

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Sales Performance*

Sales performance dapat dilihat sebagai dampak dari dilaksanakannya sebuah peran stratejik tertentu bagi seorang tenaga penjualan, kinerja tersebut dihasilkan dari kegigihan tenaga penjualan dalam proses pendekatan dan pelayanan dengan baik kepada konsumen (Saphiro dan Weiltz, 1990). Sedangkan Hidayah (2001), mendefinisikan *sales performance* sebagai penilaian terhadap perilaku dalam bekerja. Gambaran kualitas perilaku penjualan ini menunjukkan aktivitas dari tenaga penjual yang memperlihatkan hasil yang berbeda-beda. Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa *sales performance* adalah penilaian dalam bekerja serta bagaimana pemenuhan target oleh tenaga penjual. Pemenuhan target dapat menjadi cerminan bagaimana kontribusi dan tanggung jawab tenaga penjual terhadap perusahaan. Kemampuan tenaga penjual dalam mencapai target yang ditetapkan dan memberikan kontribusi merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan dalam efektifitas organisasi penjualan.

Penjelasan *sales performance* dari Mangkunegara (2017:9), menyatakan kinerja (prestasi kerja) adalah sebuah pencapaian hasil kerja karyawan baik secara kualitas dan kuantitas yang diselesaikan sesuai tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Moeheriono (2012:95) menyatakan pendapatnya berkaitan

dengan definisi kinerja dapat diartikan gambaran berkaitan dengan sebagaimana pencapaian ataupun pelaksanaan program kegiatan untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi suatu organisasi yang ditetapkan dalam perencanaan strategis. Suatu kinerja penjualan dibuktikan melalui seberapa keberhasilan perusahaan yang telah dicapai dalam menjalankan proses penjualannya. Penjualan sendiri merupakan ilmu yang dilaksanakan tenaga penjual, untuk mempengaruhi dan meyakinkan konsumen untuk bersedia membeli barang atau jasa (produk) yang ditawarkan (Hendrawan dkk, 2019).

Baldauf & Cravens (2002) menjelaskan suatu *sales performance* (kinerja tenaga penjual) ditetapkan oleh perilaku tenaga penjual secara individual. Dengan demikian, indikator - indikator yang digunakan dalam rangka melakukan evaluasi kinerja tenaga penjual yang dapat dikendalikan oleh seseorang tenaga penjual itu sendiri dan mampu diukur melalui:

1. *Volume* penjualan

Jumlah total dari penjualan yang berhasil dilakukan oleh tenaga penjual tersebut dalam jangka waktu periode tertentu.

2. Pencapaian target penjualan

Target penjualan yang ditetapkan dari perusahaan atau tenaga penjual sendiri, serta bagaimana proses tenaga penjual mencapai proses target penjualan tersebut.

3. Penjualan produk dengan profit margin tinggi

Keuntungan dengan jumlah tinggi yang diperoleh dari penjualan tenaga penjual.

4. Menghasilkan pangsa pasar tinggi

Seorang tenaga penjual mampu memberikan pangsa pasar yang luas bagi produk atau jasa yang ditawarkan oleh tenaga penjualan

2.1.2. Technical Skill

Pandangan konsumen terhadap kompetensi seorang tenaga penjual menjadi suatu rasa percaya konsumen bahwa tenaga penjual tersebut mempunyai pengetahuan yang baik dalam menumbuhkan kesuksesan hubungan dan komunikasi diantara konsumen dan perusahaan. Apabila dari konsumen memberi pandangan bahwasannya seorang tenaga penjual mempunyai kompetensi yang baik, maka konsumen akan beranggapan bahwa tenaga penjual tersebut telah memberikan nilai lebih. Tindakan yang menggambarkan kemampuan yang dimiliki tenaga penjual dapat berbentuk penyampaian informasi, dimana konsumen akan mempunyai ketertarikan untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik dan mampu memberikan solusi atas permasalahan yang timbul dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (Liu & Leach, 2001).

Technical skill menurut Rentz et al.,(2002) merupakan kemampuan atas pengetahuan tenaga penjualan dalam rangka memnunjuk penjualannya, seperti halnya pengetahuan berkaitan desain dan keutamaan produk (penguasaan *product knowledge*), keahlian dalam pemakaian dan fungsi produk, pengetahuan berkaitan dengan teknik (keahlian *engineering*) dan prosedur yang diterapkan oleh

kebijakan perusahaan. Sukoco, (2012:3) menjelaskan (*technical skill*) kompetensi tenaga penjual adalah keterampilan atau kemampuan seorang tenaga penjual dalam proses pemasaran atau presentasi produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga terjadi transaksi penjualan.

Keberhasilan yang diraih oleh sebuah perusahaan akan dapat memberikan perspektif yang positif dari eksternal perusahaan. Salah satu dimensi keberhasilan yakni kompetensi tenaga penjualan, kompetensi tenaga penjualan dapat makna sebagai keahlian yang dimiliki seorang tenaga penjualan dalam melaksanakan aktifitas penjualan. Liu dan Leach (2001) memberi pernyataan bahwa *technical skill* adalah suatu keyakinan terhadap adanya pengetahuan khusus yang ada pada tenaga penjualan tersebut yang bersifat mendukung hubungan bisnis. Kompetensi tenaga penjualan sering ditunjukkan melalui bagai mana tenaga penjualan memberikan solusi dalam melayani pelanggannya.

Penjelasan *technical skill* menurut Ahmad (2010:188) adalah suatu kompetensi yang dimiliki tenaga penjual dalam mendukung kegiatan penjualannya, seperti keterampilan teknis pengetahuan berkaitan dengan informasi desain dan spesifikasi dari produk yang ditawarkan, aplikasi dan kegunaan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen (penguasaan *Product Knowledge*). Pengetahuan berkaitan dengan prosedur yang diberlakukan oleh perusahaan. Adanya keterampilan teknik, seorang tenaga penjual dapat memberikan pelayanan yang maksimal serta memuaskan dan dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan. Manning, *et al.* (2014) menyampaikan bahwasannya dengan adanya perencanaan persentasi

penjualan yang baik dan matang, hal tersebut akan meningkatkan produktifitas dalam kegiatan penjualan dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Lestari & Wartini (2015) menjelaskan beberapa indikator dalam pengukuran *technical skill*, adapun indikator – indikatornya sebagai berikut:

1. Pengetahuan Produk

Pengetahuan yang berhubungan dengan fungsi, spesifikasi dan penggunaan produk

2. Orientasi Pelanggan

Orientasi berkaitan dengan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta dapat memberikan solusi atau saran terhadap kendala yang dihadapi oleh konsumen

3. Pengetahuan Pesaing

pengetahuan yang berhubungan dengan produk serta layanan yang digunakan perusahaan pesaing dan bagaimana strategi yang diterapkan oleh perusahaan pesaing.

2.1.3. Salesmanship Skill

Salesmanship Skill adalah suatu kemampuan yang dimiliki tenaga penjual dalam hal melakukan pemaparan dan melakukan *closing* (menutup penjualan) produk atau jasa. Seperti halnya bagaimana seseorang di dalam penyampaian sebuah presentasi yang dapat menarik dan unik dengan tujuan konsumen bisa memahami apa yang paparkannya (Rentz, et al, 2002). Sedangkan menurut Swastha (2008) *Salesmanship Skill* adalah keahlian yang harus dimiliki oleh seorang tenaga penjual yang bertujuan menciptakan proses penjualan yang

berhasil ada pendapat yang menyatakan bahwa keahlian ini adalah bakat yang sudah dimiliki sejak lahir dan ada pula yang mempunyai pendapat jika semua orang mampu menjadi ahli penjualan apabila berusaha belajar dengan keras dan melakukan praktek dalam kehidupan sehari-hari.

Tjiptono (2008) menyampaikan bahwasannya keahlian menjual (*selling skill salesmanship*) merupakan seorang tenaga penjual diharuskan memiliki pengetahuan berkaitan dengan produk yang ditawarkan dan menguasai seni dalam menjual, seperti bagaimana mendekati konsumen, memberi presentasi dan demonstrasi produk yang ditawarkan, serta mengatasi apabila terjadi penolakan dari konsumen dan mendorong pembelian. *Salesmanship skill* menurut Sopiah dan Sangadji (2016:1) adalah suatu seni dan ilmu yang bertujuan memberi pengaruh dan membujuk konsumen untuk bersedia membeli barang atau jasa (produk) yang ditawarkan oleh tenaga penjual.

Rentz et.al (2002) menyebutkan ada tiga indikator yang dapat mengukur tingkat *salesmanship skill*. Adapun indikator – indikator tersebut sebagai berikut:

1. Kemampuan dalam mempresentasikan pesan penjualan
2. Kemampuan dalam menjalin relasi dengan pelanggan potensial
3. Kemampuan dalam bernegosiasi dengan konsumen

2.1.4. Sales Experience

Pengertian *sales experience* adalah pengalaman yang berasal dari selama tenaga penjual melakukan aktivitas penjualan, berlangsung sejak awal tenaga penjualan melakukan penjualan hingga saat ini (Kohli, Shervani, &

Challagalla, 1998). *Sales experience* merupakan pengalaman yang dimiliki secara lebih kompleks dari diri seorang tenaga penjualan yang didapatkan pada waktu pertama berhasil melakukan penjualan sampai dengan saat ini. Hasil kerja dari seorang tenaga penjualan dapat diartikan sebagai sebuah gambaran yang menunjukkan keberhasilan atau prestasi yang diraih tenaga penjualan dalam proses mengelola sumber daya dan memadukan dengan aplikasi penerapan strategi - strategi yang secara tepat dan cepat (Agustiana & Ferdinand, 2004). Pada dasarnya pengalaman menjual (*sales experience*) diasumsikan lebih mampu mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggannya, karena mampu membuat hubungan berkualitas antar individu dan adamaa saling tukar informasi (Jaramillo & Grisaffe, 2009)

Berdasarkan Agustiana & Ferdinand (2004), menyebutkan ada empat indikator dalam *sales experience* (pengalaman menjual). Adapun indikator tersebut adalah :

1. Pengalaman menjual diberbagai kelas
2. Pengalaman menjual beraagam jenis produk
3. Pengalaman dalam menyesuaikan diri dengan pelanggan
4. Pengalaman berhasil dalam menjual

2.2. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebagai dasar dari penelitian ini, maka penting adanya utnuk mengetahui hasil dari penelitian - penelitian terdahulu. Berikut adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *technical skill*, *salesmanship skill* dan *sales experience* terhadap *sales performance*, sebagai berikut:

Tabel 2. 1.
Kajian Penelitian Terdahulu

Judul, Nama (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Peneleitian
<p>Analisis Pengaruh Berbagai Faktor Terhadap Customer-Relationship Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan, (Studi Kasus Pada Tenaga Penjualan PT. Sinar Niaga Sejahtera (SNS) Regional Jawa Tengah). (Sase, Ferdinand, & Sutopo, 2015)</p>	<p>X1 : Orientasi Pelanggan X2 : Customer Relationship X3 : Kompetensi Tenaga Penjualan X4 : Pengalam Menjual Y : Kinerja Tenaga Penjualan</p>	<p>Variabel kompetensi tenaga penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, semakin luas pengetahuan dari tenaga penjual maka akan berdampak pada kinerja penjual tersebut.</p> <p>pengalaman menjual mempunyai hasil berpengaruh positif namun tidak signifikan, dimana pengalaman dari seorang tenaga penjual belum kuat dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan.</p>
<p>Perilaku Penjualan Adaptif Pengaruhnya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Hidayanti & Rusdianti, 2017)</p>	<p>X1 : Orientasi Pelanggan X2 : Perilaku Penjualan Adaptif X3 : Kompetensi Tenaga Penjualan Y : Kinerja Tenaga Penjualan</p>	<p>Kompetensi tenaga penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Hasil wawancara didapati bahwa perusahaan kurang memperhatikan kompetensi dari tenaga penjual karena pekerjaan tenaga penjualan yang cenderung memiliki resiko dengan tingkat yang lebih rendah, sehingga perusahaan banyak memilih menggunakan tenaga muda.</p>
<p>Pengaruh Kompetensi Menjual, Kualitas Hubungan, Dan Pengalaman Menjual Untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Pt. New Ratna Motor Semarang) (Arma, Ferdinand, & Raharjo, 2017)</p>	<p>X1 : Kompetensi Tenaga Penjualan X2 : Kualitas Hubungan X3 : Pengalaman Menjual Y : Kinerja Tenaga Penjualan</p>	<p>Kompetensi tenaga penjual berpengaruh negatif terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal tersebut disebabkan tenaga penjualan yang kompeten dalam penjualan belum tentu pintar dalam hal menjual, dikarenakan dalam proses penjualan juga dibutuhkan seni atau <i>art of selling</i>, apabila tenaga penjual hanya mahir</p>

Judul, Nama (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Peneleitian
		<p>dalam teori saja, dalam hal praktek lapangannya belum tentu berhasil dalam menjual produk yang ditawarkan.</p> <p>pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, dimana semakin tinggi pengalaman menjual tenaga penjual menandakan semakin banyak jam terbang dalam closing penjualan produk yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual.</p>
<p>Model Peningkatan Kinerja Tenaga Penjual : Orientasi Pelanggan, Kompetensi Teknik Tenaga Penjual Dan Perilaku Penjualan Adaptif (Ade, 2018)</p>	<p>X1 : Orientasi Pelanggan X2 : Kompetensi Teknik Tenaga Penjual Y1 : Kinerja Tenaga Penjual Y2 : Eriaku Penjualan Adaptif</p>	<p>kompetensi tenaga penjual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada kinerja tenaga penjual, karyawan tenaga penjual cenderung memiliki tingkat resiko yang lebih rendah, sehingga perusahaan lebih memilih menggunakan tenaga muda yang baru lulus dengan tujuan berjalannya waktu karyawan tersebut dapat beradaptasi.</p>
<p>Pengaruh Pengalaman Menjual, Kompetensi Menjual Dan Kualitas Hubungan Untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Penjualan Smartphone Kota Semarang) (Simarmata & Mudiantono, 2018)</p>	<p>X1 : Pengalaman Menjual X2 : Kompetensi Menjual X3 : Kualitas Hubungan Y : Kinerja Tenaga Penjualan</p>	<p>Pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, semakin tinggi pengalaman menjual seorang tenaga penjual maka akan meningkatkan kinerja tenaga penjualan tersenut.</p> <p>Variabel kompetensi tenaga penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual secara signifikan. Dimana</p>

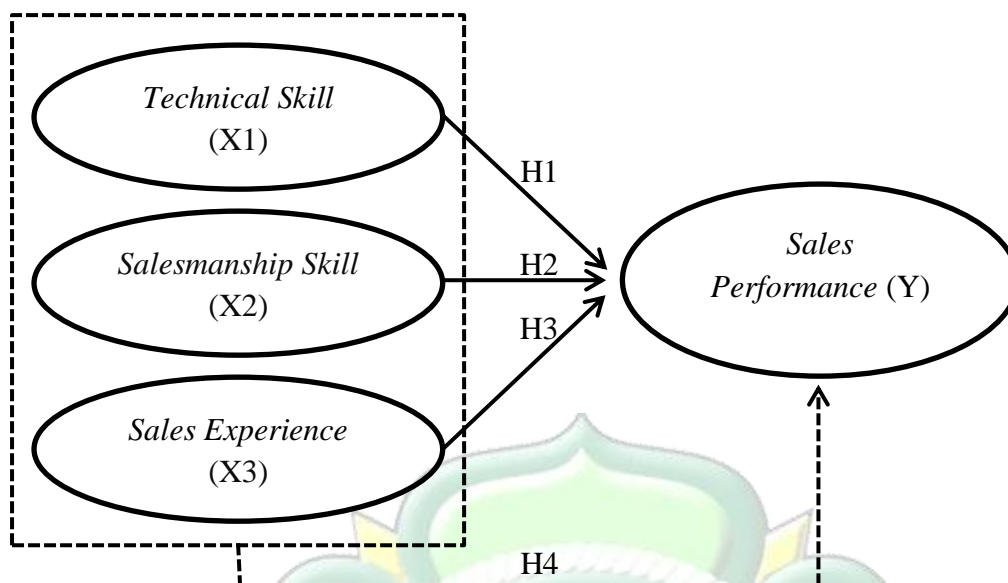
Judul, Nama (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Peneleitian
		kompetensi yang baik dari tenaga penjualan semakin baik, maka kinerja dari tenaga penjualan tersubet juga baik.
Analisis Efektivitas Kegiatan Dan Tingkat Pengalaman Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Tenaga Penjualan Dengan Kompetensi Teknik Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Kecil Menengah Pakaian Jadi Di Kota Semarang (Sugiyarti, 2018)	X1 : Efektivitas Kegiatan X2 : Tingkat Pengalaman Menjual X3 : Kompetensi Teknik Penjualan Y : Kinerja Tenaga Penjualan	Kompetensi teknik penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Tenaga penjualan yang memiliki pengetahuan tentang keistimewaan, manfaat produk, dan memiliki pengetahuan yang baik atas produk – produk dari pesaing maka dapat meningkatkan penjualan
Pengaruh <i>Interpersonal Skill, Salesmanship Skill, Technical Skill</i> , Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada Pt United Tractors Tbk (Amalia, Riyanto, & Farouk, 2018)	X1 : <i>Interpersonal Skill</i> X2 : <i>Salesmanship Skill</i> X3 : <i>Technical Skill</i> X4 : Motivasi Y : Kinerja Tenaga Penjualan	<i>Salesmanship skill</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kinerja tenaga penjualan pada PT United Tractors tbk, yang artinya dalam upaya kegiatan peningkatan terhadap kinerja perlu adanya peningkatan <i>salesmanship skill</i> yang dimiliki tenaga penjualan. Kompetensi tenaga penjual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Dalam upaya untuk meningkatkan kinerja perlu dilakukannya peningkatan <i>salesmanship skill</i> yang dimiliki setiap tenaga penjualan.
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Pt. Vivo Communication)	X1 : <i>Salesperson Technology Use</i> X2 : <i>Technical Knowledge</i> X3 : <i>Salesmanship</i>	Keterampilan dalam melakukan penjualan (<i>Salesmanship Skills</i>) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

Judul, Nama (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Peneleitian
Indonesia Kota Pekalongan (Mukhib & Ferdinand, 2018)	<i>Skills</i> Y : Kinerja Tenaga Penjualan	tenaga penjualan, yang mana semakin terampil seorang tenaga penjual dalam melakukan presentasi produk maka meningkatkan kinerja tenaga penjualan tersebut.
Pengaruh <i>Interpersonal Skill</i> Dan <i>Salesmanship Skill</i> Melalui Kinerja Tenaga Penjualan Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Pada Pt. Sinar Niaga Sejahtera Malang) (Hartatik et al., 2020)	X1 : <i>Interpersonal Skill</i> X2 : <i>Salesmanship Skill</i> Y : Kinerja Tenaga Penjualan	variabel <i>salesmanship skill</i> mempunyai pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Artinya dikatakan baik atau tidaknya <i>salesmanship skill</i> tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

Sumber : Sase, Ferdinand, & Sutopo (2015), Arma, Ferdinand, & Raharjo (2017), Hidayanti & Rusdianti (2017), Simarmata & Mudiantono (2018), Sugiyarti (2018), Amalia, Riyanto, & Farouk (2018), Mukhib & Ferdinand (2018), Amalia, Riyanto, & Farouk (2018) dan Hartatik, Kurniati, & Hardati (2020)

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT)

Berdasarkan landasan teori dan juga Penelitian terdahulu yang sudah membahas *sales performance* (Y) yang dipengaruhi oleh *Technical Skill* (X1), *Salesmanship Skill* (X2) dan *Sales Experience* (X3), maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian. Adapun kerangka pikir teoritis tersebut tersaji dalam gambar 3.1. :



Sumber : Sase, Ferdinand, & Sutopo (2015), Arma, Ferdinand, & Raharjo (2017), Hidayanti & Rusdianti (2017), Simarmata & Mudiantono (2018), Sugiyarti (2018), Amalia, Riyanto, & Farouk (2018), Mukhib & Ferdinand (2018), Amalia, Riyanto, & Farouk (2018) dan Hartatik, Kurniati, & Hardati (2020)

Gambar 2. 1.
Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban bersifat sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2017). Sementara jawaban yang diberikan baru sebatas teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner yang telah di oleh peneliti. Dari uraian dan hasil penelitian yang dikembangkan para ahli dan peneliti terdahulu, maka peneliti menjelaskan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut

2.4.1. Pengaruh *Technical Skill* Untuk Meningkatkan *Sales Performance*

Technical skill menurut Rentz et al.,(2002) merupakan kemampuan atas pengetahuan tenaga penjualan dalam rangka memnunjuk penjualannya, seperti halnya pengetahuan berkaitan desain dan keutamaan produk (penguasaan product knowledge), keahlian dalam pemakaian dan fungsi produk, pengetahuan berkaitan dengan teknik (keahlian engineering) dan prosedur yang diterapkan oleh kebijakan perusahaan. Sukoco, (2012:3) menjelaskan *Technical skill* adalah keterampilan atau kemampuan seorang tenaga penjual dalam proses pemasaran atau presentasi produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga terjadi transaksi penjualan.

Penelitian dari Sase, Ferdinand, & Sutopo (2015), Simarmata & Mudiantono (2018), Sugiyarti (2018) dan Amalia, Riyanto, & Farouk (2018) mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan *technical skill* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *sales performance*. Sedangkan penelitian dari Arma, Ferdinand, & Raharjo (2017), Hidayanti & Rusdianti (2017) dan Ade (2018) hasil penelitiannya menyatakan sebaliknya yakni *technical skill* tidak mempunyai pengaruh terhadap *sales performance*.

H1 : *Technical skill* berpengaruh dalam meningkatkan *sales performance* pada dealer CV Muncul Jaya.

2.4.2. Pengaruh *Salesmanship Skill* Untuk Meningkatkan *Sales Performance*

Salesmanship skill adalah suatu kemampuan yang dimiliki tenaga penjual dalam hal melakukan pemaparan dan melakukan *closing* (menutup penjualan) produk atau jasa. Seperti halnya bagaimana seseorang di dalam penyampaian sebuah presentasi yang dapat menarik dan unik dengan tujuan konsumen bisa memahami apa yang paparkannya (Rentz, et al, 2002). Sedangkan menurut Swastha (2008:47) *Salesmanship Skill* adalah keahlian yang harus dimiliki oleh seorang tenaga penjual yang bertujuan menciptakan proses penjualan yang berhasil ada pendapat yang menyatakan bahwa keahlian ini adalah bakat yang sudah dimiliki sejak lahir dan ada pula yang mempunyai pendapat jika semua orang mampu menjadi ahli penjualan apabila berusaha belajar dengan keras dan melakukan praktek dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian dari Mukhib & Ferdinand (2018) dan Amalia, Riyanto, & Farouk (2018) mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan *salesmanship skill* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *sales performance*. Sedangkan penelitian dari Hartatik, Kurniati, & Hardati (2020) hasil penelitiannya menyatakan sebaliknya yakni *salesmanship skill* tidak mempunyai pengaruh terhadap *sales performance*.

H2 : *Salesmanship skill* berpengaruh dalam meningkatkan *sales performance* pada dealer CV Muncul Jaya.

2.4.3. Pengaruh *Sales Experience* Untuk Meningkatkan *Sales Performance*

Sales experience (pengalaman menjual) adalah pengalaman yang berasal dari selama tenaga penjual melakukan aktivitas penjualan, berlangsung sejak awal tenaga penjualan melakukan penjualan hingga saat ini (Kohli, Shervani, & Challagalla, 1998). *Sales experience* merupakan pengalaman yang dimiliki secara lebih kompleks dari diri seorang tenaga penjualan yang didapatkan pada waktu pertama berhasil melakukan penjualan sampai dengan saat ini. Hasil kerja dari seorang tenaga penjualan dapat diartikan sebagai sebuah gambaran yang menunjukkan keberhasilan atau prestasi yang diraih tenaga penjualan dalam proses mengelola sumber daya dan memadukan dengan aplikasi penerapan strategi-strategi yang secara tepat dan cepat (Agustiana & Ferdinand, 2004).

Penelitian dari Arma, Ferdinand, & Raharjo (2017) dan Simarmata & Mudiantono (2018) mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan pengalaman menjual (*sales experience*) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *sales performance*. Sedangkan penelitian dari Sase, Ferdinand, & Sutopo (2015) hasil penelitiannya menyatakan sebaliknya yakni *sales experience* tidak mempunyai pengaruh terhadap *sales performance*.

H3 : *Sales experience* berpengaruh dalam meningkatkan *sales performance* pada dealer CV Muncul Jaya.

2.4.4. Pengaruh Secara Bersama-Sama *Technical Skill, Salesmanship Skill dan Sales Experience* Untuk Meningkatkan *Sales Performance*

Penelitian dari Sase, Ferdinand, & Sutopo (2015), Simarmata & Mudiantono (2018), Sugiyarti (2018), Amalia, Riyanto, & Farouk (2018), Mukhib & Ferdinand (2018), Amalia, Riyanto, & Farouk (2018), Arma, Ferdinand, & Raharjo (2017) dan Simarmata & Mudiantono (2018) mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan *technical skill, salesmanship skill* dan *sales experience* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *sales performance*. Sedangkan penelitian dari Sase, Ferdinand, & Sutopo (2015), Arma, Ferdinand, & Raharjo (2017), Hidayanti & Rusdianti (2017), Ade (2018) dan Hartatik, Kurniati, & Hardati (2020) hasil penelitiannya menyatakan sebaliknya yakni *technical skill, salesmanship skill* dan *sales experience* penjualan tidak mempunyai pengaruh terhadap *sales performance*.

H4 : *Technical skill, salesmanship skill* dan *sales experience*. berpengaruh secara bersama - sama dalam meningkatkan *sales performance* pada dealer CV Muncul Jaya.