

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU TENAGA PENJUAL,  
PERENCANAAN KEGIATAN PENJUALAN DAN ORIENTASI KINERJA  
TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL  
PADA PT. PRIMA ZIRANG UTAMA SEMARANG**

**Wahyu Hidayat dan Widiartanto**

**Abstract:** *The aim of study was to examine the influence among salesforce behavior, sales activity planning, performance orientation, and salesforce performance at PT. Prima Zirang Utama Semarang. Design/Methodology used quantitative-explanative approach. Regression analysis, either through parsial and simultan indicate that all hypothesis examination yield influence which are positively and significant between independent variable to dependent variable. Research limitation is theorys which base on research less comprehensive to be used as research reference and locus of research possibility less for elaborating of salesforce condition. The recommendation of this research is to conduct organizational development activities like method of knowledge sharing between employees through sales simulation and evaluation, brainstorming about sales strategy, daily briefing by supervisor, and trainings for knowledge management at employees and company's level.*

**Key Words:** *Salesforce Behavior, Sales Activity Planning, Performance Orientation, Salesforce Performance*

## **Pendahuluan**

Menjual mendapatkan perhatian yang serius pada abad ke-19, di mana orang pertama kali yang merintis ilmu menjual adalah John Wanamaker pada tahun 1865 di Amerika Serikat. Ia terkenal dengan istilah “*service principle*” yang menganut paham berikanlah pelayanan yang terbaik, maka akhirnya pasar akan tumbuh di depan rumah anda. Pada tahun 1884, Arthur E. Sheldon, mengembangkan *service principle* menjadi *personal selling* dan kemudian resmi menjadi *science of salesmanship*. Untuk itu, Sheldon dianggap sebagai pioner dalam ilmu menjual (Kotler, 1998).

Tak seorang pun yang menyanggah pentingnya armada penjualan (*sales force*) dalam bauran pemasaran, terutama untuk produk-produk bernilai tinggi. Namun, perusahaan sangat sensitif terhadap biaya yang tinggi dan meningkat (gaji, komisi, bonus, biaya perjalanan, dan tunjangan) untuk memelihara armada penjualan. Jadi