menjelaskan dengan jelas fitur-fitur mobil Toyota, keuntungan dari setiap model, serta menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin dimiliki calon pembeli (Nurlintang, 2020). Selain itu, keahlian berbicara sales juga mencakup kemampuan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, membantu mereka merasa nyaman dan percaya sehingga lebih cenderung untuk melakukan pembelian(Pramesti, 2023).

Seorang salesperson yang efektif juga harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang produk yang mereka jual, dalam hal ini mobil Toyota(Muttaqin, 2021). Mereka perlu terus mengikuti perkembangan terbaru dalam industri otomotif, memahami fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh Toyota, serta memiliki kemampuan untuk membandingkan produk Toyota dengan pesaingnya. Pengetahuan yang baik tentang produk akan membantu salesperson untuk memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan dan mengarahkan mereka menuju keputusan pembelian yang tepat. Selain keahlian berbicara dan pengetahuan produk, seorang salesperson yang sukses juga harus memiliki kemampuan untuk mengelola waktu dengan baik(Prasetyo & Wariati, 2020). Mereka harus dapat mengatur jadwal pertemuan dengan pelanggan potensial, melakukan follow-up secara teratur, dan mengelola proses penjualan dengan efisien. Keterampilan manajemen waktu yang baik akan membantu salesperson untuk meningkatkan produktivitas mereka dan mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh dealer Toyota (Aprillian, 2023).

Dalam era digital saat ini, kemampuan untuk menggunakan teknologi juga menjadi penting bagi seorang salesperson. Mereka harus memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak penjualan dan alat komunikasi digital lainnya untuk mengelola proses penjualan, mengikuti jejak pelanggan, dan memanfaatkan peluang penjualan yang ada(Rahmani, 2023). Sehingga target penjualan disini akan sangat bergantung pada strategi perkembangan digital. Secara keseluruhan, keahlian berbicara sales merupakan aspek yang sangat penting dalam mencapai kesuksesan dalam industri otomotif, khususnya dalam penjualan mobil dealer Toyota. Salesperson yang efektif harus memiliki kombinasi dari keahlian berbicara yang baik, pengetahuan produk yang mendalam, kemampuan manajemen waktu, dan kemampuan menggunakan teknologi untuk mencapai target penjualan dan meningkatkan pendapatan perusahaan (Damaris, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Keahlian berbicara dalam dunia penjualan adalah keterampilan yang sangat penting dan dianggap sebagai seni tersendiri. Seorang sales yang mahir dalam berbicara mampu mengkomunikasikan nilai produk atau layanan kepada calon pelanggan dengan cara yang persuasif dan efektif. Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu dikuasai dalam keahlian berbicara sales. Kemampuan untuk mendengarkan dengan baik. Seorang sales yang baik tidak hanya pandai berbicara, tetapi juga pandai mendengarkan. Mereka memahami kebutuhan dan keinginan calon pelanggan dengan mendengarkan secara aktif, sehingga dapat menawarkan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut. Kemampuan untuk membangun hubungan. Seorang sales yang sukses tidak hanya fokus pada penjualan

satu kali, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Mereka mampu membina hubungan yang baik dengan calon pelanggan melalui interaksi yang ramah, empati, dan kejujuran.

Kemampuan untuk memahami produk atau layanan yang ditawarkan. Seorang sales yang ahli harus benar-benar menguasai produk atau layanan yang mereka jual. Mereka harus dapat menjelaskan dengan jelas fitur, manfaat, dan keunggulan produk kepada calon pelanggan, serta menjawab pertanyaan atau keberatan yang mungkin muncul. Kemampuan untuk berbicara dengan percaya diri dan persuasif. Seorang sales yang sukses harus memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam presentasi mereka. Mereka harus mampu menyampaikan pesan dengan percaya diri, meyakinkan, dan meyakinkan calon pelanggan untuk melakukan pembelian. Kemampuan untuk mengatasi penolakan. Penolakan adalah bagian dari pekerjaan seorang sales, dan kemampuan untuk menghadapinya dengan baik sangat penting. Seorang sales yang mahir harus memiliki ketahanan mental yang kuat, mampu mengambil hikmah dari penolakan, dan terus bersemangat dalam mencari peluang baru.

Keahlian berbicara sales melibatkan kombinasi antara keterampilan komunikasi, pengetahuan produk, dan sikap mental yang positif. Dengan menguasai semua aspek ini, seorang sales dapat menjadi yang terbaik dalam industri mereka dan mencapai kesuksesan yang besar. Industri otomotif merupakan salah satu sektor yang sangat kompetitif dan dinamis dalam perekonomian global. Dalam konteks ini, keahlian berbicara sales menjadi krusial dalam memengaruhi tingkat penjualan mobil, terutama di dealer Toyota yang merupakan salah satu pemain utama dalam industri otomotif. Keahlian berbicara sales bukan hanya sekadar kemampuan untuk menjelaskan fitur produk, tetapi juga tentang bagaimana salesperson membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Data dari Asosiasi Industri Otomotif Indonesia (Gaikindo) menegaskan bahwa Toyota adalah salah satu pemain utama di pasar otomotif Indonesia. Pada tahun 2023, Toyota memimpin dengan penjualan lebih dari 250.000 unit mobil, yang mewakili sekitar 25% dari total penjualan mobil nasional. Keberhasilan ini menyoroti dominasi Toyota dalam industri otomotif Indonesia dan menegaskan perlunya strategi penjualan yang kuat untuk mempertahankan posisi ini. Keahlian berbicara sales menjadi aspek yang krusial dalam memperkuat penjualan mobil Toyota di dealer-dealer mereka. Seorang salesperson yang mumpuni tidak hanya memiliki pengetahuan mendalam tentang produk, tetapi juga mampu mengomunikasikan nilai-nilai yang dimiliki mobil Toyota secara efektif kepada calon pembeli. Mereka harus mampu menjelaskan fitur-fitur teknis dengan jelas, menggarisbawahi keunggulan masing-masing model, dan memberikan tanggapan yang

memuaskan terhadap pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin dimiliki oleh calon pelanggan.

Hasil survei yang dilakukan oleh J.D. Power pada tahun 2022 menunjukkan bahwa hampir 70% dari pelanggan mobil menempatkan keahlian berbicara sales sebagai faktor kunci dalam keputusan pembelian mereka. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan sales dalam berkomunikasi secara efektif sangat berpengaruh dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Oleh karena itu, dealer-dealer Toyota perlu memastikan bahwa salesperson yang mereka miliki dilengkapi dengan keterampilan berbicara sales yang memadai. Pelatihan yang teratur dan menyeluruh tentang produk, teknik penjualan, dan komunikasi interpersonal sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan mereka. Dengan demikian, tidak hanya penjualan mobil Toyota akan terus bertahan, tetapi juga dapat meningkat secara signifikan mengingat persaingan yang semakin ketat di pasar otomotif. Selain itu, data dari Toyota sendiri menunjukkan bahwa penjualan mobil secara langsung terkait dengan keterampilan komunikasi salesperson. Dealer-dealer Toyota yang memiliki tim sales yang terlatih dan terampil secara konsisten mencapai target penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan dealer yang kurang memperhatikan pengembangan keterampilan berbicara sales.

Namun, keahlian berbicara sales bukanlah hal yang statis. Dalam era di mana teknologi terus berkembang dan preferensi konsumen terus berubah, salesperson harus terus meningkatkan keterampilan mereka agar tetap relevan dan efektif. Pelatihan rutin, pelatihan tentang produk, serta pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah beberapa langkah yang dapat diambil oleh dealer Toyota untuk meningkatkan keahlian berbicara sales di antara tim mereka(Simarmata & Saisab, 2023). Di samping itu, integrasi teknologi dalam proses penjualan juga dapat membantu meningkatkan efektivitas salesperson. Penggunaan perangkat lunak penjualan yang cerdas, analisis data pelanggan, dan alat komunikasi digital dapat memungkinkan salesperson untuk lebih efisien dalam mengelola proses penjualan, mengikuti jejak pelanggan, dan mengidentifikasi peluang penjualan potensia(Khairi et al., 2023)l.

Secara keseluruhan, keahlian berbicara sales memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong tingkat penjualan mobil dealer Toyota dalam industri otomotif masa kini. Data menunjukkan bahwa salesperson yang terampil dalam berkomunikasi memiliki dampak positif terhadap penjualan mobil Toyota. Oleh karena itu, pengembangan keahlian berbicara sales harus menjadi fokus utama bagi dealer Toyota dalam upaya mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka di industri otomotif yang kompetitif ini(Pratama & Rohmah, 2022).

Simpulan

Dalam industri otomotif masa kini, keahlian berbicara sales memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam mendorong tingkat penjualan mobil di dealer Toyota. Data dari Asosiasi Industri Otomotif Indonesia (Gaikindo) menunjukkan bahwa Toyota memegang peranan penting dengan pangsa pasar yang kuat di Indonesia, terbukti dengan penjualan lebih dari 250.000 unit mobil pada tahun 2023, yang menyumbang sekitar 25% dari total penjualan mobil nasional. Keberhasilan ini menyoroti pentingnya strategi penjualan yang efektif untuk mempertahankan dominasi Toyota dalam pasar otomotif Indonesia.

Keahlian berbicara sales menjadi faktor kunci dalam meraih kesuksesan ini. Salesperson yang mampu berkomunikasi dengan baik memiliki kemampuan untuk menjelaskan fitur-fitur mobil Toyota dengan jelas, menonjolkan keunggulan dari setiap model, serta merespons dengan baik terhadap pertanyaan atau kekhawatiran calon pembeli. Survei J.D. Power pada tahun 2022 menunjukkan bahwa hampir 70% dari pelanggan mobil memandang keahlian berbicara sales sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian mereka. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan sales dalam berkomunikasi secara efektif memiliki pengaruh besar dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Oleh karena itu, dealer-dealer Toyota perlu memberikan perhatian yang serius terhadap pengembangan keahlian berbicara sales bagi karyawan mereka. Pelatihan yang teratur dan menyeluruh tentang produk, teknik penjualan, dan komunikasi interpersonal menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan mereka. Dengan demikian, tidak hanya penjualan mobil Toyota akan terus bertahan, tetapi juga dapat meningkat secara signifikan mengingat persaingan yang semakin ketat di pasar otomotif. Keahlian berbicara sales bukan hanya sekadar keterampilan tambahan, tetapi merupakan fondasi utama dalam mencapai kesuksesan penjualan dalam industri otomotif masa kini.

Daftar Pustaka

Adiwongso, H. (2019). Pengaruh bauran pemasaran jasa Dealer Mobil Plaza Toyota Bandung terhadap keputusan pembelian konsumen. repository.unpar.ac.id. https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8759

Alfian, Y., & Indah, N. P. (2023). Pengaruh ROA, CR, ATO, dan DER terhadap Return Saham Perusahaan Sub Sektor Aneka Industri Otomotif & Komponen Selama Pandemi Covid-19. MES Management Journal. https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mesman/article/view/47

Anggereni, F. (2023). Penggunaan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Kalla Toyota Sidrap (Analisis Manajemen Keuangan Syariah) [Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE].

APRILIAN, R. R. (2023). PENERAPAN KOMUNIKASI ISLAM SALES MARKETING DALAM MEMBANTU PENJUALAN MOBIL HONDA DI PT ISTANA MOBIL RODA MAS (HONDA ISTANA JEMBER).

Damaris, A., Riyadsyah, K., & Lantang, N. D. H. (2020). Pengaruh Sales Approach, Gender Stereotype, Networking dan Purchase Intention terhadap Sales Performance di PT Intraco Penta Prima Servis. Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 2(03), 105-114.

Hutabarat, I. R. (2020). PENGARUH SALESMANSHIP TERHADAP PENJUALAN MOBIL TOYOTA AVANZA PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL TBK TOYOTA SALES OPERATION CABANG MEDAN KRAKATAU.

Khairi, A., Dika, R. P., & Sharma, J. N. (2023). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Mobil Listrik pada Industri Otomotif di Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/5495

Lestari, N. (2022). IMPLEMENTASI METODE DECISION TREE PADA KLASIFIKASI PRODUK MOBIL DI DEALER PT TUNAS AUTO GRAHA TOYOTA KOTA …. Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi.

Maulana, F., & Wijayanto, A. (2019). Keahlian Penjualan, Perilaku Penjualan dan Kinerja Penjualan Salesforce PT Nasmoco Pemuda Semarang. Jurnal Administrasi Bisnis, 8(2), 121-130.

Muhammad, A. I., & Saraswati, R. (2022). D. ANALISA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA INDUSTRI OTOMOTIF DENGAN METODE SERVQUAL DAN IPA …. Jurnal Teknik Industri Dan Kimia. http://www.ejournal-unipra.com/index.php/JTIK/article/view/194

Muttaqin, T. (2021). Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Setiajya Mobilindo Parung). repository-feb.unpak.ac.id. https://repository-feb.unpak.ac.id/xmlui/handle/123456789/6965

Nikmah, L. C., Hermuningsih, S., & ... (2021). Pengaruh DER, NPM, ROA, Dan TATO Terhadap Return Saham (Study Pada Perusahaan Sektor Industri Otomotif dan Komponen). Jurnal Ilmiah Manajemen …. https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/450

Nur, M. (2022). ANALISIS IMPLEMENTASI PRAKTEK KERJA INDUSTRI (PRAKERIN) PADA PROGRAM KEAHLIAN TEKNIK OTOMOTIF SMK NEGERI 1 BONTANG DI KOTA …. Jurnal Cakrawala Ilmiah. https://bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/1799

Nurlintang, R. W., & Rustandi, D. (2020). Komunikasi Interpersonal Sales dengan Konsumen di Proshop Speedo Siliwangi. Komversal, 2(1), 51-65.

Prabowo, H. W., & Wuryaningsih, D. L. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi pada Dealer Nasmoco Slamet Riyadi Surakarta). eprints.ums.ac.id. https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/79403

Prabowo, R. (2022). … IMPLEMENTASI DARI PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP CSR PERUSAHAAN INDUSTRI OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI …. SINTAKSIS: Jurnal Ilmiah Pendidikan.

Pramesti, G. (2023). … Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Veloz Melalui MInat Beli Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di Dealer Tunas Toyota …. repository.stmi.ac.id. http://repository.stmi.ac.id/id/eprint/808/

Prasetyo, R. D., & Wariati, A. (2020). Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kabupaten Karanganyar (Studi Kasus di Dealer Nasmoco Ring Road Solo). Kelola. https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola/article/view/772

Pratama, A. Y., & Rohmah, W. (2022). Peran Brand Image dan After Sales Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Toyota (Studi Kasus Dealer Nasmoco Slamet Riyadi). eprints.ums.ac.id. https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/102790

Prihatin, J., Nuryanto, U. W., & ... (2021). PERAN GAYA KOMUNIKASI TERHADAP MOTIVASI PADA INDUSTRI MANUFAKTUR OTOMOTIF DI KOTA TANGERANG. National …. https://ncabet.conferences-binabangsa.org/index.php/home/article/view/30

Rahmani, A. N. (2023). Produk Image Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya 2019 Pada Dealer Toyota Auto 2000 Pasteur Bandung. 202.93.229.166. http://202.93.229.166/handle/123456789/1961

Rohmadany, N. V., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh Soft Skill Dan Insentif Terhadap Kinerja Sales Handphone Pt. Ziola Kolaka. Global Leadership Organizational Research in Management, 1(4), 108-121.

Simarmata, E. S., & Saisab, J. (2023). Hubungan suku bunga, inflasi, dan return emiten industri otomotif di Indonesia. Manajemen Bisnis Dan Keuangan …. https://jurnal.ywnr.org/index.php/mbkk/article/view/34

Siregar, O. K., & Dani, R. (2019). Pengaruh Deviden Yield Dan Price Earning Ratio Terhadap Return Saham Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 Sub Sektor Industri Otomotif. Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik. https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1054604

Sudjiman, L. S., & Sudjiman, P. E. (2022). … UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI …. JURNAL EKONOMI, SOSIAL & …. https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/763

Sukarno, D. A. R., Latuconsina, N. A., & ... (2023). Pengaruh Workforce Diversity Terhadap Kinerja Karyawan Di Perusahaan Industri Otomotif (Studi Pada PT XYZ). Innovative: Journal Of …. http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6243

Suminar, R. (2024). SELF-PRESENTING SALES PROMOTION GIRLS (SPG) DI DEALER MOBIL PT TOYOTA MERDEKA MOTOR (TOYOTA) SOREANG KABUPATEN BANDUNG. digilib.uns.ac.id. https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/112114/

Widiyastuti, T. (2022). … HUTANG JANGKA PENDEK DAN HUTANG JANGKA PANJANG TERHADAP LABA BERSIH SUB SEKTOR INDUSTRI OTOMOTIF DAN KOMPONEN YANG …. Nusantara Hasana Journal. https://www.nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/511