

Analisis Organisasi Tuturan dalam Indonesia Sales Competition 2020-2021

Satriya Bayu Aji^{a,1*}

^a Politeknik Negeri Batam, Indonesia

¹ satriya@polibatam.ac.id*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 28 September 2022 ;

Revised: 2 September 2022 ;

Accepted: 28 Oktober 2022.

Kata-kata kunci:

ISAC;

Pelatihan Tenaga

Penjualan;

Analisis Percakapan.

ABSTRAK

Sebagai bagian dari *South-East Asian Sales Competition* (SEASAC), sejak tahun 2020 dilaksanakan ISAC, yang merupakan kompetisi di bidang penjualan di tingkat nasional. ISAC yang pertama dilaksanakan secara daring. Pada tahun berikutnya, terdapat perubahan tata cara pelaksanaan. Babak final ISAC 2021 dilaksanakan secara luring di universitas tuan rumah dengan mengundang para finalis yang lolos dari tahap sebelumnya pada babak penyisihan yang masih dilaksanakan secara daring. Meskipun sudah banyak artikel yang menyetengahkan efektivitas penerapan kompetisi sebagai metode pengajaran kemampuan di bidang penjualan, jarang yang menyoroti aspek kebahasaan yang ada di dalamnya, meskipun jelas bahwa bahasa mempunyai peran yang besar di sana. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji interaksi yang terjadi dalam suatu babak kompetisi tenaga penjualan. Data berasal dari video babak final. Analisis yang dilakukan berhasil menunjukkan bagaimana peserta yang berperan sebagai penjual dan pembeli mewujudkan kegiatan pertemuan di bidang penjualan secara B2B melalui tiap tuturan yang berurutan.

ABSTRACT

Analysis of Turn-Taking Organization in 2020-2021 Indonesia Sales Competition. As part of the *South-East Asian Sales Competition* (SEASAC), on the national level, the first ISAC has been around since 2020. ISAC 2020 was conducted online. In the following year, a change took place. The final round of ISAC 2021 was held at the host university, by inviting finalists who passed the preliminary round, which was still held online. Many articles have highlighted the effectiveness of the implementation of competitions as a method of teaching sales skills. However, it is rare to see ones that highlight the linguistic aspects of the competition, although it is clear that language plays a big role in it. This study aims to examine the interactions that occur in a round of two sales competition. The data were gathered from videos of the final round. The analysis succeeded in showing how the participants construed the meeting, as a social activity, through interactions.

Keywords:

ISAC;

Sales Education;

Conversation Analysis.

Copyright © 2024 (Satriya Bayu Aji, dkk). All Right Reserved

How to Cite : Aji, S. B. (2024). Analisis Organisasi Tuturan dalam Indonesia Sales Competition 2020-2021. *Aktiva : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 30–40.
<https://doi.org/10.56393/aktiva.v4i1.1979>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Pada tahun 2020 dilaksanakan *Indonesia Sales Competition* (ISAC) yang pertama. Di tahun berikutnya kompetisi ini kembali dilaksanakan. Berbeda dari tahun sebelumnya, final babak final pada ISAC kedua dilaksanakan secara luring. Jumlah peserta yang berlaga di babak final juga bertambah. Empat finalis bersaing dalam babak final pada kompetisi yang pertama. Pada tahun kedua, enam peserta yang lolos dari dua babak sebelumnya mengikuti final di perguruan tinggi tuan rumah. ISAC merupakan hasil kolaborasi beberapa perguruan tinggi dan *Southeast Asian Ministers of Education Organization Regional Open Learning Centre* (SEAMOLEC), yang juga berperan dalam *South-East Asian Sales Competition* (SEASAC).

Beberapa ahli telah mengkaji penerapan kompetisi dalam peningkatan kemampuan *sales* (penjualan). Holopainen et al. (2019) membahas perlunya format kompetisi yang lebih sesuai bagi para *sales engineer*. Karena tingginya tingkat kerumitan produk dan jasa yang mereka jual, proses yang harus dilalui juga berbeda dari tahapan dan pertemuan yang harus dilalui tenaga penjualan pada umumnya. Untuk itu, diperlukan juga format kompetisi yang berbeda dari kompetisi bidang penjualan lainnya sehingga muncul gagasan pelaksanaan *European Sales Engineering Team Competition* (ESETC). Kompetisi ini pertama kali dilaksanakan pada tahun 2017.

Unger et al. (2021) berpendapat bahwa terdapat enam kemampuan yang perlu dimiliki tenaga penjual. Kemampuan ini terdiri dari *communication skill* (kemampuan berkomunikasi), *intercultural skill* (kemajemukan budaya), *personal and social skill* (pembawaan dan kemampuan bersosialisasi), *professional demeanor* (pembangunan jejaring), *sales acumen* (insting penjualan), *utilization of tools* (pemanfaatan teknologi). Namun, beberapa kemampuan seperti kemajemukan budaya dan pembangunan jejaring menjadi tidak relevan dalam kompetisi yang dilaksanakan secara daring.

Menurut penelitian Inks et al. (2020b) kemampuan perempuan dalam menjual barang atau jasa lebih tinggi daripada laki-laki. Data diperoleh dari peserta putaran pertama National Collegiate Sales Competition (NCSC) yang diselenggarakan pada tahun 2017, 2018, dan 2019. Kemampuan yang dinilai meliputi lima tahap dalam sebuah pertemuan, yang meliputi *approach* (pendekatan), *establish need* (identifikasi kebutuhan), *present solutions* (solusi), *handle resistance* (penanganan keluhan), dan *gain commitment* (persetujuan), serta kemampuan komunikasi dan penampilan secara umum. Rata-rata nilai yang didapat peserta perempuan lebih tinggi daripada peserta laki-laki dengan perbedaan yang signifikan secara statistik di seluruh kriteria. Perbedaan terbesar ada pada kemampuan komunikasi.

Inks et al. (2020) menjelaskan hal-hal yang perlu dipersiapkan dalam penyelenggaraan kompetisi kemampuan penjualan secara daring. Tiga hal yang menjadi kunci dalam penyelenggaraan kompetisi secara daring antara lain komunikasi, kegiatan pelatihan, dan pemanfaatan teknologi. Daftar persiapan ini disusun berdasarkan kuesioner umpan balik dari peserta, pelatih, dan pihak sponsor. Secara umum, persiapan perlu dimulai satu tahun sebelumnya.

Johnson (2022) membahas dampak kompetisi yang dilaksanakan dalam lingkup internal kampus terhadap niat mahasiswa untuk bekerja dalam bidang penjualan. Setelah mengikuti kompetisi internal, niat peserta untuk mengejar karir di bidang penjualan meningkat. Hal ini terlepas dari hasil yang didapat dari perlombaan. Siswa yang mendapat peringkat tinggi dalam kompetisi bisa jadi memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengejar karir penjualan karena mereka termotivasi setelah menerima umpan balik positif dari para juri, yang dalam penelitian ini terdiri dari ahli penjualan di bidang industri. Di sisi lain, peserta yang mendapat hasil biasa saja atau bahkan kurang tidak merasakan pengaruh negatif untuk melanjutkan karier di bidang penjualan. Kompetisi internal juga dapat menjadi alternatif bagi pelaksanaan kegiatan *role play* (bermain peran).

SEASAC adalah proyek tiga tahun untuk mempersiapkan tenaga penjualan *business-to-business* (B2B) di pasar internasional, yang salah satu sumber dananya berasal dari *Erasmus+ Capacity Building in the Field of Higher Education* (CBHE). SEASAC pertama kali dilaksanakan pada tahun

2020 dalam masa pandemi. Menurut Lappalainen et al. (2021), berdasarkan wawancara dengan 39 informan dari dua kali kompetisi yang telah dilaksanakan (2020-2021), didapatkan hasil bahwa pelaksanaan kompetisi ini harus terus digalakkan.

Lappalainen (2020) merumuskan tiga kemampuan yang perlu dimiliki perguruan tinggi masa depan. Pertama, perguruan tinggi harus mengantisipasi kemampuan apa saja yang akan dibutuhkan di tingkat wilayah maupun di seluruh dunia. Setelah itu, perlu dilakukan penyesuaian strategi pembelajaran, kurikulum, dan rencana implementasi sesuai perubahan keadaan. Terakhir, dosen dan tenaga pendidik harus berperan aktif dalam kehidupan bermasyarakat. Mereka perlu memosisikan diri di tengah-tengah masyarakat, baik secara fisik maupun mental. Untuk menghadapi ini, negara-negara di wilayah Asia Tenggara dapat mengadopsi inovasi yang diterapkan di kawasan lain. Salah satu contohnya adalah SEASAC.

Pada saat berkompetisi, peserta SEASAC mempunyai waktu dua puluh menit dengan *buyer* (pembeli). Dalam jangka waktu ini, mereka dituntut untuk menunjukkan kemampuan mereka di tiap tahapan, yang terdiri dari *first contact and introduction* (memperkenalkan diri), *needs identification* (mencari kebutuhan), *presentation* (menampilkan fitur), *handling objection* (menanggapi keluhan), *trial closing* (mencari kesepakatan), *negotiation* (berunding), dan *closing* (menyepakati) (Mackenzie & Suwannarat, 2020). Pada tahap pencarian kebutuhan, peserta dituntut untuk mampu menerapkan model SPIN. Model SPIN (singkatan dari *situation* (keadaan), *problem* (masalah), *implication* (dampak), dan *need payoff* (hasil)) merupakan salah satu model yang banyak diajarkan dalam pelatihan tenaga penjualan. Kini berbagai model hadir seiring dengan perkembangan zaman. Inks (2019) menyoroti maraknya model *Challenger* setelah sebelumnya didominasi model *Relationship Selling*. Ini menuntut tenaga penjualan untuk memahami berbagai model dan memilih sesuai situasi.

Hasil penelitian Khan dan Tahir (2020) menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa untuk berkarir di bidang penjualan mengalami perubahan setelah mengikuti kompetisi. Dampak ke perubahan ini juga signifikan. Lebih lanjut, persepsi mahasiswa memiliki dampak langsung terhadap niat untuk meniti karir di bidang penjualan. Persepsi ini meliputi empat dimensi, yang terdiri dari tenaga penjualan, penilaian terhadap profesi di bidang penjualan, etika dalam penjualan, dan pengetahuan mengenai penjualan.

Cummins et al. (2016) meneliti dampak penayangan video National Collegiate Sales Competition (NCSC) di kelas. Perlakuan ini berdampak positif terhadap persepsi siswa mengenai dimensi karir di bidang penjualan, tenaga penjualan, etika dalam penjualan, pengetahuan mengenai penjualan, dan niat untuk meniti karir di bidang penjualan. Peningkatan persepsi siswa terbesar terjadi pada dimensi pengetahuan mengenai penjualan.

Meredith (2019) menyoroti penggunaan istilah-istilah seperti *turn taking* (urutan berbicara), *sequence organization* (pengaturan urutan), *repair* (perbaikan), *openings* (pembukaan), dan *embodied conduct* (bahasa tubuh) dalam *conversation analysis* (analisis percakapan) pada saat menganalisis interaksi daring. *Digital conversation analysis* (analisis percakapan digital) menggunakan metode yang sama dengan analisis percakapan. Namun, analisis percakapan digital tidak secara serta merta memaksakan konsep yang ada dalam analisis percakapan. Perlu kajian terlebih dahulu terhadap interaksi yang terjadi secara daring. Di sisi lain, perlu juga rujukan ke istilah dan konsep dalam analisis percakapan agar tidak terjadi tumpang tindih.

Giles et al. (2015) menggarisbawahi lima perbedaan antara percakapan secara tatap muka dengan interaksi di dunia maya. Pertama, interaksi secara daring dapat disimpan dan diakses kembali. Kedua, perbedaan menjadi semakin tidak jelas antara media tulis dengan lisan, dalam hal ini fitur-fitur kebahasaan yang digunakan pada saat mengetik dan berbicara. Sebagai contoh, kemampuan mengedit kiriman dapat memiliki dampak terhadap interaksi yang terjadi secara daring. Selain itu, tanda baca menyediakan strategi baru dalam interaksi daring, khususnya pada dimensi paralinguistik. Yang ketiga,

interaksi yang terjadi secara daring dibatasi oleh fitur yang tersedia. Kemudian, peserta pada forum yang terbuka untuk umum secara daring dapat bergabung dan keluar dari interaksi kapan saja. Opini yang disampaikan juga diperuntukkan bagi khalayak luas. Selain itu, ada pengguna dengan peran sebagai moderator. Kelima, batasan di dunia maya antara ranah pribadi dan publik serta antara interaksi yang bersifat *institutional* (khusus) dengan yang lebih *casual* (umum) menjadi semakin kabur. Interaksi yang terjadi bisa jadi berfokus hanya pada suatu tujuan tertentu dan pada bahasan yang berkaitan dengan identitas mereka. Kontribusi peserta dalam diskusi dapat juga dibatasi oleh prosedur atau kerangka pikir tertentu. Di sisi lain, batasan-batasan ini bisa jadi tidak berlaku pada interaksi pada umumnya.

Menurut Meredith (2020), pihak-pihak yang berinteraksi di dunia maya dapat menggunakan fitur-fitur yang ada sebagai kompensasi terhadap perbedaan yang ada dengan interaksi tatap muka. Untuk itu, perlu mengkaji hal ini berdasarkan interaksi yang benar-benar terjadi di dunia maya. Meskipun analisis percakapan bukan merupakan satu-satunya pendekatan yang bisa digunakan untuk mengkaji fenomena ini, namun analisis percakapan mampu meningkatkan pemahaman kita terhadap perilaku pengguna dalam interaksi di dunia maya dengan cara menunjukkan bagaimana fitur-fitur yang ada digunakan berdasarkan situasi dan penerima yang dituju.

Jucker (2021) untuk menghindari analisis data yang hanya berdasarkan asumsi dan kategorisasi dari teori yang sudah ada. Interaksi yang terjadi di dunia maya dapat disesuaikan dengan kondisi sosial dan teknologi yang ditawarkan platform digital. Penyesuaian dapat berupa rekontekstualisasi, yang melibatkan pengambilan beberapa bagian atau aspek dari sebuah teks untuk kemudian disesuaikan dengan konteks yang lain. Rekontekstualisasi dapat meliputi penambahan fitur kebahasaan atau penggunaan fitur lain. Penyesuaian lebih jauh dapat juga terjadi di konteks yang baru untuk tujuan yang berbeda. Berbagai fitur yang digunakan dalam modifikasi dapat bersumber dari fitur yang ditemui dalam interaksi lisan maupun tulis.

Analisis percakapan terbagi menjadi analisis percakapan murni dan analisis percakapan terapan. O'Reilly et al. (2020) memperkenalkan *Reflective Interventionist Conversation Analysis* (RICA), yang termasuk dalam analisis percakapan terapan. RICA memiliki lima karakteristik. Pertama, RICA bersifat responsif dan menekankan refleksi terhadap kegiatan yang terjadi. Yang kedua, pelaksanaannya memerlukan kerjasama dari akademisi dan praktisi. Ketiga, pendekatan ini bersifat induktif. Keempat, kegiatan yang dilakukan bersifat iteratif. Yang terakhir, tujuan dari RICA adalah mengidentifikasi dampak dari suatu perlakuan dan merumuskannya dalam ungkapan yang mudah dipahami.

Paulus et al. (2016) menyebutkan beberapa karakteristik yang ada dalam penelitian-penelitian yang membahas interaksi di dunia maya menggunakan analisis percakapan. Pertama, analisis percakapan dapat digunakan untuk memahami interaksi di berbagai konteks, mulai dari pembicaraan sehari-hari hingga pembicaraan di lingkungan tertentu seperti di bidang pendidikan, konseling, dan tempat kerja. Kedua, data dapat bersifat sinkron atau asinkron. Terakhir, tujuan penelitian yang dilaksanakan dapat dikelompokkan menjadi empat kategori: perbandingan antara interaksi secara daring dengan tatap muka, koherensi, berbagai cara partisipan dalam menanggulangi masalah yang muncul dalam interaksi, dan bagaimana perilaku sosial dapat terjadi secara asinkron.

Van Braak et al. (2021) meneliti rekaman sesi refleksi bersama yang dilaksanakan secara daring. Seluruh sesi dilaksanakan di dalam Zoom. Hasil kajian menunjukkan memanfaatkan bermacam cara untuk menunjukkan keterlibatannya dalam berinteraksi secara daring. Namun, beberapa fitur dalam Zoom berpotensi menimbulkan masalah. Pertama, meskipun seluruh peserta mampu melihat tampilan seluruh peserta, tidak ada yang tahu kepada siapa suatu bahasa tubuh ditujukan. Hal ini berbeda dari pertemuan tatap muka ketika kepada siapa komunikasi non-verbal dapat secara lebih jelas ditunjukkan. Kemudian, peran pengajar sebagai moderator dapat membatasi interaksi, bukan lagi memberi ruang.

Seuren et al. (2020) menjelaskan bagaimana pemeriksaan kesehatan pada pasien yang mengalami gagal jantung dilakukan secara jarak jauh melalui FaceTime. Tiga hal menjadi kunci kesuksesan interaksi pasien, tim dokter, dan anggota keluarga dari pasien, yang terdiri dari kejelasan instruksi, perhatian terhadap pasien agar tidak merasa tertekan, dan cara koordinasi agar pemeriksaan dapat tetap dilaksanakan tanpa menghalangi pandangan.

Penelitian Stommel et al. (2019) mengidentifikasi ungkapan yang lebih sering muncul pada video konsultasi pasca-operasi reseksi tumor antara pasien dengan dokter. Hasil penelitian menunjukkan tingginya penggunaan ungkapan HAY? Dalam pertanyaan yang disampaikan oleh dokter. Ungkapan HAY? mengungkapkan kepedulian dokter terhadap pemulihan pasien setelah operasi sekaligus menunjukkan keeratan hubungan antara dokter dengan pasien. Ungkapan HAY? di sini dapat membuat pasien merasa nyaman dan diperhatikan. Ungkapan HAY? juga digunakan untuk menguji koneksi.

Dari paparan yang ada, penerapan kompetisi dalam pengajaran mampu meningkatkan minat peserta didik untuk berkarir di bidang penjualan. Namun, penelitian sebelumnya belum menggali secara dalam bagaimana interaksi yang terjadi antara peserta yang berperan sebagai penjual dengan pembeli dalam suatu penampilan di kompetisi, meskipun jelas bahwa komunikasi lisan berperan besar di sini. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana interaksi yang ada dibangun dari rangkaian tuturan antara kedua belah pihak.

Metode

Penelitian ini menggunakan analisis percakapan. Data berasal dari rekaman penampilan dari juara pertama ISAC 2020 dan ISAC 2021 yang berasal dari video yang diunggah di YouTube pada kanal @seasacprojectsouth-eastasi1802 dan @MBTVPOLIBATAM (asinkron). Juara pertama ISAC 2020 menghabiskan 19 menit 38 detik dan 977 milidetik sedangkan juara pertama ISAC 2021 menghabiskan 18 menit 4 detik dan 344 milidetik. Setelah itu, dibuat transkrip berdasarkan interaksi yang terjadi guna memfasilitasi analisis.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Durasi Penampilan Juara 1 ISAC 2020

Tahap	Durasi (menit:detik.mdet)
Memperkenalkan Diri	0:34.938
Mencari Kebutuhan	0:27.800
Menampilkan Fitur 1	2:24.316
Menanggapi Keluhan 1	1:10.507
Menampilkan Fitur 2	0:49.278
Menanggapi Keluhan 2	1:46.304
Berunding 1	12:03.234
Mencari Kesepakatan	0:07.919
Berunding 2	0:07.354
Menyepakati	0:07.327

Tabel 1 menampilkan durasi penampilan juara 1 ISAC 2020. Juara pertama ISAC 2020 menempuh dua kali tahap Menampilkan Fitur, Menanggapi Keluhan, dan Berunding. Pada tahap Menampilkan Fitur 1 juara pertama ISAC 2020 menyajikan fitur *360 Degree Cam*. Berikut cuplikan beberapa baris tahap ini.

(1) p1:20

- 1 G: ya. dan, di pertemuan sebelumnya saya sudah sempat sampaikan solusi kami pak. ya
2 untuk secara offline pak, kita jika negara negara tujuan sudah ada akses untuk
3 mengizinkan peserta masuk pak dan di sana juga sudah ada pelonggaran beraktivitas
4 kita akan kirimkan. tapi tetap dengan jaminan keselamatan dan keamanan selama di
5 sana pak. dan juga untuk baik online maupun offline kita fasilitasi dengan inovasi baru
6 dari perusahaan kami pak, yaitu kita ada sebuah aplikasi pak. dan di sini saya sudah
7 siapkan demo singkat pak soal aplikasinya
-
- 8 K: oke
-
- 9 G: apa boleh pak saya tunjukkan sehingga bapak bisa punya gambaran lebih baik pak
10 soal perusahaan kami.
-
- 11 K: oke, silakan
-

Pada tahap Menampilkan Fitur 2 disajikan fitur Health Checker. Berikut interaksi yang terjadi pada tahap ini.

(2) p2:20

- 1 G: lanjut di bagian bawahnya boleh saya lanjutkan ya pak
-
- 2 K: boleh-boleh. silakan
-
- 3 G: ini ada health checker pak. health checker ini, up ini adalah layanan kita untuk
4 monitoring kesehatan dan keselamatan mahasiswa pak baik saat kita kirimkan di sana
5 maupun saat on saat online ini ya pak. jadi dalam health checker ini nanti akan ada
5 seperti konsultasi kalau bapak bisa tahu seperti halo dokter pak seperti itu, di sana juga
6 kita kan sudah siapkan obat-obatan dasar pak. karena mungkin kalau kita kirimkan ke
7 tempat, negara asing pak kita seringkali menemukan, seperti perut tidak cocok dengan
8 makanannya di sana pak jadi suka, sakit perut atau nggak cocok dengan cuacanya di
9 sana masih kaget pak fisik kita, suka ada sakit sakit ringan, kita sudah siapkan obat-
10 obatan juga, namun, jika uh dirasa belum membaik pak kita akan berikan perawatan
intensif. seperti itu pak
-

Pada tahap Menanggapi Keluhan 1 dibahas versi perangkat lunak yang ditawarkan. Berikut cuplikan beberapa baris tahap ini.

(3) ho1:20

- 1 K: sebelumnya saya tanya mbak
-
- 2 G: iya pak
-
- 3 K: aplikasi ini apakah masih dalam taraf uji coba atau sudah, bisa kita operasionalkan
-
- 4 G: sudah bisa dioperasionalkan pak
-
- 5 K: oh jadi sudah banyak universitas juga yang menggunakan ini, sebelumnya
-
- 6 G: iya pak tapi untuk kamera tiga ratus enam puluh derajat ini baru kita, bisa pakai sejak
7 bulan maret pak baru inovasinya kita jalankan pak karena saat itu kita merasa, saat
8 pandemi berarti harus ada daring dan segala macam pak, di situ baru kita laksanakan ini
9 namun sudah bisa dipakai pak sudah matang aplikasinya pak bukan masih tahap uji coba
-

Pada tahap Menanggapi Keluhan 2 dibahas tiga hal, yang terdiri dari relevansi kamera 360 derajat terhadap kegiatan daring/luring, fitur health checker, dan pengguna sebelumnya. Berikut cuplikan mengenai kamera 360 derajat.

(4) ho2:20

1	K:	oke uh mbak boleh kalo saya potong sebentar
2	G:	ya bagaimana pak
3	K:	untuk ini (program three sixty degree cam) ini berarti kan artinya program nanti
4		mahasiswa saya melalui sistem aplikasi ini
5	G:	ya pak
6	K:	tidak uh programnya nanti bisa langsung ke sana. kan tadi disampaikan ada health
7		checker dan sebagainya otomatis mahasiswa bisa dikirim ke negara tujuan atau, kita
8		masih online. untuk tahun depan
9	G:	oke uh seperti ini pak jika negara tujuan nanti sudah mengizinkan untuk boleh masuk
		pak
10	K:	hu hum
11	G:	untuk pendidikan di sana dan misalnya juga di daerah di negara tujuan mereka sudah
12		ada pelonggaran untuk beraktivitas. jadi kita bisa kirim pak namun dirasa jika masih
13		belum bisa pak negara tujuan yang dituju masih belum menerima mahasiswa dari negara
14		asing, dan juga mungkin dari mahasiswanya sendiri orang tua belum mengizinkan pak,
15		untuk pergi ke luar negeri, di situasi seperti ini, kita layani dengan online pak.

Dari contoh ini dapat dilihat bahwa tahap Menampilkan Fitur dan Menanggapi Keluhan pada interaksi ini terlihat lebih terhubung. Artinya urutan tahap yang ada tidak selalu mensyaratkan Menampilkan Fitur untuk selalu tampil sebelum Menanggapi Keluhan atau peserta tidak bisa kembali ke tahap sebelumnya.

Namun, bukan berarti tahapan tidak dapat berjalan seperti biasanya. Tahap Menanggapi Keluhan 1 dan Menanggapi Keluhan 2 dari juara 1 ISAC 2021 berlangsung setelah Menampilkan Fitur. Berikut sepenggal dari tahap Menanggapi Keluhan 1.

(5) ho1:21

1	T:	apa yang kami butuhkan adalah pertama produk kami adalah electronic industry.
2	F:	um hum
3	T:	electronic industry yang uh orientasi kami ekspor ke US dan europe
4	F:	baik
5	T:	uh mereka lagi gencar-gencarnya nih uh ngobrolin masalah clean energy
6	F:	uh huh
7	T:	nah clean energi ini saya bener-bener bisa uh disupport nggak karena uh dengan adanya
8		kalau saya bisa dapet clean energy nah uh product saya dapat privilege nih di sana
9	F:	betul
10	T:	sedangkan kalau saya dari profile uh kemarin disampaikan bahwa saya masih
11		menggunakan guest
12	F:	oh baik bapak kalau untuk uh kita berbicara masalah clean energy berarti itu terkait
13		environment ya pak
14	T:	ya
15	F:	ramah lingkungan kita sangat concern terhadap lingkungan pak. jadi ling dari mungkin
16		saya jelaskan dulu dari awal sebelum kita ke green energynya sendiri. uh bukti bahwa
17		kami sangat concern terhadap lingkungan adalah perusahaan kami itu pak sudah uh area
18		green areanya itu

-
- | | | |
|----|----|--|
| 19 | T: | um hum |
| 20 | F: | sudah mencapai 16 persen melebihi dari apa yang ditetapkan oleh pemerintah |
| 21 | T: | oke |
-

Tahap Menanggapi Keluhan 2 muncul setelah muncul ide untuk mengubah lokasi ke tempat dengan harga sewa yang lebih murah pada tahap Berunding 2. Berikut cuplikan dari tahap Berunding 2.

(6) n1:21

- | | | |
|----|----|---|
| 1 | T: | padahal uh ya harapan saya bisa ada discount lagi dari harga tersebut hehehe |
| 2 | F: | baik kalau begitu pak um berapa boleh saya tahu berapa budgetnya |
| 3 | T: | oke let's say kalau arahan dari uh internal kami |
| 4 | F: | hu hum |
| 5 | T: | uh dari shareholder dan juga dari penawaran yang masuk dari beberapa kompetitor yang |
| 6 | | lain saya kira anda juga kenal lah |
| 7 | F: | ya |
| 8 | T: | sama temen-temen yang lain |
| 9 | F: | betul bapak |
| 10 | T: | mereka kasih rate pricing uh discount ratenya itu masih range discount dari lima sampai |
| 11 | | tujuh persen dari harganya uh pak faisal gitu kan |
| 12 | F: | wow |
| 13 | T: | ini yang yang perlu saya harus saya notice dan harus saya diskusikan nantinya kalau |
| 14 | | memang anda ternyata bisa kasih support seperti itu |
| 15 | F: | baik |
| 16 | T: | oke it's good akhirnya saya bisa fight dengan smooth aja juga di internal nantinya |
-

Sebagai respon, kemudian penjual memberi pilihan untuk menyewa lokasi lain. Interaksi kemudian berpindah pada Menanggapi Keluhan 2 mengenai potensi kerugian akibat demonstrasi di lokasi tersebut. Berikut beberapa baris pada tahap ini.

(7) ho2:21

- | | | |
|----|----|--|
| 1 | T: | di industrial ini kira-kira kalau misalkan nih saya tahu setiap tahun pasti akan terjadi |
| 2 | | demonstrasi |
| 3 | F: | betul |
| 4 | T: | saya enggak pengen nih kira-kira ya uh harus uh machine saya breakdown ada delay uh |
| 5 | | production saya stop uh sedangkan tadi jangankan secara security uh bisa dicover ada |
| 6 | | saran buat saya? |
| 7 | F: | baik pak. kalau masalah demo sendiri pak sebenarnya itu adalah kebijakan dari |
| 8 | | perusahaan ya pak ya. bagaimana cara, perusahaan pelaku usaha itu |
| 9 | | mengkomunikasikan segala kebijakan yang ada di perusahaan itu dengan karyawannya. |
| 10 | | jadi selama komunikasi baik saya yakin tidak akan ada masalah demo atau sweeping |
| 11 | T: | yak |
-

Dua tahap berunding sisanya, Berunding 1 dan Berunding 3 memiliki kaitan yang tidak terlalu erat dengan keseluruhan tahap lain. Pada tahap Berunding 1 juara pertama ISAC 2021 terkesan terburu-buru dengan langsung mengarahkan interaksi ke negosiasi harga.

(8) n1:21

- | | | |
|---|----|---|
| 1 | F: | uh terkait meeting hari ini uh akan saya menjelaskan tentang mungkin uh langsung ke |
| 2 | | harganya ya pak ya |
| 3 | T: | ya |

Namun, peserta kemudian mengubah kembali arah pembicaraan ke tahap Mencari Kebutuhan.

(9) ni:21

- | | | |
|---|----|---|
| 1 | F: | tapi sebelum deal di ke situ saya akan menjelaskan atau merangkum tentang hasil |
| 2 | | meeting saya |
| 3 | T: | yak |

Tahap Berunding 3 baru terjadi setelah pembeli menyepakati harga. Untuk itu, meskipun harga sudah disepakati sebelumnya, tahap sebelumnya dilabeli sebagai Mencari Kesepakatan. Berikut cuplikannya.

(10) ni:21

- | | | |
|----|----|--|
| 1 | T: | uh mereka mengasih beberapa benefits salah satu contohnya adalah mereka |
| 2 | | memberikan saya fasilitas oke pak uh untuk di kawasan industri ini kan sebelahnya |
| 3 | | adalah lapangan golf nih |
| 4 | F: | huhuh |
| 5 | T: | jadi bapak saya kasih uh compliment juga uh free uh facility tersebut bisa dipakai |
| 6 | | dalam satu tahun kira-kira batam industrial estate bisa kan saya lihat |
| 7 | F: | baik |
| 8 | T: | di grupnya batam industrial estate |
| 9 | F: | betul |
| 10 | T: | ada lapangan golf juga itu |
| 11 | F: | baik pak saya akan tambahkan pak untuk uh tennis clubnya pak kalau itu tidak masalah |
| 12 | T: | ehehe |
| 13 | F: | nanti akan saya tambahkan |

Juara pertama ISAC 2021 menempuh dua kali tahap Menanggapi Keluhan dan tiga tahap Berunding. Tabel 2 menampilkan durasi penampilan juara 1 ISAC 2021.

Tabel 2. Durasi Penampilan Juara 1 ISAC 2021

Tahap	Durasi (menit:detik.mdet)
Memperkenalkan Diri	0:44.886
Berunding 1	0:07.501
Mencari Kebutuhan	1:48.613
Menampilkan Fitur	3:15.080
Menanggapi Keluhan 1	2:19.951
Berunding 2	6:46.588
Menanggapi Keluhan 2	1:29.834
Mencari Kesepakatan	0:27.071
Berunding 3	0:52.761
Menyepakati	0:12.059

Terakhir, meskipun juara pertama ISAC 2021 kehabisan waktu sebelum sampai pada tahap Menyepakati, sisa percakapan yang terjadi dengan pembeli tetap dimasukkan sebagai data untuk dikaji. Tabel 3 memuat perbandingan kedua juara dari tahun 2020 dan 2021. Berdasarkan tabel kita dapat melihat perbedaan selama 4 menit 24 detik dan 738 milidetik. Beberapa hal bisa kita pelajari dari sini. Pertama, proses perundingan yang lama perlu sebisa mungkin dihindari. Peserta yang berperan sebagai penjual perlu lebih berfokus pada tahap mencari kebutuhan dan secepat mungkin mencoba mencari kesepakatan.

Tabel 3. Perbandingan Durasi

Tahap	Juara 1 ISAC 2020 (menit:detik.mdet)	Juara 1 ISAC 2021 (menit:detik.mdet)
Memperkenalkan Diri	0:34.938	0:44.886
Mencari Kebutuhan	0:27.800	1:48.613
Menampilkan Fitur	3:13.594	3:15.080
Menanggapi Keluhan	2:56.811	3:49.785
Mencari Kesepakatan	0:07.919	0:27.071
Berunding	12:10.588	7:46.850
Menyepakati	0:07.327	0:12.059

Simpulan

Dengan menggunakan analisis percakapan, dapat dilihat bahwa interaksi yang terjadi membentuk suatu organisasi. Organisasi ini dibangun berdasarkan suatu urutan. Namun, perlu diingat bahwa pola yang terlihat di sini bukan merupakan aturan dan hanya berfungsi membantu pengguna bahasa dalam menemukan keteraturan. Hal ini terlihat dari munculnya variasi-variasi dari konsep yang sudah ada, yang dalam penelitian ini berupa rumusan tahap-tahap yang biasa ditemui dalam pertemuan yang membahas penjualan secara B2B.

Referensi

- Cummins, S., Loe, T., & Peltier, J. W. (2016). Using sales competition videos in a principles of marketing class to improve interest in a sales career. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 24(Special Issue on Sales Education), 16-21.
- Giles, D., Stommel, W., Paulus, T., Lester, J., & Reed, D. (2015). Microanalysis of online data: The methodological development of "digital CA". *Discourse, context & media*, 7, 45-51.
- Holopainen, T., Röhr, T., Tómasson, M., Murzin, M., & Ben-Amor, M. (2019). Sales competition as education method—the case of the European sales engineering team competition. In *Advances in Human Factors, Business Management and Society: Proceedings of the AHFE 2018 International Conference on Human Factors, Business Management and Society, July 21-25, 2018, Loews Sapphire Falls Resort at Universal Studios, Orlando, Florida, USA 9* (pp. 64-75). Springer International Publishing.
- Inks, S. A., Avila, R. A., & Talbert, G. (2019). The evolution of the sales process: Relationship selling versus "the Challenger Sale". *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 29(1), 88-98.
- Inks, S., Barber, K., Loe, T. W., & Forbes, L. P. (2020). Running with your hair on fire: Lessons learned from transitioning a national university sales competition from face-to-face to virtual in 16 days. *Journal of Marketing Education*, 42(3), 257-271.
- Inks, S. A., Borders, A. L., Lester, D. H., & Loe, T. W. (2020). Women outperform men in collegiate sales competitions: Are women's sales skills better than men's?. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 30(4), 454-463.
- Johnson, A., Billups, M. J., & Poddar, A. (2022). The mandatory internal role-play sales competition: effects on classroom efficiency and sales career intent. *Marketing Education Review*, 32(1), 54-64.

-
- Jucker, A. H. (2021). Methodological issues in digital conversation analysis. *Discourse, Context & Media*, 42, 100520.
- Khan, M. M., & Tahir, A. (2020). Sales Competition as a Strategy to Motivate Intent to Pursue Sales Career. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 10(3), 58-69.
- Lappalainen, H. (2020, December). Innovation Pedagogy in the Era of Industrial Revolution 4.0. In *6th International Conference on Education and Technology (ICET 2020)* (pp. 24-28). Atlantis Press.
- Lappalainen, H., Rantala, J., Ananda, A. S., Sriphaew, K., & Holopainen, T. (2021). Educating Next Generation B2B Sales Experts: First Impressions of B2B Sales Competitions in South-East Asia. In *Advances in Human Factors, Business Management and Leadership: Proceedings of the AHFE 2021 Virtual Conferences on Human Factors, Business Management and Society, and Human Factors in Management and Leadership, July 25-29, 2021, USA* (pp. 57-63). Springer International Publishing.
- Mackenzie, C., & Suwannarat, P. (2020, November). *Practice Makes Perfect: South-East Asian Sales Competition (SEASAC) Sales Course for Students*. Retrieved December 12, 2023, from SEASAC South-East Asian Sales Competition website <https://www.seasac.eu/activities-results>
- Meredith, J. (2019). Conversation analysis and online interaction. *Research on Language and Social Interaction*, 52(3), 241-256.
- Meredith, J. (2020). Conversation analysis, cyberpsychology and online interaction. *Social and Personality Psychology Compass*, 14(5), 285-294.
- O'Reilly, M., Kiyimba, N., Nina Lester, J., & Muskett, T. (2020). Reflective interventionist conversation analysis. *Discourse & Communication*, 14(6), 619-634.
- Paulus, T., Warren, A., & Lester, J. N. (2016). Applying conversation analysis methods to online talk: A literature review. *Discourse, context & media*, 12, 1-10.
- Seuren, L. M., Wherton, J., Greenhalgh, T., Cameron, D., A'Court, C., & Shaw, S. E. (2020). Physical examinations via video for patients with heart failure: qualitative study using conversation analysis. *Journal of medical Internet research*, 22(2), e16694.
- Stommel, W., Goor, H. V., & Stommel, M. (2019). Other-attentiveness in video consultation openings: a conversation analysis of video-mediated versus face-to-face consultations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(6), 275-292.
- Unger, V., Haas-Kotzegger, U., & Reiterer, J. (2021). Preparing for the Next Normal: How University Sales Competitions and the Development of Students' Sales-Relevant Skills Have Changed Through COVID-19. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 29, 29-41.
- Van Braak, M., Huiskes, M., Schaepkens, S., & Veen, M. (2021). Shall we all unmute? A conversation analysis of participation in online reflection sessions for general practitioners in training. *Languages*, 6(2), 72.