

ANALISIS PENGARUH KEAHLIAN MENJUAL TENAGA PENJUAL, DAN KUALITAS PELAYANAN GLAXO SMITH KLEINE TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL

Oleh

Asepta Hendriyanto, S.Pt., S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Totalwin Semarang

Abstrak

This study aims to test the effects of salesperson selling skills and service quality of sales person to salesperson sales performance. The study used several customer of Glaxo Smith Klein as sample. Data analyze instrument used by the writer is SPSS 17.

Data analyze result shows that the research model has well appropriateness and all hypothesis of the study are able to be evidenced. Summary said that salesperson selling skill, and service quality are positively effected to salesperson performance.

Based on the result of the study, managerial implication given to the company is suggestion or input to management of Glaxo Smith Klein to give more concern at the salesperson selling skill, as it is the most dominant factor effected to salesperson sales performance.

Keywords: salesperson performance, service quality, salesperson selling skill

PENDAHULUAN

Latar belakang masalah

Strategi dalam manajemen penjualan adalah salah satu faktor penting dalam perusahaan yang dapat mendukung keberhasilan pengelolaan perusahaan (Ferdinand, 2000). Ini berarti bahwa pengelolaan manajemen penjualan yang kurang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan mencapai kinerja yang diharapkan.

Dalam manajemen penjualan tenaga penjualan sering dianggap sebagai ujung tombak kegiatan pemasaran yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Ferdinand, 2000). Penelitian yang dilakukan Cravens *et al* (1993) menunjukkan bahwa bagian terpenting dari manajemen penjualan pengelolaan tenaga penjual sering dipandang mempunyai peranan dalam keberhasilan perusahaan. Barker (1999) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa seorang tenaga penjual memiliki peran yang sangat menentukan dalam kesuksesan sebuah penjualan.

Kualitas pelayanan tenaga penjual dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Sulistiyo 1999). Yang dimaksud dengan kualitas layanan disini adalah perbandingan antara harapan pelanggan tentang layanan yang hendaknya mereka terima dengan layanan yang benar-benar telah mereka peroleh. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan (Parasuraman dkk., 1988). Dalam kondisi yang demikian ini tenaga penjual memiliki peran yang sangat signifikan. Sebab tenaga penjual perusahaan pada dasarnya mempunyai fungsi sebagai penghubung pribadi perusahaan dengan pelanggan, maka pelayanan tenaga penjual perusahaan terhadap konsumen seharusnya yang memungkinkan konsumen dapat kembali melakukan hubungan bisnis dengan perusahaan.

GlaxoSmithKline adalah perusahaan multinasional produsen farmasi, peralatan medis, dan barang

konsumsi yang bermarkas di Brentford, London, Inggris. Perusahaan yang didirikan tahun 2000 ini beroperasi di 70 negara, dan mempekerjakan sekitar 100.728 pekerja.

GlaxoSmithKline plc, bersama-sama dengan anak perusahaan, bergerak dalam bidang penemuan, pengembangan, manufaktur, dan pemasaran produk-produk farmasi, over the counter (OTC) obat-obatan, dan produk kesehatan konsumen. Perusahaan menawarkan obat-obatan resep untuk mengobati berbagai kondisi, seperti infeksi, depresi, kondisi kulit, asma, jantung dan penyakit peredaran darah, dan kanker. Hal ini juga pasar sekitar 25 vaksin untuk mencegah penyakit yang mengancam jiwa atau melumpuhkan, seperti hepatitis A, hepatitis B, difteri, tetanus, batuk rejan, campak, gondok, rubella, polio, tifus, influenza, dan bakteri meningitis. Selain itu, perusahaan menawarkan obat-obatan OTC, seperti alli, obat berat badan; Panadol, penghilang nyeri parasetamol berbasis; produk kontrol merokok di bawah NiQuitin dan nama Nicorette, dan merek lain, termasuk hidung kanan Breathe strip dan produk bantuan mendengkur. Its lisan produk kesehatan terutama terdiri Aquafresh, berbagai pasta gigi, sikat gigi, dan obat kumur, dan Sensodyne, berbagai sikat gigi, pasta gigi, obat kumur, dan benang gigi. Selanjutnya, perusahaan menyediakan produk kesehatan gizi, seperti Lucozade, berbagai energi dan minuman olahraga; Horlicks, minuman nutrisi yang terbuat dari gandum, susu, dan barley malted, dan Ribena, minuman jus blackcurrant berbasis. Selain itu, ia menawarkan produk-produk untuk perawatan dermatologis, penghilang rasa sakit, pengobatan alergi, dingin dan pengobatan flu, kondisi pencernaan, kebersihan feminin, terapi penggantian nikotin, dan pengobatan HIV. GlaxoSmithKline beroperasi di Amerika Serikat, Eropa, Cina, Jepang, Timur Tengah, Afrika, Amerika Latin, dan Kanada. Memiliki kerjasama penelitian dengan Eyegate

Pharmaceuticals, Inc untuk mengevaluasi terapi pengiriman perusahaan untuk jaringan anterior dan posterior mata menggunakan sistem EyeGate pengiriman II. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1935 dan berbasis di Brentford, Britania Raya.

Perumusan Masalah

Dari masalah penelitian yang telah disampaikan, maka munculah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- Apakah terdapat pengaruh keahlian menjual tenaga penjualan terhadap kinerja tenaga penjual?
- Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanantenaga penjualan terhadap kinerja tenaga penjual?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

- Mengetahui pengaruh keahlian menjual tenaga penjualan terhadap kinerja penjualan tenaga penjual?
- Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan tenaga penjualan terhadap kinerja penjualan tenaga penjual

Manfaat Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh keahlian menjual terhadap kinerja penjualan tenaga penjual
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja penjualan tenaga penjual.

TELAAH PUSTAKA

Kinerja Tenaga Penjual

Kinerja seorang sales didefinisikan seperti evaluasi dari perilaku seorang sales, yang berkontribusi pada keberhasilan objektif (Churchill *et al.*, 1993). Dalam Pettijohn *et al.*, (2007) kinerja penjualan dari seorang sales meliputi kontribusi seorang sales pada pangsa pasar, meningkatkan profitabilitas perusahaan, cepat dalam penjualan produk baru,

pemenuhan target dari perusahaan, dan memenuhi keinginan tujuan dari atasan.

Kinerja perilaku, aspek dari kinerja ini adalah terkait dengan bermacam-macam keahlian dan aktifitas yang mana sangatlah penting untuk memenuhi tanggung jawab dari pekerjaan penjualan. Hal ini mungkin meliputi seperti perilaku-perilaku: penyesuaian penjualan, team kerja, presentasi penjualan, perencanaan penjualan, dan aktifitas dukungan penjualan. Secara tradisional, manajemen penjualan berbasis evaluasi kinerja dalam hasil penjualan (hasil kerjanya). Namun demikian, ada beberapa tanda yang mana pendekatan ini pada evaluasi kinerja yaitu mengubah, yang terutama sekali seperti strategi penjualan yang meliputi pengendalian pada team yang berorientasi pada penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Corcoran *et al.*, 1995).

Morris *et al.*, (dalam Morgan 1996) menemukan bahwasanya ketika senior manajer penjualan telah mengatakan untuk menilai pentingnya dari macam-macam perilaku dan hasilnya yang berbasis pada faktor kinerja, peringkat mereka hampir semua faktor perilaku berbasis konvensional lebih tinggi dibandingkan hasil faktor seperti penjualan, laba bersih, dan akun baru.

Keahlian Menjual Tenaga Penjual

Keahlian penjualan menurut Pettijohn *et al.*, (2007) adalah ketrampilan yang dimiliki oleh seseorang yang memberikan kontribusi dalam hal usaha penjualannya yang terdiri dari pendekatan, pencarian, membutuhkan identifikasi, pengetahuan produk, presentasi, keberatan dan penutupan penjualan. Ketrampilan presentasi penjualan menurut Johlke (2006) meliputi: Aktif mendengar, penjualan adaptif, penanganan keberatan, penutupan, negosiasi dan pencarian.

Keahlian menjual (*selling skill*) merupakan keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung

hubungan bisnis (Liu & Leach, 2001, p. 149). Keahlian menjual sering juga ditunjukkan dengan kemampuan tenaga penjualan untuk memberikan solusi yang dibutuhkan oleh pelanggannya, sehingga pelanggan merasakan adanya nilai tambah yang diperoleh. Kemampuan menjual yang dimiliki tenaga penjualan akan semakin meningkat, peningkatan ini terjadi seiring pembelajaran seorang tenaga penjualan terhadap kondisi yang dihadapi didalam melaksanakan tugas penjualan. Keahlian menjual juga digambarkan sebagai sebuah orientasi dari seseorang untuk berusaha melakukan perbaikan dan meningkatkan kemampuan serta penguasaan atas pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya (Sujan *et al.*, 1994, p: 40). Dengan kata lain, keahlian menjual merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan.

Pada penelitian yang dilakukan Szymansky (1988) dijelaskan bahwa keahlian menjual merupakan usaha tenaga penjual untuk mengetahui atau mengenal bagaimana melakukan tindakan nyata, sering ditunjukkan sebagai pengetahuan prosedural dan mengetahui hal-hal nyata yang kadang-kadang ditunjukkan sebagai pengetahuan yang dideklarasikan. Keahlian menjual merupakan hal penting yang perlu menjadi pemikiran bagi pihak perusahaan, sehingga pengelolaan tenaga penjualan yang baik harus benar-benar menjadi suatu perhatian.

Kualitas Pelayanan Tenaga Penjual

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas (Scheuning, 2004). Apabila terjadi tuntutan dari para konsumen maka konsumen berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa jawaban

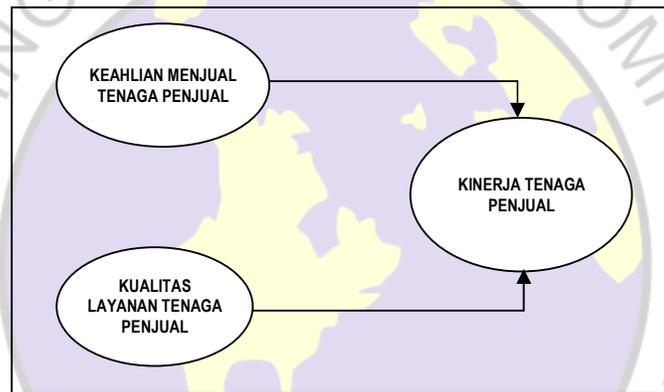
yang diberikan secara ramah, cepat, dan tepat. Untuk produk yang membutuhkan jasa pelayanan fisik, jasa pelayanan menjadi komponen yang kritis dari nilai (Douglas, 1992).

Menurut Kotler (2000:440) menyatakan bahwa kelima dimensi pokok kualitas pelayanan dijelaskan : (1). *Realibility*, yaitu konsistensi dari penampilan pelayanan dan keandalan pelayanan; (2). *Responsiviness*, yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa pelayanan dengan cepat; (3). *Emphaty*, yaitu kesadaran untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada konsumen; (4). *Assurance*, yaitu

kemampuan, keterampilan, keramahan, kepercayaan, dan keamanan dari para petugas; (5). *Tangible*, yaitu fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen dan materi komunikasi.

Kerangka Pemikiran

Model penelitian yang akan di kembangkan pada penelitian ini mengacu pada latar belakang, rumusan masalah, dan telaah pustaka yang telah di uraikan pada sub bab sebelumnya. Model penelitian dalam penelitian ini tersaji pada gambar 2.1.



Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: *keahlian tenaga penjual memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan*

H₂: *kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan*

METODE PENELITIAN

Populasi

Dalam penelitian ini target populasi yang digunakan adalah seluruh tenaga medical representatif GlaxoSmithKlein area Jateng DIY yang berjumlah 75 orang. Dengan demikian teknik sampling dalam penelitian ini adalah

Teknik Sampling

Untuk mendapatkan gambaran yang valid maka penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik quota sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 1999). Jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden, di mana tiap jurusan (ada 2 jurusan untuk masing-masing tingkatan) diwakili oleh 10 orang mahasiswa.

Prosedur Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden.

Teknik Analisis

Dalam usaha untuk mencapai tujuan penelitian dan pengujian hipotesis, maka

data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan suatu analisis sesuai dengan kebutuhan penulisan. Untuk kepentingan analisis dan pengujian hipotesis, data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS yang sesuai dengan model analisis dan diolah dengan bantuan komputer. Dalam penelitian ini, data yang berhasil dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan pendekatan Analisis Regresi Sederhana dan Berganda.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Validitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari 0,600 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Dismaping itu semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel dan tingkat signifikasi < 0,05, sehingga semua indikator yang digunakan tersebut adalah valid.

Uji Asumsi Klasik

Grafik normal plot pada penelitian ini menyebar merata di sekitar garis diagonal. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dimana standardized residual yang berdistribusi normal adalah garis yang memiliki pola yang dekat dengan garis diagonal. Semua variabel yang digunakan mempunyai nilai Tolerance yang tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10. Hasil ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Grafik Scatterplot dapat dilihat bahwa titik – titik membentuk pola yang tidak teratur (tidak jelas) dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu y. Hal ini dapat menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.905	.808		1.121	.265
keahlian menjual tenaga penjual	.310	.077	.324	4.011	.000
kualitas pelayanan	.204	.082	.199	2.490	.014

a. Dependent Variable: kinerja tenaga penjual

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,324X_1 + 0,199 X_2$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa nilai koefisien regresi keahlian menjual tenaga penjual sebesar 0,324 bernilai positif, artinya apabila keahlian menjual tenaga penjual semakin baik, maka kinerja tenaga penjual akan semakin tinggi. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,199 bernilai positif, artinya apabila kualitas pelayanan semakin baik, maka kinerja tenaga penjual akan semakin tinggi.

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel keahlian menjual tenaga penjual adalah 4,011 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5 % diperoleh t tabel sebesar 1,660 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 4,011 > 1,660. Signifikansi t kurang dari 5 %, menandakan bahwa keahlian menjual tenaga penjual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan keahlian menjual tenaga penjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual dapat diterima.

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 2,490 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5 % diperoleh t tabel sebesar 1,660 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,490 > 1,660$. Signifikasi t kurang dari 5 %, menandakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Nilai signifikansi variabel keahlian menjual tenaga penjual adalah sebesar $0.000 < 0.05$, berarti variabel keahlian menjual tenaga penjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. Dengan demikian Hipotesis 1 yang berbunyi keahlian menjual tenaga penjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual diterima. Ini berarti bahwa jika tingkat keahlian tenaga penjual tinggi maka kinerja tenaga penjual akan meningkat.
- Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar $0.014 < 0.05$, berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. Dengan demikian Hipotesis 2 yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual diterima. Ini berarti bahwa jika kualitas pelayanan semakin tinggi maka kinerja tenaga penjual akan meningkat.

Saran

- GLAXO SMITH KLEIN seharusnya lebih meningkatkan lagi keahlian menjual tenaga penjual. Sebab dalam penelitian ternyata masalah keahlian menjual memiliki pengaruh pada kinerja tenaga penjual. Disamping itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemberian bantuan mengenai solusi masalah pelanggan ternyata juga memiliki pengaruh pada kepuasan dan akhirnya juga mempengaruhi loyalitas mereka.
- GLAXO SMITH KLEIN seharusnya memperhatikan masalah pelayanan pada pelanggan. Sebab dalam penelitian ditunjukkan bahwa pengiriman tepat waktu, keberhasilan dalam pendekatan personal kepada pelanggan ternyata memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. 9th Edition. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Remiasa, Marcus, 2005, *Perencanaan Strategis Pemasaran untuk Menciptakan Sustainable Competitive Advantage*, **Jurnal Manajemen Perhotelan**, Vol. 1, NO. 1, 14-23
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Marketing for hospitality and tourism* (2nd ed). New Jersey : Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. **Journal of marketing** Vol.49, 41-50.
- Setyawan, A.A. & Susila, I. (2004). Pengaruh service quality perception terhadap purchase intentions.

Usahawan, No. 07, Thn. XXXIII,
Juli, p. 29-37.

Sylvana, Andi, 2006, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Intensi Meregistrasi Ulang Mahasiswa*, **Jurnal Organisasi dan Manajemen**, Volume. 2, Nomor 1, 60 – 78

Tjiptono, F. (1996). *Manajemen jasa*.
Yogyakarta: Penerbit Andi.

Usmara, A. & Nugroho, E. P. (2000).
Pengujian hubungan kualitas jasa,
kepuasan nasabah, dan intensi
pembelian ulang. *Sosiohumanika*, 13
(1), 215-228.

