

# SOP Penanganan Leads dan Pipeline Penjualan

**Kategori:** Pemasaran

**No. Dokumen:** SOP-0041

**Tanggal Terbit:** 20/04/2026

**Sumber:** GajiHub SOP — [sop.gajihub.com](http://sop.gajihub.com)

*Panduan terstruktur untuk mengelola leads hingga menjadi pelanggan melalui pipeline penjualan yang efektif, terukur, dan terdokumentasi.*

## Tujuan

SOP ini bertujuan untuk memberikan panduan yang jelas, sistematis, dan terstandarisasi dalam proses penanganan leads dan pengelolaan pipeline penjualan di perusahaan. Dengan adanya SOP ini, diharapkan seluruh tim pemasaran dan penjualan dapat bekerja secara efektif, konsisten, dan terukur dalam mengelola prospek hingga menjadi pelanggan. SOP ini juga bertujuan untuk meningkatkan tingkat konversi penjualan, mempercepat siklus penjualan, meminimalkan kehilangan peluang, serta memastikan seluruh aktivitas terdokumentasi dengan baik sesuai prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

## Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan leads dan pipeline penjualan di perusahaan, mulai dari tahap perolehan leads, kualifikasi, distribusi kepada tim penjualan, tindak lanjut, hingga penutupan transaksi dan evaluasi. Ruang lingkup mencakup seluruh departemen yang terlibat, termasuk tim pemasaran, tim penjualan, customer service, dan manajemen. SOP ini juga mencakup penggunaan sistem pendukung seperti Customer Relationship Management (CRM) serta dokumentasi yang diperlukan untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas proses.

## Definisi

Istilah	Definisi
Leads	Calon pelanggan yang menunjukkan minat terhadap produk atau layanan perusahaan melalui berbagai saluran seperti website, media sosial, atau kontak langsung.
Pipeline Penjualan	Serangkaian tahapan yang menggambarkan proses penjualan dari awal interaksi dengan leads hingga menjadi pelanggan yang melakukan pembelian.
Kualifikasi Leads	Proses penilaian untuk menentukan potensi leads berdasarkan kriteria tertentu seperti kebutuhan, anggaran, dan kesiapan membeli.

Istilah	Definisi
CRM	Sistem atau perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dan mendokumentasikan aktivitas penjualan.
Closing	Tahap akhir dalam proses penjualan di mana leads memutuskan untuk membeli produk atau layanan.

## Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Tim Pemasaran	Menghasilkan leads melalui berbagai kanal pemasaran, melakukan pencatatan awal, dan menyerahkan leads yang memenuhi kriteria kepada tim penjualan.
Tim Penjualan	Melakukan kualifikasi lanjutan, tindak lanjut, negosiasi, dan penutupan penjualan terhadap leads yang diterima.
Customer Service	Memberikan respon awal terhadap pertanyaan leads serta membantu proses komunikasi awal sebelum diserahkan ke tim penjualan.
Manajer Penjualan	Mengawasi pipeline penjualan, memastikan kepatuhan terhadap SOP, dan melakukan evaluasi kinerja tim.
Administrator CRM	Memastikan sistem CRM berjalan dengan baik, data terinput dengan benar, serta melakukan pemeliharaan sistem.

## Prosedur

### Tahap 1: Perolehan dan Pencatatan Leads

- Tahap awal dalam proses penjualan yang melibatkan pengumpulan dan pencatatan data leads dari berbagai sumber secara sistematis.
- Mengumpulkan leads dari berbagai kanal seperti website, media sosial, email, event, atau referral.
  - Mencatat seluruh data leads ke dalam sistem CRM secara lengkap dan akurat, termasuk nama, kontak, sumber leads, dan kebutuhan awal.
  - Melakukan validasi awal terhadap data leads untuk memastikan keakuratan dan kelengkapan informasi.

**Penanggung Jawab:** Tim Pemasaran

### Tahap 2: Kualifikasi Awal Leads

Tahap penilaian awal untuk menentukan apakah leads memiliki potensi untuk dilanjutkan ke proses penjualan.

1. Melakukan kontak awal melalui telepon, email, atau pesan untuk memahami kebutuhan leads.
2. Menilai leads berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan seperti kebutuhan, anggaran, dan waktu pembelian.
3. Mengklasifikasikan leads ke dalam kategori seperti hot, warm, atau cold leads di dalam sistem CRM.

**Penanggung Jawab:** Tim Pemasaran / Customer Service

### **Tahap 3: Distribusi Leads ke Tim Penjualan**

Tahap pendistribusian leads yang telah memenuhi kriteria kepada tim penjualan untuk ditindaklanjuti.

1. Menentukan penanggung jawab sales berdasarkan wilayah, produk, atau segmentasi pelanggan.
2. Menyerahkan leads melalui sistem CRM dengan informasi lengkap dan riwayat interaksi.
3. Menginformasikan kepada sales terkait prioritas dan status leads yang diberikan.

**Penanggung Jawab:** Tim Pemasaran / Administrator CRM

### **Tahap 4: Tindak Lanjut dan Pengelolaan Pipeline**

Tahap utama dalam proses penjualan di mana tim sales melakukan komunikasi intensif untuk mengarahkan leads menuju pembelian.

1. Menghubungi leads sesuai SLA (Service Level Agreement) yang telah ditentukan, maksimal 1x24 jam sejak diterima.
2. Melakukan presentasi produk, diskusi kebutuhan, serta memberikan penawaran yang relevan.
3. Memperbarui status leads dalam pipeline CRM secara berkala sesuai perkembangan, seperti proposal, negosiasi, atau follow-up.

**Penanggung Jawab:** Tim Penjualan

### **Tahap 5: Penutupan Penjualan (Closing)**

Tahap akhir dalam pipeline penjualan di mana kesepakatan dicapai dan transaksi dilakukan.

1. Melakukan negosiasi akhir terkait harga, syarat pembayaran, dan ketentuan lainnya.
2. Mengirimkan dokumen resmi seperti penawaran final, kontrak, atau invoice kepada pelanggan.
3. Mencatat hasil closing di dalam sistem CRM dan mengubah status leads menjadi pelanggan.

**Penanggung Jawab:** Tim Penjualan

### **Tahap 6: Evaluasi dan Pelaporan**

Tahap evaluasi untuk menilai efektivitas proses penjualan dan mengidentifikasi area perbaikan.

1. Menyusun laporan pipeline penjualan secara berkala (mingguan/bulanan).
2. Menganalisis tingkat konversi, durasi siklus penjualan, dan performa masing-masing sales.

3. Melakukan rapat evaluasi untuk menentukan strategi peningkatan kinerja penjualan.

**Penanggung Jawab:** Manajer Penjualan

## Dokumen Terkait

- Form Data Leads
- Form Kualifikasi Leads
- Proposal Penawaran
- Kontrak Penjualan
- Laporan Pipeline Penjualan
- Dashboard CRM

## Referensi

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
- ISO 9001:2015 tentang Sistem Manajemen Mutu
- Praktik Terbaik Manajemen Penjualan dan CRM Internasional