

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Dengan kata lain, proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan, serta memperlancar arus saluran pemasaran secara fisik dan non fisik. (Tjiptono, 2002)

Saluran distribusi yang semakin baik akan mendukung anggota organisasi dalam melakukan perannya masing-masing secara efektif dan efisien. Selain itu saluran distribusi yang efektif dan efisien juga dapat mendukung fungsi dari departemen yang lain dalam melakukan fungsi-fungsi yang berbeda-beda agar tujuan organisasi lebih mudah untuk dicapai (Kashani dan Turpin, 1999). Salah satu fungsi yang lain tersebut antara lain adalah fungsi penjualan. Aktivitas pada fungsi penjualan termasuk mengupayakan konsumen/pelanggan baru, mengatur bagian-bagian penjualan, menyediakan informasi bagi konsumen dan memberikan layanan purna jual yang baik. (Kashani dan Turpin, 1999)

Perusahaan dapat menggunakan beberapa macam strategi saluran distribusi dalam memasarkan produk maupun jasa. Dalam memasarkan produk

atau jasanya tentu saja perusahaan berusaha agar pemasaran produk atau jasa tersebut dapat dilakukan dengan penjualan yang efektif dan efisien. Sedangkan penjualan yang efektif dan efisien tergantung dari berbagai macam faktor. Efektivitas penjualan dipengaruhi oleh kinerja seorang *salesperson* (Churchill, Ford, Walker, 2000). Oleh karena seseorang *salesperson* merupakan faktor yang mempengaruhi efektivitas penjualan maka, diduga keberadaan seorang *salesperson* dalam suatu perusahaan memberikan dampak yang besar bagi penjualan suatu produk atau jasa.

Penjualan yang dilakukan seorang *salesperson* sangat tergantung pada hari kerja, rata-rata kunjungan kerja perhari, rata-rata pemesanan (Churchill, Ford, Walker, 2000). Oleh karena itu perilaku penjualan diduga menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja seorang *salesperson* dalam menghasilkan penjualan yang efektif dan efisien. Perilaku seorang *salesperson* menurut Sujan, Weitz, Kumar (1994) dikategorikan menjadi dua yaitu, kerja bijak (*work smart*) dan kerja keras (*working hard*).

Menurut Churchill, Ford, Walker, (2000) perilaku dan kinerja *salesperson* dipengaruhi beberapa hal yakni, persepsi peran, sikap, tingkat ketrampilan dan tingkat motivasi. Walaupun perilaku seorang *salesperson* dikategorikan menjadi kerja bijak dan kerja keras tetapi tetap saja mereka dipengaruhi oleh orientasi motivasi (Sujan, Weitz, Kumar, 1994). Yang dimaksud dengan orientasi motivasi oleh Sujan, Weitz, Kumar adalah orientasi tujuan pembelajaran dan orientasi tujuan kinerja. Kedua macam orientasi ini dapat memberikan pemahaman yang

berbeda terhadap perilaku seorang *salesperson* (Meece, Blumenfeld, dan Hoyle, 1998):

Faktor lain yang mempengaruhi penjualan yang efektif dan efisien adalah faktor pribadi, organisasi dan lingkungan (Churchill, Ford, Walker, 2000). Faktor lingkungan dapat dibagi dua macam yaitu lingkungan internal organisasi dan lingkungan eksternal organisasi. Salah satu faktor lingkungan internal yang mempengaruhi penjualan efektif dan efisien adalah umpan balik pengawas (Boggiano dan Barret, 1985; Carver dan Scheier, 1981 pada Sujan, Weitz, Kumar, 1994). Umpan balik pengawas ada yang bersifat positif dan ada yang bersifat negatif bagi evaluasi kinerja *salesperson* (Sujan, Weitz, Kumar, 1994).

Di Indonesia, sumber daya manusia yang tersedia begitu banyak jumlahnya. Bahkan saat ini jumlah lapangan kerja yang ada tidak sebanding dengan peningkatan jumlah tenaga kerja. Jumlah pengangguran yang tinggi antara lain disebabkan karena kualitas sumber daya manusia yang rendah dan minimnya ketrampilan yang dimiliki masing-masing tenaga kerja. Jika hal ini tidak diantisipasi maka diduga tenaga kerja Indonesia tidak akan mampu bersaing pada era globalisasi yang akan datang. Dengan semakin banyaknya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dan diserap maka diharapkan tenaga kerja Indonesia akan semakin siap dalam menghadapi globalisasi. Hal ini dapat terjadi karena adanya pergeseran budaya dari pekerja keras menjadi pekerja bijak, dari pekerja tanpa pengalaman dan keterampilan menjadi pekerja yang berkemampuan tinggi karena orientasinya tidak hanya orientasi kinerja tetapi juga orientasi pembelajaran.

Dalam menghadapi globalisasi saat ini diduga sudah banyak perusahaan yang mulai menerapkan bekerja bijak daripada bekerja keras dan menggunakan motivasi yang bertujuan pada orientasi pembelajaran. Untuk mencapai tahap tersebut, perusahaan menggunakan metode-metode atau teknik-teknik tertentu yang memberikan kepada para karyawan agar mudah dipahami. Demikian juga yang dilakukan oleh PT. Bina San Prima (PT. BSP), yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyalur (*supplier*) barang kebutuhan sehari-hari serta obat-obatan yang beroperasi untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Surakarta dan Kedu. Pada perusahaan PT. Bina San Prima, *salesperson* diberikan metode-metode baik untuk meningkatkan motivasi atau belajar untuk bekerja bijak (Clothier, 1994). Metode yang diberikan PT. Bina San Prima untuk membantu *salesman* dalam tugasnya antara lain dilakukan dengan metode *on-job training*, dan *vestibule school*. Selain itu juga dibantu alat bantu yang digunakan yang menunjang pada saat bekerja.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas selanjutnya penelitian ini dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul "**Analisis *Learning Orientation, Working Smart Dan Sales Performance Pada Salesperson PT. Bina San Prima***"

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang dibicarakan dan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh *positive feedback* terhadap *learning orientation* dengan *self efficacy* sebagai variabel moderator?

2. Bagaimanakah pengaruh *learning orientation* terhadap *working smart*?
3. Bagaimanakah pengaruh *learning orientation* terhadap *working hard*?
4. Bagaimanakah pengaruh *working smart* terhadap *sales performance*?
5. Bagaimanakah pengaruh *negative feedback* terhadap *performance orientation* dengan *self efficacy* sebagai variabel moderator?
6. Bagaimanakah pengaruh *negative feedback* terhadap *learning orientation*?
7. Bagaimanakah pengaruh *performance orientation* terhadap *working hard* dengan *self efficacy* sebagai variabel moderator?
8. Bagaimanakah pengaruh *working hard* terhadap *sales performance*?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan agar yang dibahas dalam penelitian tidak menyimpang dari masalah yang diteliti, sehingga mudah dimengerti maksud dan tujuan dari penelitian ini. Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Variabel penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa istilah ekonomi yang antara lain adalah: (Sujan, Weitz dan Kumar, 1994)

- a. *Self efficacy* adalah kehandalan diri yang dimiliki oleh pelaku pemasaran membantu mereka menilai kemampuan diri dalam berorganisasi dan mengeksekusi serangkaian aksi yang diperlukan demi suksesnya pekerjaan mereka.
- b. *Feedback* adalah umpan balik dari pihak manajemen terhadap karyawan. Umpan balik terdiri dari dua yaitu positif dan negatif *feedback* yang

didasarkan atas hasil kinerja dan perilaku *salesperson*. *Positif feedback* mengindikasikan bahwa kemampuan yang didemostrasikan oleh *salesperson* berhasil, sebaliknya *negatif feedback* mengindikasikan seorang *salesperson* telah gagal dalam mendemostrasikan kemampuan mereka.

- c. *Learning orientation* merupakan suatu orientasi pembelajaran (*learning orientation*) mendorong seseorang (*salesperson*) untuk meningkatkan kemampuan dan penguasaan tugas yang mereka (*salesperson*) lakukan.
 - d. *Performance Orientation* merupakan suatu orientasi kinerja (*performance orientation*) mendorong *salesperson* untuk mendapatkan evaluasi positif atas kemampuan dan kinerja yang mereka lakukan dibandingkan dengan *salesperson* lainnya.
 - e. *Working smart* adalah perilaku yang ditujukan pada pengembangan pengetahuan mengenai situasi penjualan dan pemanfaatan pengetahuan tersebut pada situasi yang dihadapi.
 - f. *Working hard* adalah pencurahan secara total kemampuan yang dimiliki para pelaku pemasaran dalam pekerjaan mereka.
 - g. *Performance*, merupakan suatu hasil kerja aktual (prestasi) dari tenaga penjual (*salesperson*) dimana sebuah prestasi kerja diukur berdasarkan evaluasi objektif dari pihak atasan, konsumen, rekan sekerja, ataupun diri si pelaku pemasaran itu sendiri.
2. Responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah *salesperson* dari PT. Bina San Prima, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang

supplier barang kebutuhan sehari-hari dan obat-obatan untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Surakarta dan Kedu.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *positive feedback* terhadap *learning orientation* dengan *self efficacy* sebagai variabel moderator.
2. Untuk mengetahui pengaruh *learning orientation* terhadap *working smart*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *learning orientation* terhadap *working hard*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *working smart* terhadap *sales performance*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *negative feedback* terhadap *performance orientation* dengan *self efficacy* sebagai variabel moderator.
6. Untuk mengetahui pengaruh *negative feedback* terhadap *learning orientation*.
7. Untuk mengetahui pengaruh *performance orientation* terhadap *working hard* dengan *self efficacy* sebagai variabel moderator.
8. Untuk mengetahui pengaruh *working hard* terhadap *sales performance*.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan memberi manfaat bagi:

1. Bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para manajer sebagai pengambil keputusan dalam sebuah perusahaan dan membantu untuk

memahami pentingnya *learning orientation*, *working smart*, *sales performance* serta *self efficacy* bagi kinerja karyawan atau anggota organisasi.

2. Bagi peneliti.

Sebagai sarana untuk mempraktekkan teori dan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dan menambah pengetahuan mengenai *learning orientation*, *working smart*, *sales performance* serta *self efficacy* pada kondisi nyata.

3. Bagi pihak lain.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain untuk menambah wawasan mengenai *learning orientation*, *working smart*, *sales performance* serta *self efficacy* bagi kinerja karyawan pada khususnya.

1.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau kesimpulan sementara sehingga untuk membuktikannya perlu diadakan pengujian dan analisa (Sugiyono, 2000:51). Pada penelitian ini penulis mengajukan hipotesisi sebagai berikut :

1. *Self efficacy* memperkuat pengaruh *positive feedback* terhadap *learning orientation*.
2. *Learning orientation* berpengaruh secara signifikan terhadap *working smart*.
3. *Learning orientation* berpengaruh secara signifikan terhadap *working hard*.

4. *Working smart* berpengaruh secara signifikan terhadap *sales performance*.
5. *Self efficacy* memperkuat pengaruh *negative feedback* terhadap *performance orientation*.
6. *Negative feedback* berpengaruh secara signifikan terhadap *learning orientation*.
7. *Self efficacy* memperkuat pengaruh *performance orientation* terhadap *Working hard*.
8. *Working hard* berpengaruh secara signifikan terhadap *sales performance*.

1.7. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang uraian teoritis yang digunakan sebagai dasar teori yang mendukung penelitian ini.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang metodologi penelitian yang terdiri dari gambaran singkat PT. Bina San Prima, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, pengujian instrumen, serta teknik analisis data.

Bab IV : Analisis Data

Bab ini membahas mengenai analisis serta pengujian terhadap jawaban responden dari kuisisioner yang dibagikan dan hasil yang diperoleh dalam penelitian.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang penulis ajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-berkepentingan dalam hal ini PT. Bina San Prima.

