

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Kinerja Tenaga Penjualan

Challagalla dan Shervani, (1996) bahwa, kinerja tenaga penjualan merupakan suatu prestasi dimana tenaga penjualan dalam mencapai target penjualan yang ditetapkan pada dirinya. Kinerja sebagai sebuah konstruk yang mungkin akan lebih penting dalam konteks penjualan, kinerja tenaga penjualan berakibat langsung pada pendapatan atau laba perusahaan. Kinerja tenaga penjualan adalah sebuah evaluasi dari kontribusi tenaga penjualan terhadap pencapaian tujuan organisasi (Baldauf, et., al 2001).

Studi Ferdinand, (2004) bahwa kinerja tenaga penjualan sangat tergantung dari bagaimana tujuan orientasi strategi itu dikembangkan, dan diimplementasi oleh tenaga penjualan dengan mengalokasikan dan mengkoordinasi sumber daya secara lebih efektif dan efisien. Jatmiko M. R. (2016) Kinerja tenaga penjualan adalah bagian tujuan dari implementasi berbagai strategi penjualan yang dilakukan antara perusahaan terhadap tenaga penjualan secara berkesinambungan untuk mencapai apa yang diharapkan. Kinerja tenaga penjualan diposisikan sebagai konstruk sesuatu tolak ukur yang mutlak apabila organisasi dan tenaga penjualan berkeinginan untuk meningkatkan kinerja mereka secara signifikan.

Menurut Spiro & Weitz dalam jurnal Mulatsih (2011) Kinerja adalah keberhasilan kerja atau prestasi kerja sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang atau organisasi karena melaksanakan tugasnya dengan baik. Kinerja tenaga penjualan selalu dapat dipandang sebagai hasil dari dijalankannya sebuah peran strategik tertentu, yang bagi seorang tenaga penjualan, kinerja itu dihasilkan sebagai akibat dari keagresifan penjualan. force mendekati dan melayani dengan baik customernya.

Menurut Baldauf and Cravens dalam jurnal Putra (2018) kinerja tenaga penjualan adalah perilaku yang ditampilkan oleh tenaga penjualan dan hasil yang didapat dari usaha tenaga penjualan. Kinerja tenaga penjualan dapat dilihat dari pengetahuan teknis dimana tenaga penjual memahami desain dan spesifikasi dari sebuah produk, memahami fungsi dari sebuah produk, dan selalu mengikuti perkembangan produksi perusahaan dan perkembangan teknologi.

Tenaga penjual diharapkan memiliki kinerja yang maksimal. Kinerja dari tenaga penjual dianggap maksimal ditandai dengan kesuksesan dari tenaga penjual dalam mencapai target penjualan yang diberikan dan menjalankan fungsinya yaitu rutin menjual produk dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, mereka juga dituntut untuk mengikuti dinamika perubahan kondisi pasar. Dalam hal membangun hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, penjualan personal memiliki keunggulan dibandingkan saluran promosi yang lainnya seperti periklanan dan promosi penjualan yang memiliki komunikasi satu arah, ini dikarenakan

kekuatan penjualan personal terletak pada pertukaran komunikasi yang lebih efisien dan mengurangi kerugian menurut Hammann (1979) dalam jurnal Muftiasa (2018).

Hasil kerja tenaga penjualan diartikan sebagai sebuah cerminan yang merefleksikan keberhasilan atau prestasi seorang tenaga penjualan dalam mengelola sumber daya dan mengkombinasikan dengan aplikasi penerapan strategi-strategi yang secara tepat dan cepat Agustiana (2004) dalam jurnal Arma *et.al* (2017). Seorang tenaga penjualan yang tingkat kinerjanya tinggi maka mampu menginterpretasikan dan beradaptasi menggunakan strategi penjualan yang memenuhi sasaran kepada apa yang diinginkan pelanggan. Selain itu juga akan lebih memberikan waktu dan memiliki kemampuan untuk bekerja keras dalam hal melayani pelanggan.

2.1.2. Pengalaman Menjual

Pengalaman merupakan sebuah proses pembentukan pengetahuan atau keterampilan tentang metode suatu pekerjaan karena keterlibatan karyawan tersebut dalam pelaksanaan tugas pekerjaan. Pengalaman kerja merupakan ukuran tentang seberapa lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik Menurut Ranupandojo dalam jurnal Setyawati, *et al.* (2018)

Aktivitas penjualan akan menjadi lebih efektif apabila dilakukan oleh tenaga penjualan yang memiliki kemampuan dan pengalaman serta wawasan yang luas. Tenaga penjualan yang terlatih akan memiliki motivasi dan etos kerja yang baik

sangat mempengaruhi penentuan keberhasilan strategi dan pelaksanaan praktisnya. Keberhasilan strategi tenaga penjual tidak terlepas dari pengalaman dan kemampuan kinerja tenaga penjual. Pengalaman yang dialami tenaga penjual baik berupa kejadian yang baik maupun sebaliknya memberikan pembelajaran guna merubah pola dan strategi bagi tenaga penjual. Pengalaman tersebut sebagai dasar untuk melaksanakan praktik dilapangan.

Menurut Leigh & Mc.Graw dalam jurnal Mulatsih (2011) mengatakan bahwa tenaga penjualan yang lebih berpengalaman memiliki pengalaman-pengalaman yang banyak pada bermacam situasi penjualan Mereka mudah menemukan intervensi pengawasan yang menyusahkan, yang mengurangi motivasi mereka untuk belajar. Tenaga penjualan yang tidak berpengalaman tidak memiliki pengalaman-pengalaman yang banyak untuk menghadapi situasi penjualan yang bermacam-macam, mereka akan lebih sabar dalam upaya-upaya pengawasan untuk mempengaruhi aktivitas sehari-hari.

2.1.3. Orientasi Bekerja Cerdas

Orientasi bekerja cerdas merupakan kemampuan seorang tenaga penjualan merencanakan, memformulasikan, mengartikulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi siklus pembelian pelanggan dan siklus menjualnya. Dalam jurnal Sari (2014) Shapiro dan Weitz mengatakan bahwa orientasi bekerja cerdas sebagai orientasi dasar pengembangan strategi kerja tenaga penjualan akan memberikan wawasan baru pada proses strategi yang dikembangkan, karena itu akan menghasilkan strategi yang bermutu.

Orientasi pembelajaran mendorong tenaga kerja untuk merubah strategi penjualan, selain itu memotivasi tenaga penjual untuk dapat melakukan perencanaan dan mengembangkan pengetahuan dasar serta keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan dan mencoba menggunakan pendekatan yang baru Wulandari, dalam jurnal Putra (2018). Orientasi pembelajaran akan menjadikan tenaga penjual untuk bekerja lebih cerdas karena tenaga penjual akan menikmati proses penjualan yang telah dilakukan dan apabila terjadi kegagalan dalam proses penjualan, seorang tenaga penjual tidak akan mengalami kesulitan yang berarti.

Menurut Sujana et.al dalam jurnal Putra (2018) Kerja cerdas diartikan sebagai suatu perilaku yang diarahkan pada pengembangan pengetahuan mengenai situasi penjualan serta penggunaan pengetahuan tersebut dalam situasi penjualan. Dijelaskan jika bekerja secara cerdas (*working smart*) dikonsepsikan sebagai perilaku yang situasional.

2.1.4. Kompetensi Menjual

Tenaga penjualan seharusnya memiliki kemampuan khusus agar berhasil dalam memasarkan produknya untuk mencapai kinerja yang memuaskan serta dituntut untuk mencapai target perusahaan. Sujan, et.al., (1994) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa efek bekerja cerdas dan keras dari kinerja tenaga penjualan sangat berpengaruh dengan ukuran indikator memberikan andil kepada perusahaan melalui kemampuan dalam mencapai pangsa pasar yang dilakukan oleh tenaga penjualan, cepat menjualkan produk baru perusahaan, dan pencapaian target penjualan. Menurut Kohli, *et al.* (1998) dalam jurnal Arma, *et al.* (2017) menyatakan bahwa penjualan yang mempunyai kompetensi dan pengalaman maka aktivitas penjualannya sangat efektif. Menurut Weilbaker dalam jurnal Hastuti (2014) menyatakan bahwa kompetensi tenaga penjual dalam melakukan aktifitas penjualan memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja tenaga penjual. Kompetensi yang dimiliki tenaga penjual bertujuan untuk memperkuat strategi aktifitas penjualan pada target marketnya, sehingga pada akhirnya menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang

dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa tesis, skripsi dan jurnal-jurnal. Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini dapat diikhtisarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu.

No	Judul	Variabel	Hasil	Peneliti
1.	SMART WORKING ORIENTATION DAN CUSTOMER ORIENTATION; IMPLIKASINYA TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN MULTI LEVEL MARKETING	X1:Smart Working Orientation, X2:Customer Orientation Y:Kinerja Tenaga Penjualan	Bahwa Variabel Orientasi bekerja cerdas berpengaruh Negatif tidak signifikan terhadap Kinerja Penjualan, sedangkan Orientasi Pelanggan berpengaruh Positif tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan	Dewi Komala Sari (2014)
2.	PENGARUH KOMPETENSI MENJUAL, KUALITAS HUBUNGAN, DAN PENGALAMAN MENJUAL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUALAN (STUDI PADA PT. NEW RATNA MOTOR SEMARANG)	X1:Kompetensi Menjual X2:Kualitas Hubungan X3:Pengalaman Menjual Y:Kinerja Tenaga Penjualan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi menjual tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan, kualitas hubungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan	Aulia Arma (2017)
3.	KINERJA TENAGA	X1:Orientasi	Hasil penelitian	Syaeful

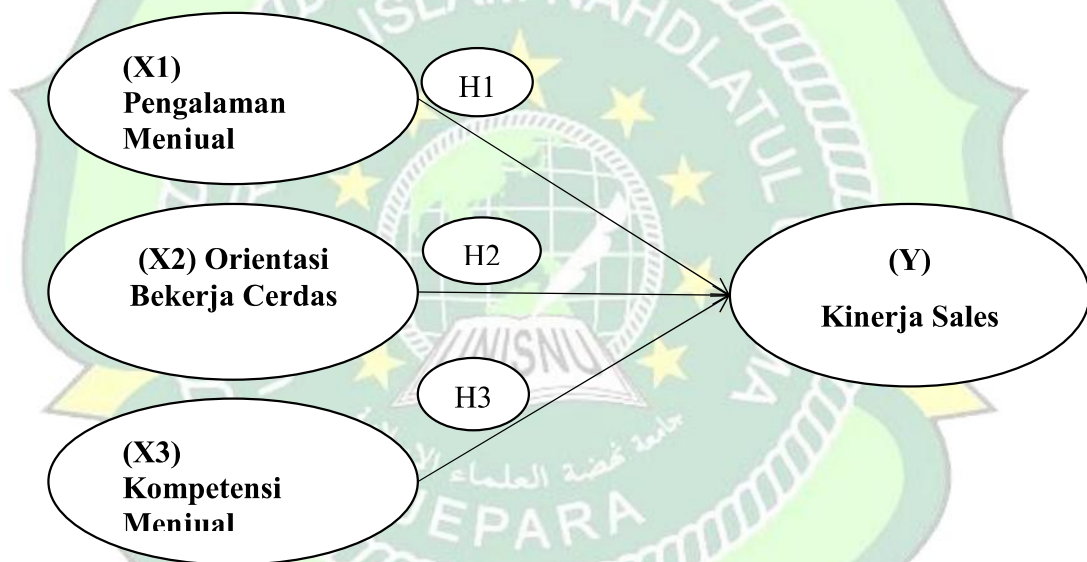
	PENJUALAN PT. NASMOCO JAWA TENGAH DAN DIY	Pembelajaran X2:Kualitas Pelatihan X3:Orientasi Bekerja Cerdas X4:Kompetensi Tenaga Penjualan Y:Kinerja Tenaga Penjual	menunjukkan bahwa Orientasi Pembelajaran , Kualitas Pelatihan, dan Kompetensi Tenaga Penjual berpengaruh positif Kinerja Tenaga Penjual, sedangkan Orientasi Bekerja Cerdas berpengaruh Negatif terhadap Kinerja Tenaga Penjual	Amri (2015)
4.	PENGARUH PROVING GOAL ORIENTATION DAN SELLING EXPERIENCE TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN DENGAN PERILAKU PENJUALAN ADAPTIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Lembaga Keuangan Mikro di Kabupaten Kebumen)	X1:Tujuan Orientasi X2:Pengalaman Menjual X3:Perilaku Penjualan Adaptif Y:Kinerja Tenaga Penjualan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tujuan Orientasi berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan, sedangkan Pengalaman menjual tidak berpengaruh terhadap kinerja penjualan adaptif berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan.	Harini Abrilia Setyawati (2018)
5.	ANALISIS YANG MEMPENGARUHI ADAPTIVE SELLING CAPABILITY DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA	X1:Orientasi Nilai Individu X2:Kompetensi Menjual X3:Penjualan Adaptif Y:Kinerja	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai orientasi individu pada kemampuan penjualan adaptif berpengaruh signifikan, dan kompetensi penjual	Yenny Widya Hastuti (2014)

	PENJUALAN PADA PERUSAHAAN FARMASI DI KOTA SEMARANG	Penjualan	berpengaruh positif signifikan pada kemampuan penjualan adaptif dan nilai orientasi individu pada kinerja penjualan adalah signifikan dan pengaruh kompetensi menjual pada kinerja penjualan adalah positif signifikan;	
6.	ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL MELALUI KERJA CERDAS, KEMAMPUAN JUAL, DAN PENJUALAN ADAPTIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Tenaga Penjual Sepeda Motor Jepang di Magelang)	X1:Orientasi Pembelajaran X2 : Kerja Cerdas X3 : Kemampuan Jual X4:Penjualan Adaptif Y:Kinerja Tenaga Penjualan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Pembelajaran, Kerja Cerdas,dan Penjualan Adaptif berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja penjualan, sedangkan Kemampuan jual berpengaruh negatif terhadap kinerja penjualan.	Randy Mahendra Putra, (2018)

Sumber : Dewi Komala Sari (2014) , Aulia Arma (2017), Harini Abrilia Setyawati (2018), Syaeful Amri (2015), Yenny Widya Hastuti (2014), Randy Mahendra Putra, (2018).

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan dukungan landasan teoritik yang diperoleh dari eksplorasi teori yang dijadikan rujukan konseptual variabel penelitian, terdapat 3 (tiga) variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. Adapun variabel independen yang diprediksikan berpengaruh yaitu Pengalaman menjual, Orientasi Kerja Cerdas, dan Kompetensi Menjual, maka dapat disusun Kerangka Pemikiran sebagai berikut :



Sumber : dikembangkan dalam penelitian ini

Gambar 2.1
Diagram Kerangka Pemikiran

Keterangan :

→ = Mempengaruhi secara parsial

2.4. Rumusan Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian yang biasa dirumuskan dalam bentuk yang dapat diuji secara empirik. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah pengalaman menjual, orientasi bekerja cerdas, kompetensi menjual terhadap kinerja tenaga penjualan. pada dealer honda Muncul Jaya Keling sebagai berikut :

2.4.1. Pengaruh Pengalaman Menjual Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil penelitian Arma (2017) bahwa pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Sejalan dengan penelitian Setyawati (2018) yang mengatakan bahwa pengalaman menjual berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Dari uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: Terdapat pengaruh pengalaman menjual terhadap kinerja tenaga penjualan

2.4.2. Pengaruh Orientasi Bekerja Cerdas Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2014) bahwa Orientasi Bekerja Cerdas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Sejalan dengan penelitian Amri (2015) yang mengatakan bahwa orientasi bekerja cerdas berpengaruh negatif terhadap kinerja tenaga penjualan. Namun pada penelitian Putra (2018) mengatakan bahwa orientasi bekerja cerdas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Dari uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh orientasi bekerja cerdas terhadap kinerja tenaga penjualan

2.4.3. Pengaruh Kompetensi Menjual Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil penelitian Hastuti (2014) menunjukkan bahwa kompetensi menjual berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Sejalan dengan penelitian dari Amri (2015) yang mengatakan bahwa kompetensi menjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3: Terdapat pengaruh kompetensi menjual terhadap kinerja tenaga penjualan

