

**“ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN
PENGALAMAN PENJUAL TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL
MELALUI KAPABILITAS TENAGA PENJUAL DAN KERJA CERDAS
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”
(STUDI PADA TENAGA PENJUAL HONDA SEMARANG CENTER di
SEMARANG)**



Disusun Oleh:

**MIRZA PUTRA PAMUNGKAS
NIM. 12010115120028**

Dosen Pembimbing:

Drs. H. Mudiantono, M.Sc.

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Mirza Putra Pamungkas

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120028

Fakultas / Jurusan : FEB/Manajemen

Judul Usulan Skripsi : **ANALISIS PENGARUH ORIENTASI
PEMBELAJARAN DAN PENGALAMAN
PENJUAL TERHADAP KINERJA TENAGA
PENJUAL MELALUI KAPABILITAS TENAGA
PENJUAL DAN KERJA CERDAS SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
TENAGA PENJUAL HONDA SEMARANG CENTER
di SEMARANG)**

Dosen Pembimbing : Drs. H. Mudiantono, M.Sc.

Semarang, 4 April 2019

Dosen Pembimbing,



Drs. H. Mudiantono, M.Sc.

NIP. 1955.1229.1982.03.1.003

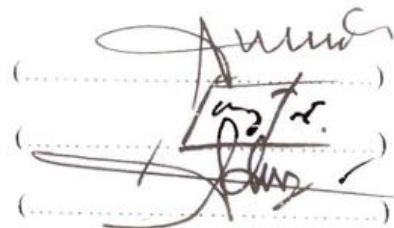
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Mirza Putra Pamungkas
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120028
Fakultas / Jurusan : FEB/Manajemen
Judul Usulan Skripsi : **ANALISIS PENGARUH ORIENTASI
PEMBELAJARAN DAN PENGALAMAN
PENJUAL TERHADAP KINERJA TENAGA
PENJUAL MELALUI KAPABILITAS TENAGA
PENJUAL DAN KERJA CERDAS SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
TENAGA PENJUAL HONDA SEMARANG CENTER
di SEMARANG)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 22 April 2019

Dosen Penguji :

1. Drs. H. Mudiantono, M.Sc.
2. Dr. Harry Soesanto, MMR
3. Idris, SE, M.Si



(.....)
(.....)
(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Mirza Putra Pamungkas , menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN PENGALAMAN PENJUAL TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL MELALUI KAPABILITAS TENAGA PENJUAL DAN KERJA CERDAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA TENAGA PENJUAL HONDA SEMARANG CENTER di SEMARANG)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 4 April 2019

Yang membuat pernyataan



Mirza Putra Pamungkas

NIM : 12010115120028

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Man Jadda Wa Jada
“Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil”

Man Shobaro Zafiro
“Siapa yang bersabar akan beruntung”

Man Saaro ‘Alaa Darbi Washola
“Siapa yang berjalan di jalur-Nya akan sampai”

-Life is a choise, logic and hope-

*Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercina;
Moch Asfari dan Sri Adi Astuti*

ABSTRAK

Pengamatan terhadap data penjualan dealer Honda Semarang Center menyatakan bahwa pada tahun 2014-2017 mengalami kenaikan penjualan, akan tetapi pada 2018 mengalami penurunan jumlah penjualan mobil. Didukung dengan jumlah tenaga penjual di Honda Semarang Center dari tahun ke tahun selalu meningkat membuat fenomena gap muncul. Dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada kinerja tenaga penjual.

Berdasarkan fenomena gap diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pembelajaran dan pengalaman penjual terhadap kinerja tenaga penjual melalui kapabilitas tenaga penjual dan kerja cerdas sebagai variabel intervening.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah tenaga penjual Honda Semarang Center di Semarang yang minimal sudah bekerja sebagai tenaga penjual selama 3 bulan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil pengujian menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data populasi. Sedangkan dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kelima hipotesis dapat diterima dan dibuktikan dalam penelitian ini, yaitu orientasi pembelajaran dan pengalaman penjual dipengaruhi oleh kapabilitas tenaga penjual, kapabilitas tenaga penjual dipengaruhi oleh kerja cerdas, serta kapabilitas tenaga penjual dan kerja cerdas dipengaruhi oleh kinerja tenaga penjual

Kata Kunci : Orientasi Pembelajaran, Pengalaman Penjual, Kapabilitas Tenaga Penjual, Kerja Cerdas, Kinerja Tenaga Penjual.

ABSTRACT

Observation of sales data of Honda Semarang Center dealers stated that in 2014-2017 there was an increase in sales, but in 2018 there was a decrease in the number of car sales. Supported by the number of salesperson at the Honda Semarang Center from year to year has always been increasing making the gap phenomenon appear. It can be concluded that there is a problem with the salesperson's performance.

Based on the gap phenomenon above, this study aims to analyze the effect of learning orientation and selling experience to salesperson's performance with salesperson's capability and working smart on intervening variables.

The population used in this study were Honda Semarang Center salesperson in Semarang who had at least worked as salesperson for 3 months. The number of samples used in this study were 110 respondents. The method of data collection is done through a questionnaire. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques using AMOS 24.0 analysis tools.

The test results using Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques indicate that the model is in accordance with population data. While the hypothesis testing shows that the five hypotheses can be accepted and proven in this study, namely learning orientation and selling experience are influenced by the salesperson's capability, salesperson's capability are influenced by working smart, and the salesperson's capability and working smart are influenced by the salesperson's performance

Keywords : learning orientation, selling experience, salesperson capability, working smart, salesperson's performance.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur atas rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN PENGALAMAN PENJUAL TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL MELALUI KAPABILITAS TENAGA PENJUAL DAN KERJA CERDAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi pada Tenaga Penjual Honda Semarang Center di Semarang)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dorongan, dan dukungan sari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah kesehatan, kelancaran, kesabaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Moch Asfari dan Ibu Sri Adi Astuti selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat lahir dan batin serta senantiasa memberikan doa dan dukungan agar dimudahkan dalam pengerjaan skripsi serta kesuksesan dimasa kini dan masa depan.
3. Hanna Octaviana dan Hanny Octaviani selaku saudara kandung yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Drs. H. Mudiantono, M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dukungan, nasihat dan arahan untuk membimbing penulisan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
6. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E, selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
7. Bapak Dr. H. Mochammad Chabachib, M.Si., Akt, selaku dosen wali penulis.
8. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis.
9. Annisa Chandra Andrina yang sabar memberi nasihat, dukungan serta mempunyai cara unik untuk memberikan motivasi dan semangat kepada penulis serta senantiasa memberikan hiburan disaat mengerjakan skripsi dan selama kuliah.
10. Keluarga kecil yaitu, Guruh Ramananto, Ronaldo Anindito, Addyek RG yang selalu mengisi hari-hari penulis di Semarang.
11. Sahabat tiga dewa yang selalu menghibur selama kuliah.
12. Teman Mak'e kos Galak yang memberikan hiburan serta bantuan selama mengerjakan skripsi.
13. Teman satu bimbingan Bapak Mudiantono.
14. Teman-teman satu angkatan Manajemen 2015 atas kenangan kuliah di Undip

15. Pihak-phak lain yang secara langsung maupun tidak langsung telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih.

Semoga semua pihak yang telah penulis sebutkan diatas dapat balasan yang setimpal, rezeki dan kesuksesan selalu dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 4 April, 2019

Penulis,



Mirza Putra Pamungkas

NIM. 12010115120028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.2 Pengaruh Hubungan Antar Variabel	29
2.3 Penelitian Terdahulu	37
2.4 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.3. Jenis dan Sumber Data	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis	49

BAB IV HASIL DAN ANALISIS	59
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	60
4.2 Hasil Analisis Data	63
4.3 Hasil Analisis Data SEM	65
4.4 Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Implikasi Teoritis	86
5.3 Implikasi Manajerial	88
5.4 Keterbatasan Penelitian	90
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang	91
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil 2016 – 2018	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
Tabel 4.1 Kategori berdasarkan lama bekerja	61
Tabel 4.2 Kategori berdasarkan umur	62
Tabel 4.3 Kategori berdasarkan jenis kelamin	62
Tabel 4.4 Kategori berdasarkan pendidikan terakhir	63
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	64
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Fit Confirmatory <i>Factor Analysis</i> Variabel	68
Tabel 4.8 Regression Weight Confirmatory <i>Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Fit Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen	70
Tabel 4.10 Regression Weight Confirmatory <i>Factor Analysis</i> Variabel Endogen	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.12 <i>Mahalanobis Distance</i>	74
Tabel 4.13 <i>Standardized Residual Covariance</i>	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Fit <i>Full Structural Model</i>	78
Tabel 4.15 Regression Weights <i>Full Structural Model</i>	79
Tabel 4.16 Reggression Weights	80
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	87
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
Gambar 3.1 Rentang Skala Likert	49
Gambar 4.1 Confirmatory Factor Analysis Variable Eksogen	67
Gambar 4.2 Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen	70
Gambar 4.3 Analisis Konfirmatori <i>Full Structural Model</i>	78

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data penjualan Mobil tipe Mobilio di PT. HPM tahun 2014-2018	8
Grafik 1.2 Data penjualan Mobil Honda Semarang Center tahun 2014-2018	9
Grafik 1.3 Grafik jumlah Tenaga Penjual Honda Semarang Center di Semarang tahun 2014-2018	10

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	96
Lampiran B	103
Lampiran C	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin pesat memiliki dampak pada dunia usaha. Dunia usaha dituntut agar selalu dapat bersaing karena adanya perkembangan dan kemajuan teknologi. Berkembangnya teknologi membuat manusia mudah dalam melakukan mobilisasi dari satu tempat ketempat lainnya. Perekonomian di Indonesia selalu meningkat, membuat penjualan mobil nasional selalu meningkat. Meningkatnya kebutuhan yang besar membuat teknologi transportasi agar berinovasi menciptakan kendaraan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Persaingan yang tinggi antar perusahaan menuntut untuk menjadi yang tercepat, terbaik dan terdepan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Guna mendukung keberhasilan untuk perusahaan, dibutuhkan dukungan dari tenaga penjualan dalam perusahaan (Arafat, 2013).

Dalam menghadapi persaingan penjualan yang semakin tinggi dibutuhkan sumberdaya manusia yang unggul yaitu tenaga penjual. Tenaga penjual sebagai alat pendukung yang penting dalam perusahaan dan memiliki peranan yang penting pula dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan. Peran lain dari tenaga penjual adalah sebagai jembatan hubungan antara perusahaan dengan konsumen selain melakukan kegiatan penjualan barang atau jasa serta tenaga penjual mampu mengikuti perubahan pasar yang selanjutnya memberi pemberitahuan kepada perusahaan untuk menanggapi perubahan pasar tersebut. Tenaga penjual merupakan faktor individu pertama

yang memperkenalkan produk dari suatu perusahaan ke pelanggannya, seorang tenaga penjual memiliki kapabilitas yang sangat baik dalam mengendalikan sasarannya yang sehubungan dengan kebutuhan pelanggannya (Krush *et al.*, 2013).

Pengaturan tenaga penjual memiliki tujuan utama yaitu apabila tenaga penjual mampu mencapai penjualan produk yang berkelanjutan maka tenaga penjual mampu mempertahankannya untuk jangka panjang dan juga mampu mencapai tujuan perusahaan tersebut. Tim tenaga penjualan memiliki tugas yang sangat penting karena tenaga penjual merupakan salah satu ujung tombak yang sangat akrab dengan pasar yang dituju oleh perusahaan (R.M Hapsari *et al.*, 2017). Untuk memberikan keuntungan yang maksimal dan peningkatan penjualan, tenaga penjual akan diberi target oleh perusahaan. Dalam penelitian (R.M Hapsari *et al.*, 2017) menyatakan bahwa untuk mencapai arah dan tujuan dari laba perusahaan dan mencapai sebuah target, dibutuhkan tenaga penjual yang memiliki kreativitas dan kehati-hatian dari tenaga penjual untuk menangkap setiap peluang yang ada di dalam lingkungan sekitarnya. Sesuatu hal yang dapat dicapai atau prestasi yang diperlihatkan dari tenaga penjual dapat diartikan sebagai tingkatan dari tenaga penjual dalam melampaui target penjualan dan tanggung jawab dari tenaga penjual.

Tenaga penjual yang memenuhi target penjualan akan mendapatkan gaji tambahan yaitu bonus penjualan (Bielecki *et al.*, 2012). Kok-Leong dan Cheng-Ling (2016) menyatakan bahwa kinerja tenaga penjual memiliki hubungan yang berkaitan erat antara tugas dengan tanggung jawab pekerjaan yang ditugaskan. Pernyataan tersebut menunjukkan kesungguhan dalam

mengerjakan tugas dan tanggung jawab sebagai seorang tenaga penjual. Kinerja tenaga penjual mampu memberikan kontribusi yang besar untuk perusahaan. Menurut Sukoco, (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan pendapatan berasal dari penjualan produk sangat bergantung pada kapabilitas tenaga penjual dalam menarik pelanggan baru, menjaga pelanggan yang sudah ada dan dapat merubah keberadaan pelanggan yang potensial menjadi pelanggan sejati.

Studi Surandini (2011) menyatakan bahwa kinerja tenaga penjual adalah tenaga penjual yang memiliki kontribusi untuk mencapai tujuan perusahaan. Seorang tenaga penjual memiliki peran dalam menentukan keberhasilan penjualan, kesuksesan dari tenaga penjual dapat dilihat dari kapabilitas atau memiliki kemampuan membangun hubungan baik dengan pelanggan maupun rekan kerja di lingkungan perusahaan. Penurunan kinerja tenaga penjual menyebabkan pertanda yang buruk bagi perusahaan. Keefektifan kinerja tenaga penjual merupakan suatu hal yang ditentukan dalam mengevaluasi, salah satunya ditentukan melalui kualitas kinerja tenaga penjual. Perilaku tenaga penjual merupakan aktivitas yang dibutuhkan dari perusahaan dalam pembentukan hubungan kepada pelanggan yang kaitannya dengan kinerja tenaga penjual (Shannahan *et al.*, 2017). Tenaga penjual akan terus mengembangkan kemampuan dalam persaingan usaha.

Pembelajaran merupakan faktor pengembangan pengetahuan baru atau kemampuan yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi perilaku tenaga penjual (Mahmoud *et al.*, 2016). Studi Mulyono (2011) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh pada meningkatkan kapabilitas tenaga

penjual, dalam penelitiannya, pertama tenaga penjual yang memiliki orientasi pembelajaran dapat menggunakan strategi yang didapatkan dari hasil pembelajaran guna untuk mengembangkan kapabilitas penjualan mereka, kedua terdapat proses adaptasi yang didapat dari aktivitas penjualan tenaga penjual, yang pada akhirnya dapat mengarahkan untuk selalu berpikir kreatif guna mendapatkan keuntungan atas pekerjaannya, sehingga tenaga penjual memiliki keahlian untuk mendapatkan pelanggan dengan mempertimbangkan penggunaan pengetahuannya secara tepat.

Disamping itu, dengan meningkatkan kapabilitas tenaga penjual yang baik, orientasi pembelajaran merupakan hal yang sangat penting. Dalam melakukan kinerja pekerjaan secara efektif, seorang tenaga penjual harus secara efektif mampu mengelola kapabilitas atau kemampuan yang dimiliki dan selalu berusaha mengelola kecerdasannya guna untuk menaikkan jenjang karir pekerjaannya dan memberikan hasil yang maksimal dalam pekerjaannya. (Huitt dan Dawson 2011). Proses adaptasi yang diadopsi dari bekerja cerdas yang pada akhirnya mampu mengarahkan tenaga penjual untuk selalu berfikir kreatif dan mendapatkan manfaat dari pekerjaan mereka (Hapsari *et al.*, 2017). Selain itu, pengalaman menjual merupakan hal yang penting dalam menjaga hubungan dengan para pelanggan. Menurut Singh dan Das (2013) menyatakan bahwa seorang tenaga penjual yang mempunyai pengalaman menjual yang tinggi akan memiliki pengalaman yang tinggi pula dalam menghadapi situasi penjualan suatu produk.

Disamping itu, hal untuk meningkatkan orientasi pembelajaran dan orientasi kinerja tenaga penjual dipengaruhi oleh orientasi kemampuan,

orientasi aktivitas, dan orientasi hasil akhir. Orientasi kinerja merupakan faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual. Menurut Hastuti (2014), kinerja penjualan merupakan hal efektif yang digambarkan dalam evaluasi keseluruhan dari hasil perusahaan, salah satunya ditentukan oleh kinerja penjual. Keberhasilan tenaga penjual sangat berkaitan dengan kinerja penjualan, sedangkan menurut Arafat (2013) menyatakan bahwa kinerja penjualan merupakan implementasi hasil dari berbagai strategi penjualan dalam perusahaan. Bagian pemasaran yang memiliki peran penting dalam keberhasilan perusahaan adalah kinerja tenaga penjual.

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia selalu meningkat, hal tersebut mendukung dalam meningkatnya penjualan mobil nasional. Dalam meningkatkan pendapatan nasional per kapita dari tahun ke tahun mampu memberikan andil dalam meningkatnya penjualan mobil nasional. Diperoleh dari data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) angka penjualan kendaraan roda empat mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke tahun 2017 sebanyak 14.671 unit atau 13 persen. Total dari penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 1.077.365 unit. Jumlah penjualan mobil pada tahun 2017 lebih tinggi dibandingkan dengan total penjualan mobil yang didapat pada tahun 2016 yaitu sebesar 1.062.694 unit. (Detik.com,2018). PT. Honda Prospect Motor (HPM) mengalami penurunan penjualan pada tahun 2017 sebesar 6,2 persen atau sebanyak 12.505 unit. Total penjualan unit mobil dari PT. Honda Prospect Motor (HPM) pada tahun 2016 adalah sebesar 199.364 unit, sedangkan pada tahun 2017 penjualan total unit mobil PT. Honda Prospect Motor (HPM) adalah sebesar 186.854 unit. Penurunan

penjualan mobil tidak hanya terjadi pada PT. Honda Prospect Motor (HPM). Di luar PT. Honda Prospect Motor (HPM), Toyota mengalami penurunan sebanyak 2,68 persen dengan jumlah angka 10.238 unit (TEMPO.CO,2018). Sedangkan Daihatsu juga mengalami penurunan sebanyak 1,7 persen dengan jumlah angka 3.302 unit (TEMPO.CO,2018).

Berikut ini tabel total angka penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2016, 2017 dan tahun 2018 :

Tabel 1.1
Data Penjualan Mobil 2016 – 2018

Merek (Unit)	2016	2017	Perubahan 2016 - 2017	2017	2018	Perubahan 2017 – 2018
TOYOTA	381.570	371.332	-3%	371.332	293.519*	-20%
HONDA	199.364	186.859	-6%	186.859	133.231*	-28%
DAIHATSU	189.683	186.381	-2%	186.381	168.539*	-9,57%
SUZUKI	92.950	111.660	20%	111.660	99.591*	-10,8%
MITSUBISHI	66.443	79.807	20%	79.807	123.826*	35,5%

Sumber : DATA GAIKINDO
*Sampai bulan Oktober 2018

Berdasarkan data penjualan mobil diatas, secara spesifik PT Honda Prospect Motor (HPM) mengalami ketidakstabilan pada tiga tahun terakhir. Hal ini Disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya kinerja dari tenaga penjual.

PT. Honda Prospect Motor (HPM) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi mobil dan komponennya. Dalam melakukan usahanya, PT. Honda Prospect Motor (HPM) terus berusaha dalam menghasilkan produk

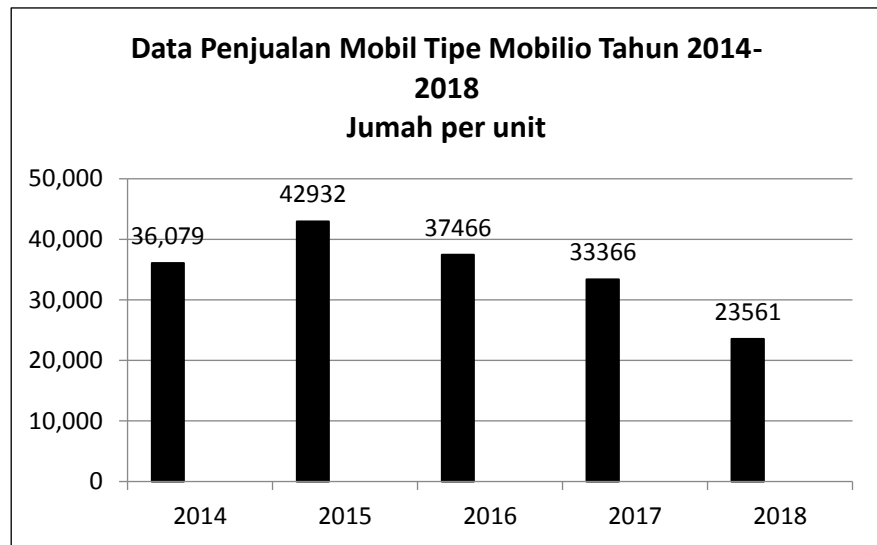
yang berkualitas dan inovatif serta didukung oleh mesin-mesin berteknologi yang canggih. Produk yang dihasilkan tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, tetapi juga ke berbagai Negara seperti India, Filipina, Thailand, Malaysia, Pakistan, china, dan Taiwan.

Dilansir dari TEMPO.co, (2018) PT. Honda Prospect Motor (HPM) mengalami kesulitan dalam mencapai target penjualan 180.000 unit seperti pencapaian di tahun 2017 lalu. Hingga September 2018, angka penjualan mobil Honda di Indonesia baru mencapai 117.741 unit. Melihat hasil negatif tersebut, PT. Honda Prospect Motor (HPM) mengoreksi target jualan mereka menjadi 170.000 unit hingga akhir tahun 2018 (TEMPO.CO,2018).

Hal tersebut sejalan dengan apa yang dilansir oleh CNN Indonesia (2018) yang menyatakan bahwa PT. Honda Prospect Motor mengalami penurunan penjualan pada mobil tipe Mobilio dari tahun 2015 – 2018 meskipun pada tahun 2014 – 2015 mengalami kenaikan tetapi mulai dari tahun 2015 – 2018 terus mengalami penurunan tajam.

Berikut adalah grafik yang menunjukkan penjualan mobil tipe Mobilio di PT. Honda Prospect Motor (HPM):

Grafik 1.1
Data Penjualan Mobil Tipe Mobilio di PT. HPM
Tahun 2014 - 2018

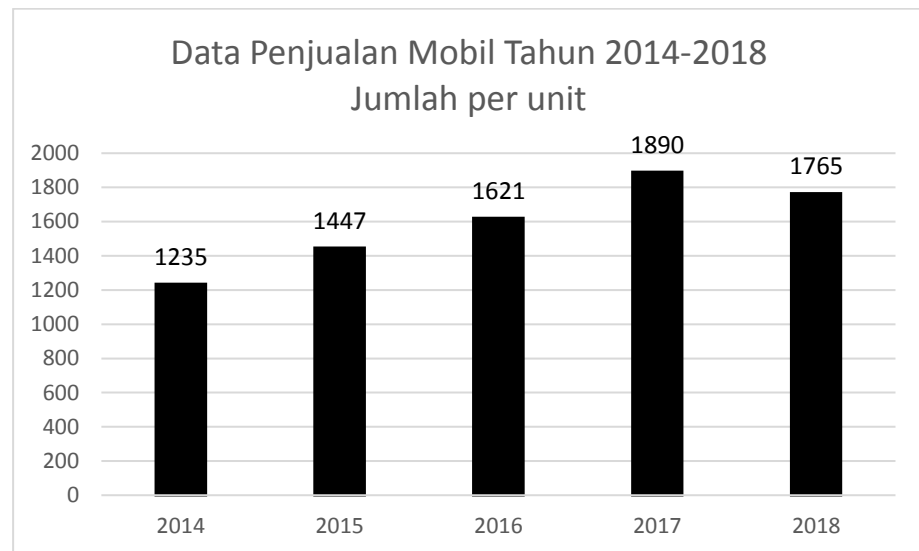


Sumber: CNN Indonesia, 2018

Sedangkan di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, berdasarkan survey yang diperoleh dari narasumber tenaga penjual Honda Semarang Center mengatakan bahwa pada lima tahun terakhir dari 2014-2018 juga mengalami penjualan yang tidak stabil.

Hal tersebut dapat dilihat melalui data sebagai berikut :

Grafik 1.2
Data Penjualan Mobil Honda Honda Semarang Center di Semarang
Tahun 2014-2018



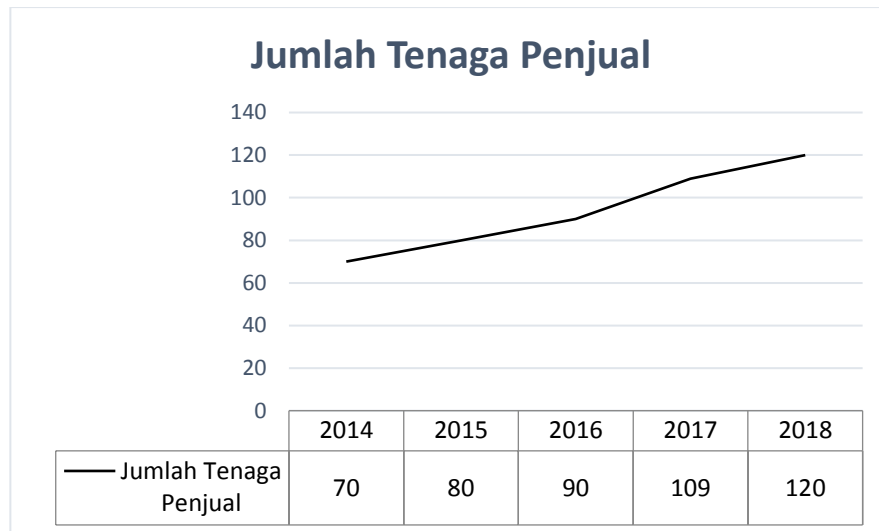
Sumber : Honda Semarang Center
*Sampai tanggal 11 Desember 2018

Data jumlah penjualan mobil Honda diatas dapat menjadi tolak ukur mengenai keberhasilan perusahaan dalam menjual produknya. Laju pertumbuhan ekonomi di Semarang, Provinsi Jawa tengah mempunyai dampak positif dalam meningkatkan penjualan mobil di Jawa Tengah. Adapun dealer Honda yang dipilih dalam penelitian ini adalah Dealer Honda Semarang Center milik PT. Mandalatama Armada Motor. PT. Mandalatama Armada Motor salah satu jaringan dari PT. Honda Prospect Motor (HPM).

Selain itu, tenaga penjual yang ada di Honda Semarang Center dalam lima tahun terakhir dari tahun 2014-2018 selalu mengalami peningkatan jumlah. Hal tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Grafik 1.3

**Grafik Jumlah Tenaga Penjual Honda Semarang Center di Semarang
Tahun 2014-2018**



Sumber : Honda Semarang Center

Berdasarkan data tersebut, diharapkan dengan meningkatnya jumlah tenaga penjual, maka dapat meningkatkan jumlah penjualan mobil. Walaupun jumlah tenaga penjual meningkat tetapi hal tersebut belum tentu mampu mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan apabila tidak disertai dengan kinerja yang baik pula. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan kinerja tenaga penjualan maka diharapkan dapat berkontribusi untuk meningkatkan penjualan perusahaan di masa depan. Terdapat strategi dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual yang didukung dengan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi, seperti meningkatkan kualitas bekerja cerdas dari tenaga penjualan dan meningkatkan kapabilitas tenaga penjualan.

Sehingga sesuai pada *fenomena gap* yang terjadi yaitu penjualan mobil di PT. Honda Prospect Motor yang fluktuatif dan mengalami penurunan pada tahun 2017 -2018 serta penurunan penjualan berturut – turut pada tahun 2015 –

2018 untuk mobil tipe mobilio membuat PT. Honda Prospect Motor mengambil langkah untuk menambah jumlah tenaga penjual setiap tahunnya dengan harapan semakin banyak tenaga penjual maka semakin banyak peluang untuk mencapai target penjualan yang diharapkan oleh PT. Honda Prospect Motor. Tetapi langkah yang diambil PT. HPM tidak semata – mata hanya dengan menambah tenaga penjual saja karena PT. HPM juga melakukan seleksi ketat dan pelatihan yang ketat untuk tenaga penjual sehingga tenaga penjual diharapkan lebih memiliki kinerja pemasaran yang baik untuk mencapai target penjualan perusahaan. Dan pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa penelitian ini akan meneliti tentang **“faktor – faktor apa saja yang berpengaruh untuk meningkatkan kinerja pemasaran tenaga penjual”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang dan data penjualan serta data tenaga penjual yang diperoleh menunjukkan suatu masalah yaitu keadaan dimana penjualan mobil Honda tipe Mobilio di Seluruh Indonesia jika dilihat dari grafik 1.1 terus mengalami penurunan dari tahun 2015-2018 walaupun tahun 2014-2015 mengalami peningkatan, hal ini sejalan dengan data penjualan mobil Honda di Honda Semarang Center jika dilihat dari grafik 1.2 yang mengalami penurunan di tahun 2017 ke tahun 2018 meskipun tahun 2014 sampai tahun 2017 mengalami peningkatan. Tetapi disaat Honda mengalami penurunan penjualan, Honda mengambil tindakan untuk selalu menambah jumlah tenaga penjual setiap tahunnya yang dapat dilihat pada grafik 1.3.

Hal tersebut terjadi karena perusahaan berharap semakin banyak tenaga penjual maka semakin banyak pula unit mobil yang terjual. Tetapi hal tersebut

tidak semata – mata hanya dengan menambah jumlah tenaga penjual tanpa memperbaiki kinerja tenaga penjual karena kinerja tenaga penjual sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan. Untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual maka diperlukan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual. Maka penelitian ini akan meneliti lebih dalam tentang faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual sehingga dapat ditarik pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap kapabilitas tenaga penjual pada tenaga penjual?
2. Apakah pengaruh pengalaman penjual berpengaruh terhadap kapabilitas tenaga penjual pada tenaga penjual?
3. Apakah pengaruh kapabilitas tenaga penjual berpengaruh terhadap kerja cerdas pada tenaga penjual?
4. Apakah pengaruh kapabilitas tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada tenaga penjual?
5. Apakah pengaruh kerja cerdas berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada tenaga penjual?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kapabilitas tenaga penjual.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman penjual terhadap kapabilitas tenaga penjual.
3. Untuk menganalisis kapabilitas tenaga penjual terhadap kerja cerdas.
4. Untuk menganalisis kapabilitas tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual.
5. Untuk menganalisis kerja cerdas terhadap kinerja tenaga penjual.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pembaca

Penelitian ini berguna bagi pembaca dalam memberikan informasi untuk pembaca mengenai ilmu manajemen pemasaran dan menjadikan salah satu pandangan kepada siapapun yang akan melakukan penelitian lanjutan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini berguna bagi perusahaan dalam memberikan pandangan untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam perusahaan guna untuk meningkatkan kinerja dari tenaga penjual.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun kedalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan landasan teori dari variabel penelitian diantaranya tentang orientasi pembelajaran, pengalaman penjual, kapabilitas tenaga penjual, kerja cerdas (working smart) terhadap kinerja tenaga penjual dan model penelitian yang didukung dari penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang penjabaran variabel-variabel dari penelitian, penetapan sampel dari penelitian, jenis serta sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dalam penelitian ini yang akan membahas mengenai hasil yang didapat dari penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi Teoritis, maupun implikasi manajerial, keterbatasan

dalam melakukan penelitian serta menjadikan agenda bagi penelitian yang dapat menjadikan sebagai acuan atau masukan bagi penelitian di masa yang akan datang.