

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif, menjadikan setiap perusahaan harus lebih sigap dalam menghadapi kondisi tersebut. Dengan penyusunan strategi yang tepat dan juga analisa pasar yang jitu diharapkan perusahaan akan memiliki kekuatan untuk melakukan persaingan, oleh sebab itu perusahaan di tuntut untuk dapat bersaing dalam meningkatkan mutu produk barang dan jasa. Penyediaan produk barang dan jasa menjadi pilar utama bagi perusahaan untuk menarik minat konsumen. Namun penyediaan sebuah produk pada saat yang tepat, tempat yang tepat, dan harga yang terjangkau belum cukup untuk merebut minat konsumen pada barang atau jasa tertentu. Ketatnya persaingan kini sudah tidak bisa dihindari oleh sebuah perusahaan, sehingga perusahaan harus mempersiapkan strategi pemasaran dan juga di dukung oleh sumber daya manusia yang tangguh.

Dalam rangka mendukung keberhasilan perusahaan, maka dibutuhkan dukungan tenaga penjualan (*sales*) dalam sebuah perusahaan. Dukungan *sales* dalam sebuah perusahaan memiliki peranan yang penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan dan penjualan. *Sales* juga dapat menjembatani antara perusahaan dengan konsumen mereka. Selain itu *Sales* juga harus mengerti selera konsumen, dan selera pasar, selanjutnya mereka akan memberikan informasi kepada perusahaan, dan di harapkan perusahaan dapat merespon dengan baik.

Peran *Sales* saat ini masih sangat relevan dan penting, sebab sebagian konsumen di Indonesia lebih nyaman membeli kepada manusia karena dapat bernegosiasi secara langsung. Karena ketika konsumen membeli dengan manusia maka mereka dapat berinteraksi langsung dengan *Sales* tersebut, konsumen akan lebih percaya dan meminimalisir risiko penipuan. Seorang *sales* yang memiliki kemampuan komunikasi dengan baik, maka dapat dengan mudah mendapatkan konsumen, karena konsumen merasa yakin dengan apa yang *sales* sampaikan. Selain itu, didukung dengan penampilan *Sales* yang meyakinkan akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan (*Sales Performance*). Dan kesuksesan penjualan dapat ditandai dengan kemampuan tenaga penjual untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan ataupun dengan rekan kerja dalam lingkungan perusahaan.

Menurut Anglin, *et al.* 1990 dalam Mulatsih (2011) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berkaitan dengan perilaku yang di tunjukkan pelanggan terhadap *sales* yang muncul akibat pengaruh komunikasi yang bersifat terbuka, dilandasi kejujuran dan saling ketergantungan diantara *sales* dan konsumen. Sebuah perusahaan dapat di kenang dan di ingat oleh konsumen karena kinerja tenaga penjualannya (*Sales Performance*). Karena mampu dikenang dan diingat oleh konsumen maka kepercayaan konsumen juga dapat meningkatkan *Sales Performance*. Baldauf, *et al* (2001) dalam Hubtriyani Ade (2018) mendefinisikan *Sales Performance* berkaitan dengan evaluasi dan kontribusi seorang *Sales* dalam mencapai tujuan organisasi yang berupa hasil penjualan yang diperoleh berkenaan dengan usaha *Sales* tersebut.

Dalam sebuah perusahaan tentunya sangat di perlukan peran tenaga penjualan (*Sales*) untuk menjalankan usaha pemasarannya. Perusahaan di tuntut untuk memberi pelayanan yang maksimal dan mengetahui seluruh kebutuhan dan keinginan konsumen, apalagi persaingan saat ini semakin ketat dan mengharuskan perusahaan untuk dapat meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu peran *Sales* sangatlah penting dalam sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar. Mengelola *Sales Performance* merupakan keharusan karena *Sales Performance* akan berdampak langsung terhadap perusahaan, dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai keuntungan terletak pada hasil penjualan yang meningkat.

Untuk mencapai kesuksesan dalam penjualan, perusahaan harus dapat mengelola segala sumber daya yang berkaitan dengan tenaga penjualan (*Sales*) yang akan mendukung keberhasilan perusahaan tersebut dalam mencapai tujuan perusahaan. *Sales* juga harus banyak mengetahui informasi tentang produk-produk yang akan di pasarkannya dan memiliki ketrampilan berkomunikasi yang baik untuk menjelaskan produknya, karena *Sales* merupakan bagian yang langsung berhubungan dengan pelanggan yang akan mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk yang kita tawarkan.

Sales juga sangat berperan penting dalam dunia penjualan transportasi. Salah satu transportasi saat ini adalah transportasi sepeda motor yang sekarang semakin kuat dalam persaingan. Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa

pasar. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, maka produsen diuntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fenomena persaingan yang ada saat ini akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar (*Marketshare*). Indonesia saat ini juga turut serta dalam perkembangan dunia otomotif dan penjualan sepeda motor secara nasional dari tahun ke tahun.

Seperti halnya sepeda motor Yamaha. Yamaha merupakan perusahaan transportasi yang ternama di Indonesia, saat ini menduduki posisi ke-2 di pasaran setelah Honda yang masih menjadi TOP Market dalam dunia Transportasi sepeda motor di Indonesia. Yamaha juga telah membuka cabang yang saat ini telah memiliki 11 Dealer yang tersebar di berbagai Kecamatan Jepara. Semakin banyak Yamaha mengeluarkan sepeda motor model terbaru, masih saja Yamaha mengalami fluktuasi dalam penjualan dan belum bisa stabil dalam penjualan dan pemasarannya.

Berikut adalah Area *Dealer* beserta jumlah *sales* Yamaha di Jepara :

Tabel 1.1
Area Dealer beserta jumlah sales Yamaha di Jepara

No.	Area	Jml Sales
1	Hidup Baru Jl. Raya Welahan No. 40 – Welahan, Jepara	7
2	Mataram Sakti Gotri Jl. Raya Jepara Kudus Rt 2 Rw 7, Jepara	9
3	Mataram Sakti Mayong Jl. Raya Jepara Kudus Km. 26 Ruko Pringtulis Nalumsari Jepara, Jepara	7
4	Harpindo Jaya – Ngabul Jl. Raya Jepara Km.8, Ngabul, Jepara	9
5	Kapindo Motor Jl. Dr. Sutomo No.16 Rt.001 / 002 Kauman, Jepara	5
6	Mataram Sakti Jl. Raya Jepara - Bangsri 26 Kec. Bangsri Kab. Jepara, Jepara.	11
7	Mataram Sakti Keling Jl. Raya Keling - Jepara Km 30, Jepara	7
8	Murah Motor Jl. Pemuda No. 20, Jepara	12
9	Yamaha Mataram Sakti Jl. Pecangaan No. 9, Jepara	9
10	Pt Kencana Harpindo Jl. Raya Shima (pengkol), Jepara	17
11	Malia Motor Jl. Raya Kelet - Jepara 0291 579283 0291, Jepara	8
Jumlah Sales (Responden)		101

Sumber : Sales Yamaha di Jepara

Peran *sales* dalam hal ini sangat diperlukan untuk menunjang agar penjualan sepeda motor Yamaha terus meningkat, karena penjualan yang tidak stabil dapat dikarenakan tenaga penjualan yang kurang maksimal dalam proses penjualan. *Sales* Yamaha di Jepara yang berjumlah 101 orang ini merupakan ujung tombak dalam proses penjualan termasuk dalam penjualan sepeda motor Yamaha di Jepara karena mereka yang berhubungan secara langsung dengan konsumen

dalam proses penjualan berlangsung. Sales pasti tau bagaimana keinginan konsumen dari segi pelayanan dan kualitas produk yang diharapkan. Permasalahan pada *sales* di Jepara yang dikemukakan oleh pihak Manajer sendiri adalah masalah *sales* yang sebagian besar memang kurang berpengalaman dan sebagian *sales* juga baru belajar dalam bidang jual beli yang menyebabkan kurang stabilnya penjualan sepeda motor Yamaha di Jepara, dan *sales* yang memiliki kinerja yang kurang baik maka akan berpengaruh terhadap penjualan, maka dari itu perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja sales itu sendiri.

Berdasarkan data yang dirilis AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia), penjualan sepeda motor pada bulan Agustus 2018 mengalami penurunan dibandingkan bulan sebelumnya. Dari 5 pabrikan yang terdaftar sebagai anggota AISI yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan TVS, total penjualan dari pabrik ke Dealer (*Wholesale Sales*) mencapai 568.056 unit. Padahal, satu bulan sebelumnya tercatat sebanyak 593.749 unit yang terdistribusi. Bahkan penjualan total bulan terakhir di tahun 2018 juga mengalami penurunan. Penguasa pasar sepeda motor Indonesia sampai saat ini masih tetap Honda dengan angka distribusi 443.694 unit. Capaian tersebut turun dari Juli 2018 yang mencapai 450.662 unit. Capaian negatif juga di alami oleh penghuni tetap posisi 2 yaitu Yamaha. Angka distribusi pabrikan ini mengalami penurunan dari 127.101 unit pada bulan Juli 2018 dan menjadi 108.896 unit untuk bulan Agustus. Dealer Yamaha sudah banyak buka cabang di area Jepara dan *Sales* Yamaha pun banyak yang melakukan penjualan di area yang sudah di tentukan, tetapi hal tersebut

ternyata masih belum dapat membantu perusahaan sepeda motor Yamaha untuk tetap mencapai penjualan yang stabil.

Berikut adalah jumlah unit sepeda motor Yamaha yang terjual, dapat dilihat dari data AISI 2018 (Asosiasi Sepeda motor Seluruh Indonesia) di bawah ini :

Tabel 1.2
Penjualan unit Sepeda Motor Yamaha Tahun 2018

No	Bulan	Terjual (unit)	Presentase (%)
1.	Januari	122.989	8%
2.	Februari	85.429	6%
3.	Maret	133.126	9%
4.	April	113.182	8%
5.	Mei	140.068	10%
6.	Juni	96.150	7%
7.	Juli	127.101	9%
8.	Agustus	108.896	7%
9.	September	134.419	9%
10.	Oktober	138.012	9%
11.	November	140.683	10%
12.	Desember	116.033	8%
	Total	1456088	100%

Sumber : viva.co.id

Dari data diatas, menunjukkan bahwa terjadi fluktuatif bahkan cenderung mengalami penurunan pada penjualan produk sepeda motor Yamaha. Dapat dilihat bahwa jumlah penjualan unit sepeda motor Yamaha pada bulan Agustus mengalami penurunan di bandingkan bulan sebelumnya yaitu bulan Juli 2018. Hampir seluruh dealer di daerah Indonesia mengalami penurunan termasuk daerah Jepara, yang memiliki 11 cabang dealer yang menyebar diseluruh Jepara. Berikut adalah data penjualan sepeda motor Yamaha di Jepara :

Tabel 1.3
Penjualan unit Sepeda Motor Yamaha di Jepara
Tahun 2018

No	Bulan	Terjual (unit)	Presentase (%)
1.	Januari	320	9%
2.	Februari	250	7%
3.	Maret	360	10%
4.	April	300	8%
5.	Mei	350	9%
6.	Juni	225	6%
7.	Juli	360	10%
8.	Agustus	290	8%
9.	September	310	8%
10.	Oktober	370	10%
11.	November	385	10%
12.	Desember	200	5%
	Total	3720	100%

Sumber : Sales Yamaha di Jepara

Industri Sepeda motor sekarang ini sedang mengalami penurunan penjualan yang merambah ke berbagai daerah termasuk Jepara. Adanya penurunan penjualan sepeda motor Yamaha di Jepara seperti halnya data di atas juga menunjukkan adanya penurunan *Sales Performance* pada perusahaan tersebut, melihat begitu pentingnya *Sales* dalam sebuah perusahaan, sehingga *Sales Performance* menjadi hal pokok yang harus di tingkatkan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam peningkatan penjualan sepeda motor Yamaha di Jepara.

Yamaha di Jepara sedang mengalami penjualan yang tidak stabil pada Kuartal I dan Kuartal III, Yamaha mengalami penurunan dalam penjualan sepeda motornya. Unit sepeda motor yang terjual menurun dan tidak stabil dalam tahun 2018 ini, dah hal tersebut juga sangat di perlukan seorang *Sales* yang handal dan

memiliki keterampilan juga pengalaman menjual yang cukup dalam bidangnya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Sales Performance* yaitu (Kemampuan Menjual) *Selling skills*, Pengalaman Menjual dan *Customer Orientation*.

Kemampuan Menjual (*Selling Skill*) merupakan keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh Tenaga Penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis, (Liu dan Leach 2001, p.149) dalam Hendriyanto (2012). Kemampuan Menjual sering juga di tunjukkan dengan memberi solusi yang dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa mendapatkan nilai tambah dan terjadi transaksi pembelian. Kemampuan *Sales* ini akan meningkat apabila sering terjadi pembelajaran tenaga penjualan terhadap kondisi yang di hadapi dalam menjalankan tugas penjualannya. Oleh karena itu kemampuan menjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ade hubtriyon, 2018) yang menjelaskan bahwa kemampuan menjual tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual (*Sales Performance*).

Seorang *sales* juga harus memiliki Pengalaman dalam Menjual agar dapat menghadapi berbagai situasi dalam Penjualan. Pengalaman Menjual adalah pengetahuan yang lebih kompleks dari seorang *Sales* yang di dapat pada saat pertama melakukan penjualan. Seorang *Sales* yang berpengalaman sering menunjukkan aktivitas-aktivitas penjualan yang beragam, dan dapat menjelaskan semua varian produk, dan lebih berkompeten dalam menghadapi pesaing, dan *Sales* yang berpengalaman pasti pernah mengalami kegagalan dan membuat kegagalan tersebut menjadi pengalaman dan pembelajaran untuk melakukan penjualan selanjutnya. Jadi, pengalaman menjual sangat berpengaruh terhadap

kinerja tenaga penjualan. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Helmy dan Setyawati, 2018), dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengalaman menjual tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual (*Sales Performance*).

Selain memiliki kemampuan menjual dan pengalaman menjual, seorang *sales* juga harus berorientasi pada pelanggan. Orientasi pelanggan merupakan kemampuan tenaga penjual untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Maka orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual, berbeda dengan hasil dengan penelitian yang dilakukan (Edward E Rigdon, 2014) yang menjelaskan bahwa orientasi pelanggan tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual (*Sales Performance*).

Dari fenomena dan penjelasan diatas, diantaranya terdapat data penjualan sepeda motor Yamaha yang mengalami fluktuasi bahkan cenderung menurun dan terdapat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel *Selling Skill*, *Selling Experience*, dan *Customer Orientation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Sales Performance*.

Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yang diambil yaitu, **“Pengaruh *Selling Skill*, *Selling Experience*, dan *Customer Orientation*, terhadap *Sales Performance*” (Studi pada *sales* Yamaha di Jepara)**

1.2 Ruang Lingkup

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh Tenaga Penjualan (*Sales*) Yamaha di Jepara. Variabel yang di ambil adalah Kemampuan Menjual (*Selling Skill*), Pengalaman Menjual (*Selling Experience*), Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*), terhadap Kinerja Tenaga penjualan (*Sales Performance*) Yamaha di Jepara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan diatas menunjukkan bahwa terjadi fluktuatif bahkan cenderung mengalami penurunan pada penjualan produk sepeda motor Yamaha. Dapat dilihat bahwa jumlah penjualan unit sepeda motor Yamaha pada bulan Juli mengalami penurunan di bandingkan bulan sebelumnya yaitu bulan Agustus 2018. Hampir seluruh dealer daerah di Indonesia mengalami penurunan termasuk daerah Jepara.

Adanya penurunan penjualan seperti halnya di atas juga menunjukkan adanya penurunan *Sales Performance* pada perusahaan tersebut, melihat begitu pentingnya *Sales* dalam sebuah perusahaan, sehingga *Sales Performance* menjadi hal pokok yang harus di tingkatkan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam peningkatan penjualan sepeda motor Yamaha di Jepara. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Sales Performance* yaitu *Selling skills*, *Selling experience* dan *Customer Orientation*.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka munculah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Selling Skill* berpengaruh terhadap *Sales Performance* Yamaha di Jepara?
2. Apakah *Selling Experience* berpengaruh terhadap *Sales Performance* Yamaha di Jepara?
3. Apakah *Customer Orientation* berpengaruh terhadap *Sales Performance* Yamaha di Jepara?
4. Apakah *Selling Skill*, *Selling Experience*, dan *Customer Orientation* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Sales Performance* Yamaha di Jepara?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemampuan Menjual (*Selling Skill*), Pengalaman Menjual (*Selling Experience*), Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*), terhadap Kinerja Tenaga penjualan (*Sales Performance*) Yamaha di Jepara.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1.5.1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi yang baik, bahan masukan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan dapat menambah evaluasi. Dan diharapkan dapat membantu tenaga penjualan (*Sales*) untuk lebih menggali dan memahami faktor-faktor yang berpotensi untuk meningkatkan kemampuan *Sales* dan meningkatkan prooduk yang mereka tawarkan.

1.5.2. Manfaat Teoritis

1. Dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai pentingnya pengaruh Kemampuan Menjual (*Selling Skill*), Pengalaman Menjual (*Selling Experience*), Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*), terhadap Kinerja Tenaga penjualan (*Sales Performance*) Yamaha di Jepara.
2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu yang bermanfaat bagi pembaca, dan dapat dijadikan sebagai dasar atau dalam menentukan kebijakan dan bisa dijadikan referensi untuk penelitian yang lebih lanjut mengenai pengaruh *Selling Skill*, *Selling Experience*, *Customer Orientation*, terhadap Kinerja Tenaga penjualan (*Salesperson Performance*) Yamaha di Jepara.