



PT Mitra Edukasi
dan Publikasi

PERSONAL SELLING

TO BE DIGITAL FRONTLINER SALESMANSHIP

di Era Digital

ART OF SELLING

Prof. Dr. Sri Setyo Iriani, S.E., M.Si.
Reynaldi Dwi Junianta, S.E., S.Sos., M.M.

TO BE DIGITAL FRONTLINER SALESMANSHIP DI ERA DIGITAL

Prof. Dr. Sri Setyo Iriani, S.E., M.Si.

Reynaldi Dwi Junianta, S.E., S.Sos., M.M.



**PT Mitra Edukasi
dan Publikasi**

TO BE DIGITAL FRONTLINER SALESMANSHIP DI ERA DIGITAL

Penulis:

Prof. Dr. Sri Setyo Iriani, S.E., M.Si.
Reynaldi Dwi Junianta, S.E., S.Sos., M.M.

ISBN: 978-623-88843-8-4

Editor:

Utama Alan Deta

Desain Sampul dan Tata Letak:

Reynaldi Dwi Junianta, S.E., S.Sos., M.M.
Alfi Nurlailiyah

Penerbit:

PT Mitra Edukasi dan Publikasi

Anggota IKAPI No. 358/JTI/2022

Redaksi:

PT. Mitra Edukasi dan Publikasi
Griya Taman Asri AB/26,
Tawangsari, Taman, Sidoarjo 61257
WA: 0895-4298-51500
IG: @edupartner.publishing
Email: edupartner.publishing@gmail.com
Website: <https://buku.edupartnerpublishing.co.id/>

Cetakan Pertama, April 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penulis dan penerbit.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji Syukur kami haturkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya buku ini dapat kami selesaikan. Buku kami dengan judul *To Be Digital Frontliner: Salesmanship Pada Era Digital* menjadi sebuah karya yang kami persembahkan sebagai jawaban atas permasalahan salesman pada era digital saat ini. Melalui buku ini kami berupaya untuk berkontribusi pada peningkatan kemampuan masyarakat khususnya dalam hal dinamika salesmanship.

Buku ini mengulas betapa pentingnya adaptasi dalam dunia pemasaran yang terus berubah, dengan fokus pada peran teknologi dalam dinamika pasar modern. Dengan perubahan pasar yang cepat akibat globalisasi, perubahan tren konsumen, dan kemajuan teknologi, para profesional pemasaran harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Isi buku mencakup analisis mendalam tentang perubahan pasar, penekanan pada strategi pemasaran digital yang efektif, dan pentingnya mempertahankan keterampilan interpersonal tradisional seperti kejujuran dan pelayanan pelanggan. Dengan memadukan pengetahuan tentang kedua aspek - tradisional dan modern - dari salesmanship, buku ini bertujuan memberikan panduan praktis bagi para profesional pemasaran agar dapat berhasil dalam lingkungan bisnis yang terus berubah dengan cepat.

Kami menyadari bahwa buku ini memiliki keterbatasan untuk menjawab segala problematika salesmanship yang begitu dinamis. Konten dan konteks yang berusaha kami hadirkan dalam buku ini tentu terikat dalam masa penulisan buku. Sehingga dengan memperkaya wawasan serta pengetahuan tentang salesmanship yang paling up-to-date dapat menjadi proses penting untuk menyempurnakan buku yang kami buat. Terimakasih kami ucapkan kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam penyusunan buku ini.

Sidoarjo, 4 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 EVOLUSI MARKETING: DAHULU, SEKARANG, KEDEPAN	1
Perkembangan Teknologi dan Digitalisasi.....	5
Peran Salesmanship dalam Pemasaran.....	9
BAB 2 SEKILAS TENTANG SALESMANSHIP	10
Pengertian Salesmanship.....	10
Manfaat Salesmanship yang Sering Terabaikan	13
Mengetahui Unsur Kunci Salesmanship.....	16
BAB 3 MENGENAL PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ..	18
Kebutuhan dan Keinginan	18
Proses Keputusan Pembelian	19
BAB 4 PROSES SALESMANSHIP	22
BAB 5 PERSONAL SELLING: MENJUAL DAN BERSAHABAT DENGAN KONSUMEN	33
BAB 6 <i>SELLING SKILL</i>: SOLUSI ANDA, PROFIT SAYA	37
Memahami Seni Menjual	37
Keterampilan Menjual	39
BAB 7 SENI MENJUAL DALAM DUNIA DIGITAL	44
Era Digital	44
Penggunaan Database.....	46
Peluang dan Tantangan.....	49
Sukses Dalam Era Digital.....	51
BAB 8 SALESMANSHIP DALAM DIGITAL CULTURE MASA KINI	54
Sekilas Tentang Kultur Digital	54
Salesmanship Ala Digital.....	55
DAFTAR PUSTAKA	62