

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman era globalisasi ini, pertumbuhan sector industri sangat pesat. Pertumbuhan industry menimbulkan persaingan yang ketat, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan memuaskan untuk konsumen karena perusahaan umumnya menginginkan pelanggan yang diciptakannya dapat dipertahankan selama-lamanya. Hal ini dapat menjadi salah satu pendorong bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, serta dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya yaitu meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar. Untuk itu salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan sebagai pendukung keberhasilan perusahaan yaitu membentuk sumber daya manusia yang berkualitas.

Manajemen sumber daya manusia memiliki peranan yang strategis dalam memberikan kontribusinya terhadap pencapaian tujuan-tujuan yang akan diciptakan. Menurut teori pembentukan manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan generik yang melibatkan tenaga kerja dalam suatu produksi perusahaan (M. Liga suryadana, 2015).

Manajemen yang melibatkan tenaga kerja bisa disebut manajemen kinerja. Manajemen kinerja adalah tentang menciptakan hubungan dan memastikan komunikasi yang efektif. Manajemen kinerja memfokuskan pada apa yang diperlukan oleh organisasi, manager, dan pekerja untuk berhasil. Manajemen kinerja adalah tentang kinerja karyawan yang dikelola untuk memperoleh kesuksesan.

Amstrong dan Baron, (1998:15) menyatakan kinerja merupakan hasil pelerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja adalah bagaimana cara melakukan pekerjaan yang mendapatkan hasil dari pekerjaan tersebut. Dengan demikian manajemen kinerja merupakan gaya manajemen dalam mengelola sumber daya yang berorientasi pada kinerja yang melakukan proses komunikasi secara terbuka dan berkelanjutan dengan menciptakan visi bersama dan pendekatan strategis serta terpadu sebagai kekuatan pendorong untuk mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen kinerja tidak hanya tentang pemimpin dan bawahan tetapi juga melibatkan sumber daya manusia yang disebut tenaga kerja. Pemasaran tenaga kerja tersebut diaplikasikan dengan cara personal selling, pengaplikasian ini banyak

digunakan perusahaan yang menjual barang yaitu personal selling dengan media sales force (tenaga penjual). Tenaga penjualan dalam pemasaran merupakan pihak yang memegang peran penting dalam menjembatani hubungan antara perusahaan dan konsumen karena tenaga kerja penjualan sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan pembeli. Tenaga penjualan juga menjalankan tugas rutin untuk menjual produk barang maupun jasa, baik produk lama maupun produk-produk baru dari perusahaan. Usaha yang dilakukan tenaga penjual akan mempengaruhi keputusan konsumen atas pembelian produk barang atau jasa yang pada akhirnya memberukan dampak terhadap kinerja tenaga penjualan secara positif bagi perusahaan. Dengan demikian dibutuhkan suatu pengembangan terhadap kemampuan seseorang tenaga kerja. Pengembangan kinerja tenaga penjualan merupakan suatu upaya perusahaan dalam memperbarui sesuai zaman dan keterampilan serta kemampuan yang dimiliki demi mencapai tujuan perusahaan.

Baldauf et al, (2001) menyatakan kinerja tenaga penjualan adalah suatu evaluasi dari kontribusi tenaga penjualan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Untuk memperoleh hasil penjualan, tenaga penjualan terlibat dalam berbagai macam tanggung jawab dalam bentuk aktivitas-aktivitas yang harus dilakukan. Aktivitas tenaga kerja penjualan berkaitan dengan kinerja perilaku seperti memahami produk, membangun hubungan yang efektif dan mempertahankan pelanggan, dapat mempertinggi kinerja hasil yang merupakan konsekuensi dari usaha dan keahlian yang dimiliki.

Plouffe et al, (2009) menambahkan bahwa kegiatan yang dilakukan tenaga penjualan diantaranya, mencari konsumen baru, mempengaruhi para pengambil keputusan untuk mempertimbangkan dan akhirnya memilih produk atau jasa yang ditawarkan, dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan demikian tenaga kerja penjualan diharapkan dapat memenuhi target yang disepakati bersama perusahaan. Sehingga tenaga kerja penjualan harus memiliki keterampilan dalam memasarkan atau mempresentasikan produknya kepada pembeli sehingga terjadi transaksi penjualan. Hal ini dapat disebut dengan kompetensi penjualan bagaimana cara manager menanamkan kualitas perilaku kepada tenaga kerjanya.

Hasil dari aktivitas kinerja tenaga penjualan yang didukung dengan kemampuan tenaga penjualan dalam berkomunikasi menciptakan dan memodifikasi pesan melalui komunikasi yang interaktif dengan pelanggannya. Kemampuan dalam berkomunikasi yang baik merupakan hal yang penting dalam menyesuaikan diri terhadap penjualan. Tenaga penjualan yang mempunyai tingkat berkomunikasi rendah, akan mempunyai keterlibatan yang tinggi dalam interaksi komunikasi. Hal ini tersebut juga akan memberi pengaruh terhadap meningkatnya kinerja penjualan (Boorom et al, 1998).

Keterlibatan tenaga penjualan dalam berinteraksi melalui komunikasi memberikan pengaruh terhadap kinerja tenaga kerja penjualannya. Tenaga

penjualan menggunakan banyak struktur dalam pendekatannya terhadap pelanggan, pada saat keinginan pelanggan adalah sama, maka presentasi penjualan yang diberikan cukup untuk mempengaruhi para pelanggannya untuk melakukan pembelian. Kepuasan pelanggan hal yang wajib diperhatikan karena pelanggan yang puas akan membeli produk dan mempromosikannya kepada konsumen yang lain agar ikut menggunakan produk yang sama.

Dewi Komala Sari, (2014) Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan dapat mengungguli para pesaingnya dengan mengantisipasi dan mengembangkan kebutuhan-kebutuhan dari konsumen dan memberikan respon melalui barang-barang dan juga jasa yang secara konsisten memiliki nilai yang superior dan memberikan kepuasan lebih pada konsumen. Berorientasi kepada pelanggan, menuntut perusahaan untuk mengakuisisi dan mengasimilasi informasi-informasi yang penting untuk mendesain dan menjalankan strategi-strategi pemasaran yang memberikan kinerja yang memuaskan bagi pelanggan. Dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, banyak perusahaan yang mendorong para tenaga penjualannya untuk memiliki orientasi terhadap pelanggan dalam menjalankan pekerjaannya.

Tenaga penjualan juga harus memiliki keterampilan serta memiliki informasi-informasi mengenai produk yang dipasarkannya dan juga memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik sebagai acuan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya.

Indonesia merupakan pasar yang besar bagi perusahaan industri utama smartphone. Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti handphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk-produk sebelumnya, yang dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi. Dari pada itu dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba supaya dapat menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya.

Indonesia adalah salah satu Negara yang memiliki minat yang besar pada perangkat mobile. Oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan handphone atau smartphone saat ini sangat tinggi seperti salah satunya kenaikan penjualan pada smartphone. Oppo merupakan salah satu perusahaan smartphone yang paling diminati saat ini. Banyak dari kalangan anak muda serta dewasa yang memilih menggunakan produk dari Oppo. Tidak hanya itu kondisi ini juga didukung oleh perekonomian masyarakat Indonesia yang kian meningkat.

Meningkatnya pendapatan nasional per kapita dari tahun ke tahun mampu memberikan andil pada meningkatnya pertumbuhan penjualan smartphone Oppo tersebut. Smartphone merek ini membuka banyak cabang service center di wilayah kota Indonesia, dan dari beberapa kota besar yang menjadi cabang Oppo smartphone, Jember merupakan salah satu kota yang menjadi perhatian khusus. Alasannya karena perusahaan ini memiliki komitmen untuk semakin mendekatkan diri dengan para konsumen di Jember.

Di Jember perusahaan smartphone Oppo memiliki satu kantor pusat yaitu di jalan Gajah mada no. 227B Kaliwates. Perusahaan tersebut juga memiliki banyak konter kecil yang tersebar di daerah Jember. Dengan begitu banyaknya jumlah konter yang ada maka akan mempengaruhi penjualan produk Oppo. Untuk berbagai macam tipe smartphone dipasarkan melalui peran tenaga penjualan. Penelitian ini mengambil objek pada Oppo Jember yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan handphone. Oppo Jember merupakan distributor resmi handphone oppo yang berkembang pesat di Kabupaten Jember. Oppo Jember memiliki target penjualan unit yang sangat tinggi setiap bulannya. Oppo Jember tentunya harus memiliki karyawan yang potensial, dan memiliki kualitas yang baik untuk mendukung berkembang dan tercapainya tujuan perusahaan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Peningkatan kinerja karyawan akan membawa kemajuan bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam suatu persaingan lingkungan bisnis yang tidak stabil. Oleh karena itu upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan merupakan tantangan manajemen yang paling serius karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya. Sama halnya dengan kasus pada Oppo Jember yang memiliki target penjualan yang tinggi setiap bulannya. Kinerja sals promotor ditunjang oleh kompetensi penjualan, orientasi pelanggan, dan pola bekerja cerdas. Berikut merupakan tabel pencapaian target dari beberapa sales promotor smartphone Oppo di Jember pada bulan maret 2018:

Tabel 1.1

Data Sales Promotor dan Pencapaian Bulan Maret 2018

No	Nama	Target	Pencapaian	Keterangan
1	Faisal	70	70	2
2	Tinchi	70	70	2
3	Winda	70	30	1
4	Elia	70	14	1
5	Reza	70	70	2
6	Dwi Nurika	70	15	1
7	Eqy	70	25	1
8	Lisna	70	70	2
9	Yusuf	70	70	2

10	Syarif	70	70	2
11	Bayu	70	70	2
12	Nike	70	85	3
13	Dedy	70	15	1
14	Yuwanita	70	85	3
15	Alfandaru	70	15	1
16	Alriyanto	70	70	2
17	Aisyah	70	70	2
18	Endah	70	90	3
19	Della	70	80	3
20	Robi	70	20	1
21	Nurhasani	70	50	1
22	Silvia	70	70	2
23	Moh. Gofur	70	70	2
24	Aziz	70	70	2
25	Windy	70	44	1
26	Fitafitri	70	15	1
27	Robby	70	12	1
28	Brilliane	70	90	3
29	Alfian	70	21	1
30	Nailul	70	100	3
31	Putra lesmana	70	80	3
32	Rosnida	70	75	3
33	Lusy	70	70	2
34	Dwi	70	12	1
35	Mala	70	70	2
36	Yulia	70	15	1
37	Hafid	70	75	3
38	Fahmi	70	20	1
39	Ian	70	18	1
40	Navita	70	70	2
41	Jayin	70	35	1
42	Riszal	70	11	1
43	Elfa	70	78	3
44	Fiki	70	45	1
45	Alfian	70	82	3
46	Candy	70	50	1
47	Ana	70	70	2
48	Emilia	70	70	2
49	Edo	70	70	2
50	Fiki	70	80	3

Sumber: data penjualan bulan maret 2018

Keterangan:

- 1 = buruk (tidak memenuhi target)
- 2 = baik (memenuhi target)
- 3 = sangat baik (diatas target)

Dari tabel di atas, maka diketahui penjualan produk Oppo secara keseluruhan dari tahun 2018 mengalami naik turun dalam pencapaian target penjualan pada setiap sales promotornya. Laju pertumbuhan menghasilkan penjualan yang berampek positif. Namun meski telah mengalami peningkatan oppo terus melakukan perekrutan karyawan setiap tahunnya. Posisi yang paling banyak di buka untuk bagian tenaga penjualan atau sales promotor. Kondisi di atas menunjukkan bahwa secara keseluruhan penjualan produk Oppo Jember memiliki peran pada tenaga penjualan untuk memenuhi target penjualannya. Upaya yang dilakukan guna untuk mempertahankan target penjualan dan dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

Strategi peningkatan kinerja tenaga penjualan dapat meningkat dengan mengelola faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti meningkatkan orientasi pelanggan, kompetensi tenaga penjualan, dan meningkatkan kualitas bekerja cerdas dari kinerja tenaga penjualan. Permasalahan yang digaris bawahi adalah adanya peningkatan smartphone oppo yang berampek positif pada penjualan dikarenakan realisasi penjualan yang dijalankan oleh tenaga penjualan berhasil.

Alasan utama target penjualan yaitu komponen-komponen yang mempengaruhi penjualan. Hal inilah yang ingin diangkat dan di bahas oleh peneliti, faktor-faktor apa saja kah yang dapat mempengaruhi kinerja tenaga penjualan perusahaan pada tenaga penjualan oppo jember.

1.2 Rumusan Masalah

Jumlah tenaga penjualan yang meningkat tidak akan mampu mencapai target penjualan jika kinerja tenaga penjualan tidak maksimal. Sehingga kinerja tenaga penjualan menjadi penting untuk ditingkatkan dan diharapkan dapan memberikan kontribusi peningkatan penjualan dan dapan mencapai target yang sudah ditetapkan. Strategi peningkatan kinerja tenaga penjualan dapat meningkat dengan mengelola faktor – faktor yang mempengaruhinya seperti meningkatkan kompetensi tenaga penjualan, orientasi pelanggan dan meningkatkan kualitas bekerja cerdas dari tenaga penjualan (Syaiful Amri, 2014).

Berdasarkan tabel diatas penjualan laju pertumbuhan terus mengalami peningkatan menghasilkan dampak positif bagi perusahaan. Namun perusahaan tersebut tetap melakukan perekrutan karyawan yang dikhususkan pada tenaga penjualannya. Upaya yang dilakukan tersbut guna untuk mempertahankan taget penjualan dan menarik konsumen lebih banyak dari target yang ditentukan. Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan penjualan produk oppo dipengaruhi oleh tenaga penjualannya.

Dari fenomena tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan beberapa perumusan masalah antara lain:

1. Apakah kompetensi tenaga penjualan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada kantor pusat oppo di Jember?
2. Apakah orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada kantor pusat oppo di Jember?
3. Apakah pola bekerja cerdas berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada kantor pusat oppo di Jember?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi tenaga penjualan terhadap kinerja tenaga penjualan pada perusahaan smartphone oppo di Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan pada perusahaan smartphone oppo di Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh pola bekerja cerdas terhadap kinerja tenaga penjualan pada perusahaan smartphone oppo di Jember.

b. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dipakai sebagai masukan oleh berbagai pihak yang membutuhkannya, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan, evaluasi serta bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan, dalam mengembangkan sistem SDM dan sistem operasional yang lebih baik, terutama berhubungan dengan kinerja tenaga penjualan.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan kinerja tenaga penjualan.
3. Bagi Penulis
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran nyata dari penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan.

