

PELATIHAN CARA MENGUKUR KINERJA TENAGA PENJUALAN

Ardiansyah Rasyid^{1*}, Dela Asokawati Puswita Anhar², Elizabeth Christinio Puspita³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

^{2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

E-mail: ¹⁾ ardiansyah@fe.untar.ac.id

Abstract

The strategic role of salespeople in achieving success in selling company products cannot be underestimated. Improving the performance of salespeople is crucial, with the hope that it can make a significant contribution to increasing sales volume and achieving predetermined goals. The focus of this community service activity is to provide assistance to business owners so that they have a deep understanding of sales force performance measurement methods, enabling business owners to optimize their sales. The partner selected for this community service project is a honey business with the brand "Madu Pakcik" located in Jambi. Initial observations of the partner showed a major problem related to sales force performance measurement in the context of partner sales. Therefore, this PKM activity is implemented through an online training method using the Zoom Meeting platform. This training aims to provide partners with a comprehensive understanding of the key aspects of measuring sales force performance. Hopefully, with the knowledge gained through this activity, partners can significantly improve the quality and number of their sales. In addition to providing training, this activity also produces outputs in the form of scientific publications submitted to relevant journals as well as Intellectual Property Rights (IPR). Thus, this project not only has an impact on improving partner performance in practical terms, but also contributes to scientific knowledge and innovation in the field of sales force performance measurement.

Keywords: Performance, Measuring, Training, SMEs

Abstrak

Peran strategis tenaga penjual dalam meraih kesuksesan penjualan produk perusahaan tidak dapat dipandang enteng. Peningkatan kinerja tenaga penjualan menjadi hal yang krusial, dengan harapan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan bantuan kepada pemilik usaha agar mereka memiliki pemahaman yang mendalam mengenai metode pengukuran kinerja tenaga penjualan, memungkinkan pemilik usaha untuk mengoptimalkan penjualan mereka. Mitra yang dipilih untuk proyek Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah sebuah usaha madu dengan merek "Madu Pakcik" yang berlokasi di Jambi. Observasi awal terhadap mitra menunjukkan adanya permasalahan utama terkait pengukuran kinerja tenaga penjualan dalam konteks penjualan mitra. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diimplementasikan melalui metode pelatihan online menggunakan platform Zoom Meeting. Pelatihan ini bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif kepada mitra mengenai aspek-aspek kunci dalam mengukur kinerja tenaga penjualan. Harapannya, dengan pengetahuan yang diperoleh melalui kegiatan ini, mitra dapat secara signifikan meningkatkan kualitas dan jumlah penjualan mereka. Selain memberikan pelatihan, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa publikasi ilmiah yang disubmit ke jurnal-jurnal terkait serta Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dengan demikian, proyek ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja mitra secara praktis, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengetahuan ilmiah dan inovasi di bidang pengukuran kinerja tenaga penjualan.

Kata kunci: Kinerja, Mengukur, Pelatihan, UKM

1. PENDAHULUAN

Tenaga penjual memegang peranan penting dari suatu bisnis dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan, karena tenaga penjual adalah yang menjadi ujung tombak perusahaan melalui kegiatan pemasarannya dalam menghadirkan dan membujuk konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tenaga penjual dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam menciptakan efisiensi dan efektifitas kerja (Kertocahyono et al, 2020) yang pada akhirnya meningkatkan kinerja. Sinambela (2017) menjelaskan kinerja merupakan hasil kerja yang dapat diperoleh seseorang atau sekelompok orang melalui suatu organisasi sesuai dengan mandat dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan organisasi. Organisasi yang dimaksud tidak melanggar hukum dan bermoral secara etis.

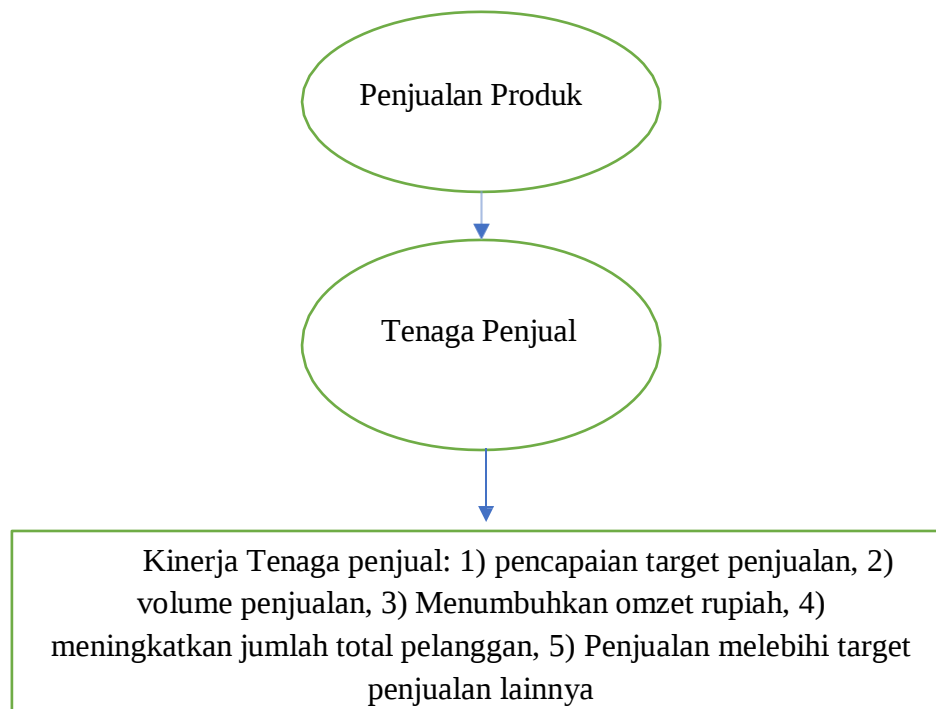
Tenaga penjual juga memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan penjualan produk suatu perusahaan. Itulah mengapa penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja penjualan. Udayana & Gusmawan (2021) mendefinisikan bahwa penjual harus memiliki banyak informasi tentang produk yang dijualnya dan memiliki keterampilan komunikasi untuk dapat mendeskripsikan produk yang dijualnya. Meningkatnya jumlah perwakilan penjualan berarti bahwa perwakilan 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.

Tenaga penjualan adalah hal yang utama sebagai kekuatan dalam bisnis yang memainkan peran kunci dalam mengelola hubungan bisnis ke konsumen yang sukses. Peningkatan volume penjualan merupakan salah satu indikator seberapa baik kinerja tenaga penjualan (Amalia et al, 2018).

Mitra yang menjadi tempat kegiatan PKM adalah usaha madu dengan nama merek "Madu Pakcik". Dalam menjalankan usahanya, mitra memiliki tenaga penjual, namun seringkali mengalami kesulitan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi penjualan lebih banyak dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk itu TIM PKM Untar bermaksud memberikan pembekalan pengetahuan mitra tentang cara mengukur kinerja penjualan mitra. Oleh karena ini masalah pokok yang akan di bahas pada kegiatan PKM adalah: "Bagaimana cara mengukur kinerja tenaga penjualan" agar mitra dapat terus meningkatkan penjualan. dengan tujuan meningkatkan kemampuan dari tenaga penjual yang berdampak pada kinerja penjualan.

Untuk mengatasi prioritas masalah yang dihadapi mitra, maka solusi yang ditargetkan selesai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang hal yang perlu diperhatikan mitra dalam cara mengukur kinerja penjualan. Solusi transfer *knowledge* tentang hal yang perlu menjadi perhatian mitra dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual, adalah:



Sumber: Data diproses (2023)

Gambar.1 Ukuran Kinerja Tenaga Penjualan

Spesifikasi model tersebut diberikan pada UMKM sebagai bekal menambah wawasan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual. Target kegiatan PKM ini, yaitu berupa peningkatan pengetahuan bagi mitra dalam mencapai kinerja yang dibutuhkan secara berkelanjutan melalui pembekalan pemahaman serta penerapan ukuran kinerja yang baik.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang ditawarkan berupa pembuatan materi dalam bentuk PPT serta melaksanakan pelatihan atau sosialisasi. Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan pemahaman tentang pengetahuan dalam mengukur kinerja tenaga penjualan. Dengan mengacu pada berbagai sumber *textbook* maupun jurnal. Untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, ada beberapa langkah secara ringkas dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Tahap Persiapan
2. Tahap Pelaksanaan
3. Tahap Akhir kegiatan

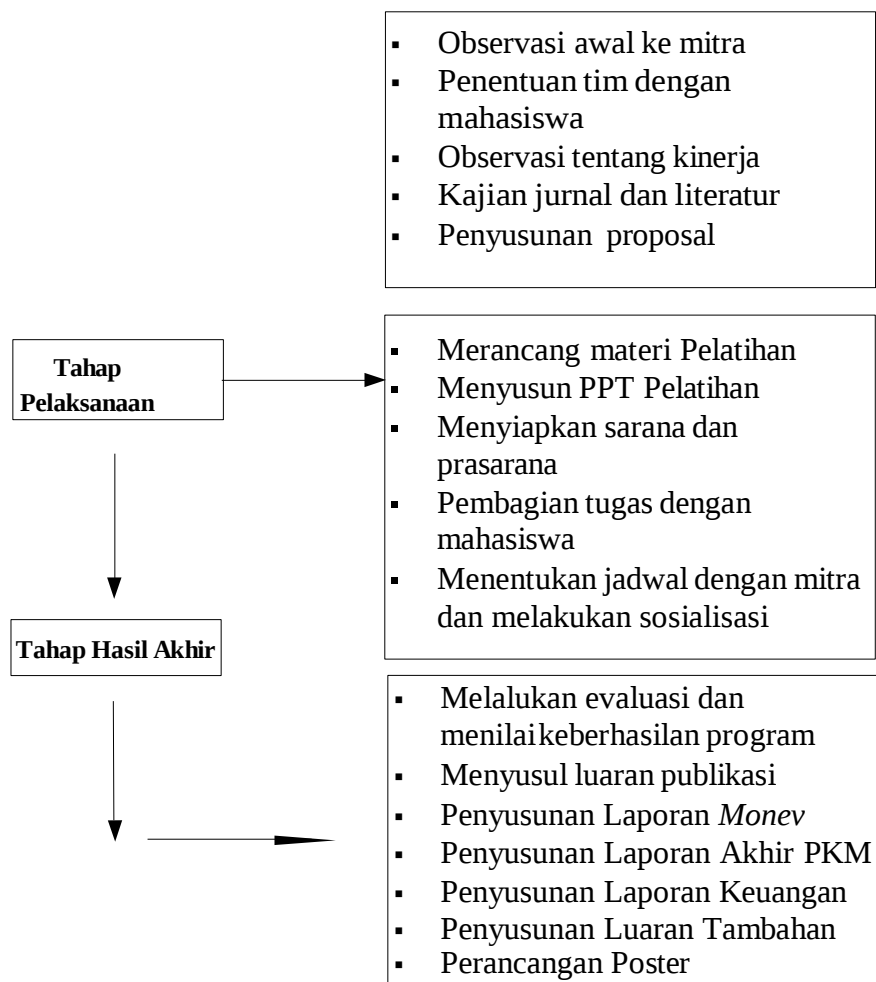
Pada tahap persiapan pelaksana PKM melakukan observasi awal terkait permasalahan utama mitra. Dalam tahap ini penekanan utama kegiatan adalah: a) Mengetahui secara lebih mendalam tentang kondisi mitra. b).Tahapan ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan mitra guna mengetahui prioritas masalah yang perlu segera dibahas, agar tidak menjadi masalah yang berkelanjutan. c).

Menentukan tim mahasiswa yang terlibat dan penyusunan proposal untuk diserahkan ke LPPM.

Pada tahap pelaksanaan, terkait dengan penyusunan materi pelatihan, penentuan jadwal pelaksanaan sosialisasi, menyiapkan semua kebutuhan untuk pelaksanaan sosialisasi, membagi tugas dengan mahasiswa yang membantu tim, masyarakat yang akan disosialisasikan kepada UMKM, mempersiapkan berbagai prosedur pelatihan, menyiapkan peralatan, sarana prasarana pendukung kegiatan, menyampaikan materi tentang cara mengukur kinerja tenaga penjual.

Pada tahap akhir kegiatan melakukan evaluasi dalam menilai keberhasilan program. Penyusunan laporan, disertai dengan membuat luaran-luaran, baik luaran wajib berupa publikasi maupun luaran tambahan berupa menulis artikel di media masa dan pendaftaran HKI. Tahap pelaporan merupakan pertanggungjawaban seluruh kegiatan pengabdian.

Berikut ini disajikan kembali tiga tahapan pelaksanaan PKM dalam bentuk *flowchart*.



Sumber: Data diproses (2023)

Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

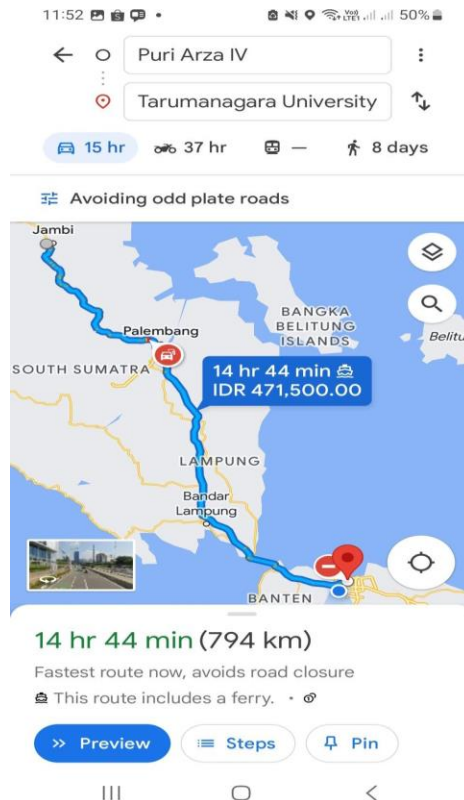
3.1. Profil Usaha Mitra

Mitra yang menjadi tempat kegiatan PKM adalah usaha madu dengan nama merek madi pakcik. Pemilik usaha Bernama bapak Sepri Madu pakcik berasal dari nektar madu akasia yang berada di hutan Provinsi Jambi. Di dirikan tahun 2022 oleh seorang pengusaha dari Jambi yang terinspirasi berawal dampak kesehatan faktor *covid*, dan cuaca yang tidak menentu sehingga sangat membutuhkan madu sebagai minuman kesehatan untuk menambah sistem kekebalan tubuh di semua umur. Madu pakcik hanya mengambil madu dari sumber terbaik, yang diproduksi oleh lebah pagi yang fresh dan dipanen saat madu telah benar-benar matang, sehingga kualitasnya selalu terjamin. Merupakan 100% madu pilihan yang diproduksi secara higienis, dikemas dalam botol P.E.T *food grade* yang praktis dan dilengkapi beserta tutup dengan plastik segel. Madu pakcik diproduksi dengan standard farmasi, terdaftar di DINKES, sudah mendapatkan sertifikasi Halal dari MUI. Gambar sampel produk adalah:



Sumber: Dokumentasi peneliti
Gambar 3. Produk Madu Pakcik

Lokasi usaha di Perum Puri Arza 2 desa Pematang Gajah blok. K. 08 Jaluk. Sedangkan alamat gudang PERUMNAS Aurduri blok. E no. 84 RT. 25. Jelutung, Jambi 36137.



Sumber: Dokumentasi peneliti
Gambar 4. Peta Lokasi

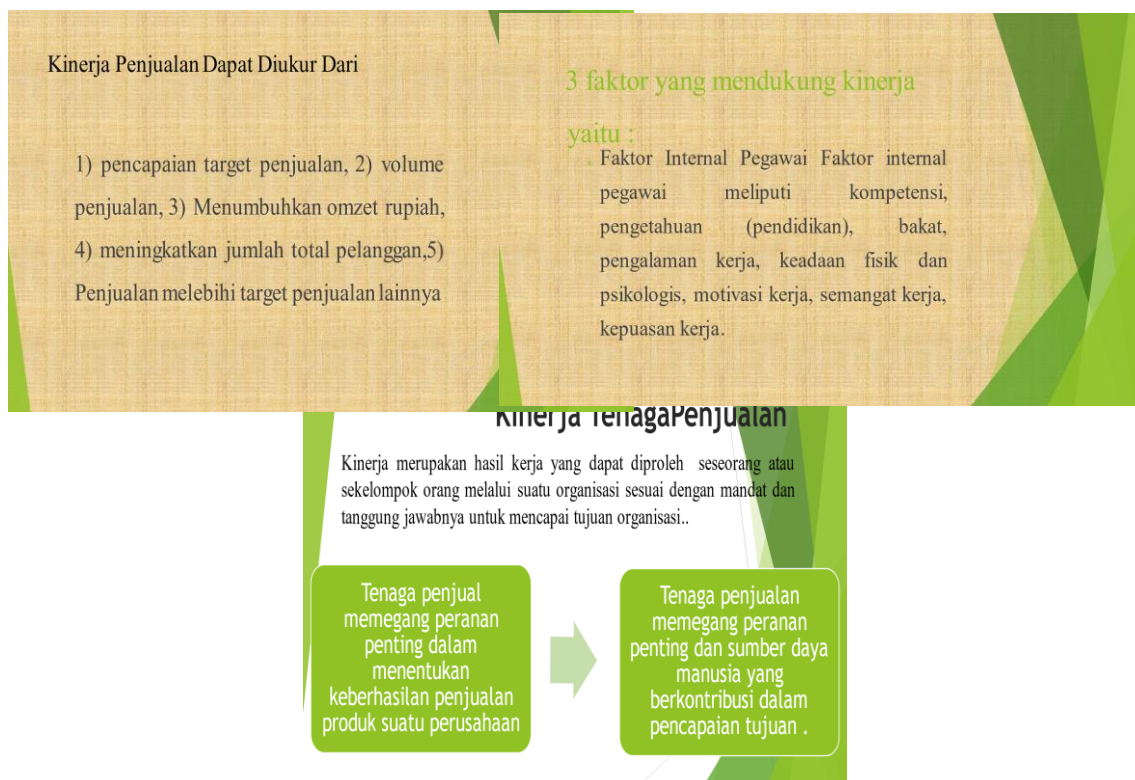
3.2. Model Ipteks yang Ditransfer ke Mitra

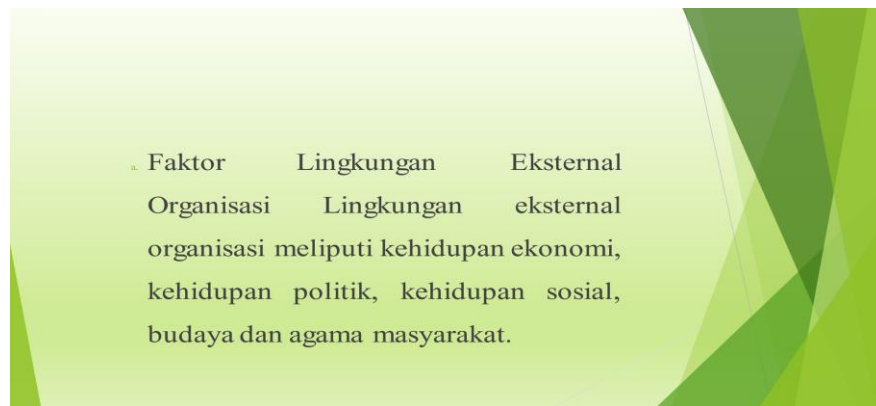
Kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang cara mengukur kinerja yang disampaikan ke mitra adalah: Pemahaman tentang hal yang mendukung kinerja tenaga penjualan. Keberhasilan penjual menurut (Arma, et al, 2017) terkait dengan kinerja penjualan dapat diukur dari: 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 (Ardyan & 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 & Ardyan (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.

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





Sumber: Dokumentasi peneliti
Gambar 7. Materi Sosialisasi

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan PKM dapat dijabarkan sebagai berikut. Pertama, pelatihan mengenai cara mengukur kinerja telah berhasil disampaikan kepada mitra dengan melalui sosialisasi pemahaman. Materi pelatihan melibatkan aspek-aspek penting seperti definisi kinerja, metode pengukuran kinerja, serta faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi persaingan usaha. Kedua, pelatihan dan sosialisasi yang diselenggarakan secara daring melalui platform Zoom berjalan dengan lancar, dengan dukungan dari dua mahasiswa sebagai fasilitator. Ketiga, mitra usaha telah menyadari pentingnya mengukur kinerja penjualan sebagai alat untuk mengevaluasi pencapaian tenaga penjual dan keberhasilan penjualan, baik pada masa sekarang maupun masa depan. Terakhir, mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menerima materi yang disampaikan oleh tim PKM. Selama proses sosialisasi, terjadi diskusi aktif dan tanya jawab antara mitra dan pelaksana PKM, menciptakan interaksi yang bermanfaat untuk pengembangan pengetahuan dan pemahaman bersama. Keseluruhan, pelaksanaan kegiatan PKM memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran mitra terkait pengukuran kinerja usaha mereka.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan PKM, khususnya ketua LPPM Untar dan jajaran, Bapak Sepri selaku pemilik usaha madu pakcik dan sebagai mitra kerja di PKM, dan mahasiswa yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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.
- 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.
- Kertocahyono, A. E., Ginting, H., Kurata, J., Dermauli, R., & Sihaloho, 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.
- Sinambela, L. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyarti, G., & Ardyan, 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.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).