

PELATIHAN KINERJA TENAGA PENJUALAN PADA UKM

Arifin Djakasaputra^{1*}, Zenita Dian Mahanani², Maulin Amrina Rosyada³

¹⁻³ Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
E-mail: ¹⁾ arifind@fe.untar.ac.id

Abstract

Sales force plays a crucial role in determining the success of a company's product sales. Therefore, it is important to understand the factors that determine sales force performance. The partner involved in this activity is a creative handicraft product business located in Serang, Banten. Based on the initial observation conducted online through a zoom meeting, the partner has not fully understood the factors that contribute to improving sales force performance. The method offered in this activity is training and socialization on the basic understanding of performance and the success factors that influence it. The results of the activity show that the training material was delivered smoothly, and the partner showed enthusiasm in receiving the information, as evident from active discussions between the partner and the PKM team. Additionally, the activity succeeded in enhancing the partner's knowledge to improve their sales force performance.

Keywords: Factors, Sales Performance, SME, Training

Abstrak

Kinerja tenaga penjualan memiliki peranan penting dalam mencapai keberhasilan penjualan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjualan menjadi sangat penting. Kegiatan ini dilakukan dengan mitra usaha produk kreatif kerajinan mute di Serang, Banten. Melalui observasi awal secara online menggunakan zoom meeting, terlihat bahwa mitra belum sepenuhnya memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja penjualan mereka. Untuk mengatasi hal ini, kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan sosialisasi mengenai pemahaman dasar kinerja dan faktor keberhasilan kinerja. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa materi pelatihan disampaikan dengan lancar, dan mitra menunjukkan antusiasme dalam menerima materi tersebut. Diskusi yang aktif antara mitra dan tim PKM juga menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan mitra dalam mengoptimalkan kinerja tenaga penjual mereka.

Kata kunci: Faktor, Kinerja Penjualan, UKM, Pelatihan

1. PENDAHULUAN

Tenaga penjual memegang peranan penting dari suatu bisnis dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan, karena tenaga penjuallah yang menjadi ujung tombak perusahaan melalui kegiatan pemasarannya dalam menghadirkan dan membujuk konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Peran tenaga penjualan di empat era, dimulai dengan era produksi, penjualan, pemasaran, dan hubungan, dimana peran tenaga penjualan di setiap era didasarkan pada pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan mereka. menciptakan efisiensi dan efektifitas kerja. (Kertocahyono et al., 2021). Tenaga penjualan adalah hal yang utama sebagai kekuatan dalam bisnis yang memainkan peran kunci dalam mengelola hubungan bisnis ke konsumen yang sukses (Usvita, 2019).

Udayana & Gusmawan (2021) mendefinisikan bahwa penjual harus memiliki banyak informasi tentang produk yang dijualnya dan memiliki keterampilan komunikasi untuk dapat mendeskripsikan produk yang dijualnya. Meningkatnya jumlah tenaga penjualan berarti bahwa tenaga penjualan yang kurang optimal tidak dapat memenuhi target penjualan mereka. Dengan demikian, menjadi semakin penting untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi penjualan lebih banyak dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Peningkatan volume penjualan merupakan salah satu indikator seberapa baik kinerja tenaga penjualan (Amalia et al., 2018).

Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah Ibu Siti Resmada bergerak dalam bidang industri kreatif kerajinan tangan, yang beralamat di Jalan porum Minah Bakti Tanggul Jaya RT.006/014 Desa Banten Kecamatan Kasemen, Kabupaten Serang Prop Banten. Sudah mendirikan usaha kerajinan sejak tahun 2000 dengan produk utamanya pembuatan kerajinan bahan baku mute dan rajutan, sehingga ibu Siti dikenal dengan nama Mada Mute. Dalam menjalankan usaha kurang lebih 13 thun lamanya, masih banyak masalah yang dihadapi. Terutama belum memiliki pengetahuan tentang cara mengukur kinerja tenaga penjual.

Kegiatan PKM bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kinerja tenaga penjualan. TIM PKM Untar yang terdiri dari dosen dan mahasiswa berkeinginan membantu mitra dalam mengenalkan hal yang perlu diperhatikan mitra dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual. Dimana melalui hasil observasi yang dilakukan kepada mitra masih terbatasnya pengetahuan mitra tentang kinerja tenaga penjual. Untuk itu masalah yang akan dikaji pada kegiatan ini adalah: Bagaimana meningkatkan pengetahuan mitra tentang factor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual.

Adapun solusi yang ditargetkan selesai dari kegiatan pengabdian masyarakat berupa transfer knowlegde tentang hal efektivitas kinerja penjual disebabkan oleh faktor-faktor yang dikendalikan melalui tenaga penjual secara individu (Arдын & Sugiyarti, 2018). Sehingga akan mendapatkan peluang bagi penjual untuk sukses dibidang segmen pasar yang unggul. Kemudian, dalam meningkatkan efektivitas penjualan diperlukan sebuah perencanaan wilayah penjualan secara efektif. Lalu, manajer harus secara akurat menentukan jumlah pelanggan untuk setiap perwakilan penjualan, manajer produk.

Menurut (Sugiyarti & Arдын, 2017) kinerja tidak terjadi begitu saja, melainkan terdapat 3 faktor yang mendukung kinerja yaitu:

1. Faktor Internal Pegawai Faktor internal pegawai meliputi kompetensi, pengetahuan (pendidikan), bakat, pengalaman kerja, keadaan fisik dan psikologis, motivasi kerja, semangat kerja, kepuasan kerja.
2. Faktor Lingkungan Internal Organisasi Faktor lingkungan internal organisasi meliputi penggunaan teknologi, sistem manajemen, kompensasi, kepemimpinan, iklim kerja, sumberdaya pendukung, teman sekerja, dan pelatihan.
3. Faktor Lingkungan Eksternal Organisasi Lingkungan eksternal organisasi meliputi kehidupan ekonomi, kehidupan politik, kehidupan sosial, budaya dan agama masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Pada pelaksanaan kegiatan PKM, metode yang digunakan terkait dengan prioritas permasalahan mitra adalah pembekalan pengetahuan tentang faktor penentu kinerja tenaga penjualan. Kegiatan ini dikelompokkan menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap hasil akhir.

Pada tahap persiapan, dilakukan observasi awal terkait permasalahan utama mitra dengan penekanan utama kegiatan pada pemahaman mendalam tentang kondisi mitra. Wawancara mendalam dengan mitra secara online dilakukan untuk mengetahui prioritas masalah utama yang perlu segera dibahas agar tidak menjadi masalah yang berkelanjutan. Selain itu, tim mahasiswa yang terlibat ditentukan, dan proposal disusun untuk diserahkan ke LPPM.

Tahap pelaksanaan melibatkan penyusunan materi pelatihan dan penentuan jadwal pelaksanaan sosialisasi. Semua kebutuhan untuk pelaksanaan sosialisasi dipersiapkan, termasuk tugas yang dibagikan dengan mahasiswa yang membantu tim, serta sarana prasarana pendukung kegiatan. Pada tahap ini, materi yang disampaikan berfokus pada pentingnya pemasaran word of mouth dalam meningkatkan penjualan produk mitra, dan kegiatan diakhiri dengan diskusi yang aktif antara mitra dan tim PKM.

Tahap hasil akhir merupakan tahap evaluasi untuk menilai keberhasilan program. Laporan disusun, dan luaran-luaran seperti publikasi dan artikel di media massa juga dibuat. Tahap pelaporan ini bertujuan untuk memberikan pertanggungjawaban atas seluruh kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, serta menunjukkan dampak positif kegiatan ini terhadap mitra usaha produk kreatif kerajinan mute di Serang, Banten.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Profil Usaha Mitra

Mitra pada kegiatan ini yaitu ibu Siti Resmada, beralamat sebagai pemilik usaha Rajut Mute Mute. Ibu Siti Resmada sendiri dalam memulai bisnis di latarbelakangi oleh kegemaran dalam membuat aneka kerajinan tangan rajut yang saat ini juga berkembang kepada kerajinan tangan lainnya dengan kombinasi rajutan. Domisili usaha mitra berada di di Kp. Tanggul Jaya. Karangantu RT/RW 6/14 Kota Serang, Banten. Berbagai jenis produk rajutan yang dibuat mulai dari tas, taplak meja, pakaian rajutan, aksesoris rumah tangga dan lainnya. Berikut merupakan beberapa contoh produk kerajinan Rajut Mute ibu Siti Resmada adalah:



Gambar 1. Produk Mitra

3.2. Model Ipteks yang Dittransfer ke Mitra

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang kinerja tenaga penjualan yang disampaikan ke mitra adalah

1. Faktor Pendukung Kinerja Tenaga Penjualan

Manajemen tenaga penjualan sering dianggap sebagai bagian dari manajemen pemasaran, yang sangat penting dalam mendukung kesuksesan bisnis. Kinerja tenaga penjualan memberikan kontribusi yang besar bagi bisnis karena tenaga penjualan merupakan bagian penting, jembatan antara bisnis dan konsumen. Pernyataan ini berarti efisiensi lebih penting untuk kesuksesan di tempat kerja, tetapi kelangsungan hidup dengan kesuksesan yang dicapai membutuhkan kondisi minimum, yaitu efisiensi. Efisiensi berarti melakukan pekerjaan yang benar dalam bisnis. Dalam kegiatan penjualan seringkali terdapat tugas-tugas yang boros dan tidak membuahkan hasil yang memuaskan. Untuk pekerjaan tenaga penjual yang efektif, tenaga penjual harus memiliki informasi tentang perusahaan, produk, pelanggan dan pesaing, presentasi penjualan yang efektif, serta metode operasi dan tanggung jawab. Dengan kata lain, tenaga penjualan harus memiliki keahlian menjual. Pemasaran yang efektif disajikan sebagai penilaian menyeluruh terhadap kinerja penjualan perusahaan. Kinerja pemasaran diukur dengan indikator: total volume penjualan, pangsa pasar, biaya, pangsa keuntungan dan kepuasan pelanggan (Ardyan & Sugiyarti, 2018).

2. Indikator Keberhasilan Tenaga Penjual

Keberhasilan penjual menurut (Arma et al., 2017) terkait dengan kinerja penjualan yang menunjukkan indikator tenaga penjual yaitu: 1) pencapaian target penjualan, 2) volume penjualan, 3) Menumbuhkan omzet rupiah, 4) meningkatkan jumlah total pelanggan, 5) Penjualan melebihi target penjualan lainnya.

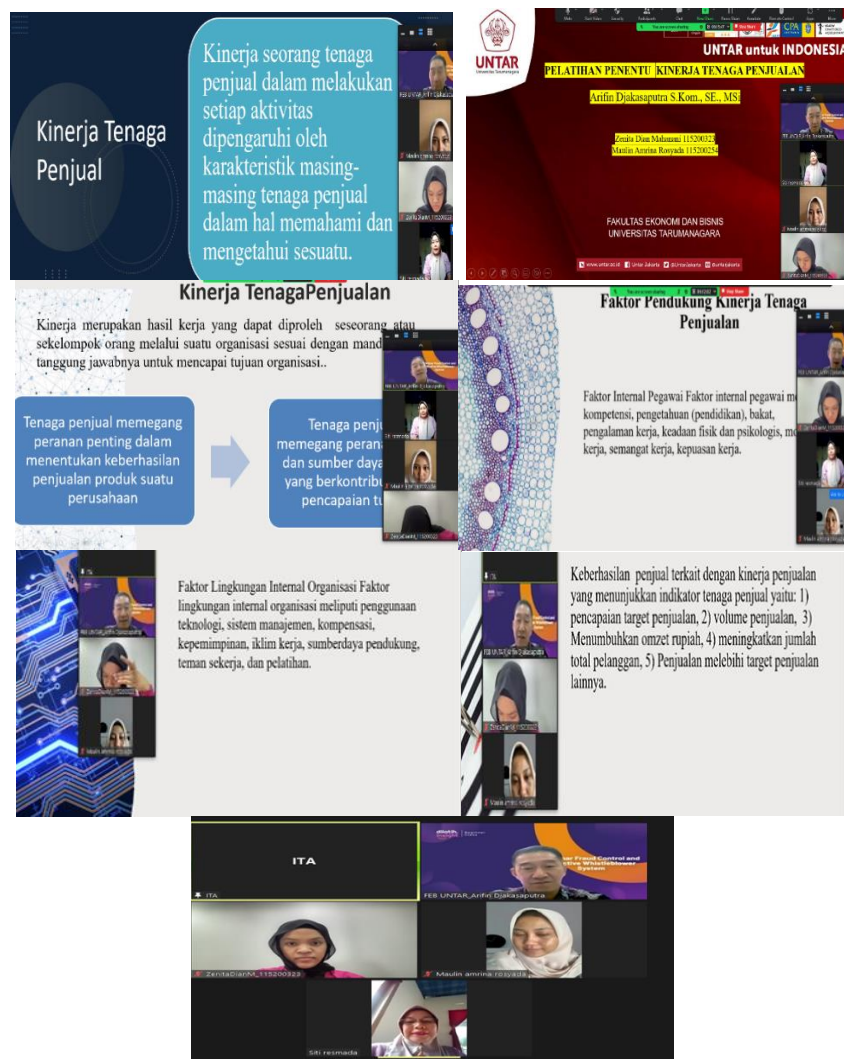
Efektivitas kinerja penjual disebabkan oleh faktor-faktor yang dikendalikan melalui tenaga penjual secara individu (Nuryakin, 2018). Sehingga akan mendapatkan peluang bagi penjual untuk sukses di bidang segmen pasar yang unggul. Kemudian, dalam meningkatkan efektivitas penjualan diperlukan sebuah perencanaan wilayah penjualan secara efektif. Lalu, manajer harus secara akurat menentukan jumlah pelanggan untuk setiap perwakilan penjualan, manajer produk.

Menurut (Sastra et al., 2017), faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah :

- a. Karakteristik situasi, seperti lingkungan dan organisasi mempengaruhi pelaksanaan kegiatan dalam organisasi. Lingkungan memaksakan persyaratan kinerja pada organisasi. Pedoman investasi lingkungan Vol. 11 No. 2.12.2019 ISSN: 2088-3145 Jurnal Alat Manajemen 199 organisasi dan karyawan dari pekerjaan mereka. Organisasi juga mempengaruhi kinerja dan menentukan siapa yang bertanggung jawab untuk evaluasi.
- b. Spesifikasi Pekerjaan dan Kriteria Kinerja Pekerjaan Karena pekerjaan yang berbeda memiliki konten pekerjaan yang berbeda, program penilaian kinerja memberikan cara yang sistematis untuk memperhitungkan perbedaan ini, dan semua pekerjaan dan orang yang melakukannya harus memastikan evaluasi yang konsisten terhadap pekerjaan tersebut.
- c. Tujuan utama penilaian kinerja dapat dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu. evaluasi dan pengembangan.

- d. Mengevaluasi dan membentuk sikap pegawai dan atasan untuk menilai keberhasilan organisasi biasanya ditentukan oleh setiap orang yang terlibat dalam struktur organisasi. Karyawan adalah sekelompok kecil garis depan dalam suatu organisasi yang menjadi prioritas, mempunyai arti penting yang besar dalam perkembangan perusahaan, tingkat efisiensi kerja dapat dicapai jika didukung oleh manajemen yang mapan. Kelemahan melalui manajemen dapat menyebabkan kesalahan dalam pengerahan dan perekrutan tenaga kerja.

Pelaksanaan kegiatan disajikan dalam bentuk PPT melalui ZOOM, Materi sosialisasi secara sampel didokumentasikan dalam foto berikut :



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Melalui Zoom

4. KESIMPULAN

Dari pelaksanaan kegiatan ini dapat disimpulkan jika pelatihan mengenai faktor penentu kinerja tenaga penjualan berlangsung sukses dengan materi yang komprehensif dan antusiasme mitra dalam menerima informasi. Mitra menunjukkan minat tinggi dalam memahami berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja tenaga penjualan, serta sumber referensi dari buku teks dan jurnal yang terpercaya memberikan nilai tambah pada materi pelatihan.

Pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi secara daring juga berjalan baik dengan bantuan presentasi PPT dan partisipasi aktif dari mitra. Proses interaksi yang efektif antara mitra dan tim pelaksana melalui diskusi dan tanya jawab membantu meningkatkan pemahaman mitra tentang pentingnya faktor-faktor penentu kinerja tenaga penjualan dalam mencapai kesuksesan usaha. Bagaimanapun juga, kegiatan ini memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran mitra mengenai strategi pemasaran yang efektif dan berupaya mencapai kesuksesan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I., Riyanto, M., & Farouk, U. (2018). Pengaruh Interpersonal Skill, Salesmanship Skill, Technical Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada PT United Tractors Tbk. *Admisi Dan Bisnis*, 19(2), 107–118.
- Ardyan, E., & Sugiyarti, G. (2018). The influence of e-CRM capability and co-information sharing activity on product competitiveness and marketing performance of small and medium-sized enterprises. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 11(2), 158–178.
- Arma, A., Ferdinand, A. T., & Raharjo, S. T. (2017). Pengaruh Kompetensi Menjual, Kualitas Hubungan, dan Pengalaman Menjual untuk meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan (Studi pada PT. New Ratna Motor Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(1), 1–16.
- Kertocahyono, A. E., Ginting, H., Kurata, J., Dermauli, R., & Sihalo, S. C. (2021). Hubungan Antara Keterampilan Penjualan Dan Kinerja Tenaga Penjual Di Perusahaan Cat Indonesia. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik (JMIL)*, 4(2), 84–101.
- Nuryakin, G. S. (2018). Developing customer orientation to enhancing salesperson performance. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Sastra, B. A., Zulfadil, Z., & Fitri, K. (2017). *Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Danamon Cabang Tuanku Tambusai Pekanbaru*. Riau University.
- Sugiyarti, G., & Ardyana, E. (2017). Market sensing capability and product innovation advantages in emerging markets: The case of market entry quality and marketing performance of Batik Industry in Indonesia. *DLSU Business & Economics Review*, 27(1), 1–12.
- Udayana, I. B. N., & Gusmawan, A. (2021). Membangun Kualitas Hubungan Untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjual Di AHASS Honda Yogyakarta. *EBBANK*, 11(2), 25–38.
- Usvita, M. (2019). Optimization Entrepreneurship Orientation In Creating Added Value Of Pasaman Citrus. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 128–130.