

Mempelajari hubungan produktivitas dan kompetensi sales konsultan produk otomotif (suatu studi kasus di PT. XYZ)

Lenny Setiawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80088&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ilmiah ini adalah untuk mempelajari hubungan antara kompetensi yang dimiliki oleh sales konsultan dan produktivitas penjualannya. Penelitian ini merupakan studi kasus di PT. XYZ, Jakarta.

Populasi penelitian ini adalah para sales konsultan yang bekerja di jaringan penjualan PT. XYZ di wilayah Jakarta yang berjumlah 81 orang. Kriteria populasi adalah sales konsultan yang mempunyai masa kerja lebih dari enam bulan serta karakteristik pekerjaan yang sama yaitu tidak hanya bekerja dengan menjaga showroom saja.

Pengumpulan data primer, yaitu data kompetensi penjualan dalam penelitian ini dilakukan melalui pengamatan perilaku responden dalam beberapa simulasi penjualan yaitu dalam aktivitas assessment centre. Dimensi kompetensi penjualan yang diamati ada empat kelompok besar yaitu ketrampilan bersosialisasi, ketrampilan metodikal, kemampuan personal dan pengetahuan umum. Sedangkan data sekunder berupa data produktivitas penjualan diperoleh dari data perusahaan. Data produktivitas penjualan ini diperoleh dari basil bagi antara total basil penjualan setiap orang dengan masa kerja total sejak bulan Januari 2002 sampai Mei 2003 dengan satuan unit mobil/bulan.

SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 11,5 digunakan untuk menganalisis data. Hubungan antara dua variabel yang sedang diteliti (produktivitas penjualan dan kompetensi penjualan) dianalisis dengan menggunakan uji korelasi Kendal Tau (τ). Sedangkan analisis kesenjangan produktivitas penjualan dan kompetensi penjualan dilakukan dengan cara memadukan kedua data dalam sebuah matriks yang terdiri dari sumbu X (data produktivitas penjualan) dan sumbu Y (data kompetensi penjualan). Matriks ini dibagi menjadi empat kuadran oleh angka rata-rata produktivitas penjualan serta angka batas bawah kompetensi penjualan.

Karakteristik sosio demografis responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, lama bekerja serta latar belakang pendidikan. Komposisi karakteristik jenis kelamin responden adalah 86,4 % laki-laki dan 13,6 % perempuan. Karakteristik usia responden adalah 3,7% berusia kurang dari 25 tahun; 56,8 % berusia antara 25 sampai 30 tahun; 23,5 % berusia antara 31 sampai 35 tahun; 14,8 % berusia antara 36 sampai 40 tahun; dan 1,2 % yang berusia lebih dari 41 tahun. Karakteristik masa kerja responden adalah 38,3% kurang dari satu tahun; 21% bermasa kerja antara 1 sampai 2 tahun; 27,2% dengan masa kerja 2 sampai 3 tahun; 6,2 % dengan masa kerja 3 sampai 4 tahun; serta 7,4 % dengan masa kerja lebih dari 4 tahun. Sedangkan karakteristik pendidikan responden adalah 13,6 % berpendidikan SLTA; 21 % berpendidikan setingkat diploma; dan 65,4% berpendidikan setingkat Sarjana (S1).

Angka probabilitas signifikansi pada uji Kendal Tau menunjukkan nilai + 0,251. Nilai ini menunjukkan

bahwa korelasi antara kompetensi dengan produktivitas kurang begitu kuat. Tanda korelasi yang positif menunjukkan arah yang sama, yaitu semakin tinggi kompetensi penjualan maka produktivitas penjualan akan semakin besar. Sedangkan hasil pemetaan posisi responden dalam matriks produktivitas penjualan di sumbu X (rata-rata = 0,82 unit mobil/bulan) dan kompetensi penjualan di sumbu Y (angka minimal = 60%) adalah 19% responden dalam kelompok STAR (produktivitas tinggi, kompetensi tinggi); 15% dalam kelompok Problem Employee / Potential Candidate (produktivitas rendah, kompetensi tinggi); 38% Deadwood (produktivitas rendah, kompetensi rendah); dan 28% Common Sales Person (produktivitas tinggi, kompetensi rendah).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah tidak ada hubungan yang kuat antara kompetensi penjualan dan produktivitas penjualan. Tetapi tanda korelasi yang positif menunjukkan arah yang sama, yaitu semakin tinggi kompetensi penjualan maka produktivitas penjualan akan semakin besar. Alternatif tindakan untuk meningkatkan produktivitas penjualan perlu didasarkan pada analisis pemetaan posisi responden dalam matriks yang menghubungkan produktivitas penjualan dan kompetensi penjualan agar diperoleh solusi yang tepat dan efektif. Responden kelompok STAR perlu disediakan pelatihan dan pengembangan tingkat advance serta program insentif yang lebih memotivasi. Kelompok Problem Employee / Potential Candidate perlu diberi motivasi, coaching dan counselling yang tepat. Kelompok Deadwood perlu dicarikan posisi yang tepat dalam perusahaan sesuai dengan kompetensinya. Kelompok Common Sales Person perlu disediakan program pelatihan dan pengembangan dari dasar. Dengan memberikan alternatif solusi yang tepat, diharapkan efektivitas dan produktivitas kerja akan meningkat.