

**PENGARUH PRAKTEK MATA KULIAH SALESMANSHIP
TERHADAP KOMPETENSI MAHASISWA
(STUDI KASUS MAHASISWA S1 PENDIDIKAN TATA NIAGA UNESA)**

Riza Abyadin Rusly

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
rizarusly@mhs.unesa.ac.id

Tri Sudarwanto

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
trisudarwanto@unesa.ac.id

ABSTRAK

Peneliti dalam penelitian yang dilakukan mempunyai tujuan pencapaian sebagai berikut; agar dapat memahami apa pengaruh praktik perkuliahan *Salesmanship* kepada kompetensi mahasiswa, Program studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, UNESA. Populasi di analisis berikut menargetkan kepada seluruh anak didik di Fakultas Ekonomi UNESA. Yang menjadi ciri-ciri yang akan menjadi titik yang harus dicapai. Peneliti memilih populasi yang digunakan pada penelitian ini ialah para mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA yang telah mendapatkan pembelajaran *Salesmanship*, pada lingkup berikut merupakan mahasiswa prodi pendidikan tata niaga angkatan 2015 A dan B. Pendekatan secara kuantitatif digunakan oleh peneliti penyebaran angket secara *online* untuk mahasiswa yang memiliki jumlah 86 mahasiswa. Pemelihan teknik analisis menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda menggunakan alat bantu SPSS versi 16.0. simpulan dari penelitian menyatakan mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki nilai positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan di Perguruan Tinggi terbukti mampu menumbuhkan jiwa wirausaha. Pada penelitian ini telah diambil manfaatnya ialah untuk memperoleh informasi mengenai pengembangan *soft skill* di dalam dunia pendidikan.

Kata kunci : Pengaruh, *Salesmanship*, Studi kasus

ABSTRACT

The research objectives to be achieved are as follows; To find out the effect of the practice of Salesmanship courses on student competence, Business Administration Education Study Program, Department of Economic Education, Faculty of Economics, Surabaya State University. The target population in this study were students of the Faculty of Economics, State University of Surabaya. The population characteristics that are the target of this study are students of the Faculty of Economics, State University of Surabaya who have received Salesmanship courses, in this case, students of commerce 2015 A and B class. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires online to students with a number of 86 students. The analysis technique uses classical assumption test and multiple linear regression analysis with SPSS version 16.0 as a tool. The results of the study concluded that entrepreneurship learning in tertiary institutions had a positive and significant influence on the entrepreneurial interest of students in the S1 Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Surabaya. Entrepreneurship learning that has been obtained in tertiary institutions is proven to be able to influence or foster student interest in entrepreneurship. The benefit of this research is to find out information about soft skill development in education.

Keywords : Influence, *Salesmanship*, Case studies

PENDAHULUAN

Pada tahun 2017 Badan Pusat Statistik (BPS) mengemukakan jika mahasiswa yang telah lulus dari PTN yang telah mendapatkan pekerjaan ialah 12,24%. Total itu menyimpulkan bahwa 1.457.000 dari 118.410 juta pekerja di seluruh Indonesia. Sedangkan total mahasiswa setelah lulus yang masih menganggur terdapat 11,19% atau sama dengan 787.000 dari jumlah 7,03 mahasiswa yang belum bekerja.

Dari dasar data berikut KEMENRISTEK memiliki data, pada masa kini terdapat 3.221 PTN ataupun PTS di Indonesia. Selain itu, juga 1.020 Universitas keagamaan disemua provinsi. Pada setiap tahun memiliki kisaran 750.000 lulusan Perguruan Tinggi baru dari berbagai angkatan.

Itu merupakan sebuah pertanda tidak sesuai permintaan lapangan pekerjaan dengan kompetensi lulusan yang tersedia. Universitas sebagai lembaga yang menciptakan sumber daya manusia yang unggul

menjadi harapan agar bisa memberikan konstribusinya yang lebih kepada penambahan jumlah sumber daya manusia.

Prodi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Unesa di dalam mewujudkan penyelenggaraan pendidikan sebagai bentuk persiapan kualitas sumber daya manusia, mengharuskan mahasiswa S1 Pendidikan Tata niaga agar mengikuti mata kuliah *Salesmanship* agar bisa berkompetisi dengan kemampuan yang mumpuni setara dengan pekerjaan yang dilakukan.

Pembelajaran *Salesmanship* dipelajari oleh anak didik dengan bobot 2 sks pada semester 4. Pembelajaran *Salesmanship* mempelajari tentang pengetahuan mengetahui tentang produk lebih mendalam serta strategi pemasaran produk tersebut, dapat mengenal dan menjalin hubungan baik dengan pembeli dan dapat membentuk jaringan dalam dunia bisnis, layanan prima dan Penjualan. Perkuliahan *Salesmanship* diadakan menggunakan metode diskusi, observasi, studi kasus, presentasi, dan refleksi.

Tidak hanya itu, dalam perkuliahan *Salesmanship* menjadi keharusan dikarenakan di dalam sebuah pekerjaan bukan hanya *hard skill* yang diperlukan akan tetapi juga *soft skills*. Dalam setiap pelajaran yang ada ditingkat kampus lebih menuntut kepada faktor kognitif. hal itu diketahui dari Indeks Prestasi (IP). IP dilandaskan atas hasil penilaian dari penilaian dosen terhadap mahasiswa diproses pembelajaran. Penilaian *hard skill* dapat ditunjukkan dengan Kemampuan mahasiswa yang berdasarkan indeks prestasi

Untuk pengembangan *hard skill* Mata kuliah *Salesmanship* memakai sistem penilaian melalui kehadiran dan keaktifan dalam kelas, tugas, UTS serta UAS, memakai sistem nilai yang telah ditetapkan serta mengklasifikasikan nilai dengan bobot mulai dari angka 0 hingga 100 menjadi angka 0 sampai 4 lalu dikonversikan ke bentuk huruf A-E. Selain itu untuk penilaian *soft skill* mahasiswa harus sifat dan sikap Komunikasi, kreativitas, inovasi dan perumusan strategi penjualan yang bertanggung jawab dapat dievaluasi melalui sikap dan pengambilan keputusan, terutama dalam praktik mata kuliah *Salesmanship*.

Sama halnya tujuan dari perkuliahan *Salesmanship*, peserta didik diharuskan agar dapat mengeti materi dengan seksama agar nanti dapat melaksanakan praktik memasarkan barang dengan kreatif dan dapat menentukan barang yang mereka perdagangkan serta dapat memilih strategi penjualan yang sesuai dengan keputusan peserta didik. Dengan cara demikian, khususnya dalam memilih barang yang akan dijual, mahasiswa dapat dengan leluasa memilih, dalam hal ini dosen hanya sebagai fasilitator.

Mata kuliah *salesmanship* ditampu pada satu semester dengan total 2 SKS, pada tahap awal dimulai dengan pengenalan materi, presentasi, diskusi, study kasus, Lalu, praktik serta refleksi, mahasiswa diharuskan agar bisa mengembangkan potensi yang telah dimiliki yaitu menjual barang, menarik calon

pelanggan, sehingga pelanggan merasa barang yang ditawarkan merupakan kebutuhan primer yang harus ia beli sehingga menjadi konsumen tetap dalam pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut .

Dengan adanya mata kuliah *Salesmanship* pada khususnya praktik *Salesmanship*, mahasiswa mengalami peningkatan dalam aspek kompetensi, baik peningkatan dalam aspek kognitif, afektif maupun psikomotorik. Dengan peningkatan mahasiswa diharapkan setelah selesainya pendidikan strata I akan menjadi sumber daya manusia yang siap bersaing, lebih tepatnya pada bidang marketing yaitu bisa melakukan penjualan.

Salesmanship berawal dari kata *sales*. Yang artinya penjualan serta *salesman* memiliki arti yang secara individu/ perorangan yang menawarkan segala barang di dalam sebuah proses jual beli yang dipergunakan oleh perusahaan. Namun, *Salesmanship* adalah sebuah kegiatan promosi yang dipakai oleh perusahaan agar dapat memberi informasi secara langsung kepada pembeli tentang sebuah produk yang diproduksi oleh perusahaan. Informasi yang diberikan ialah khasiat barang, harga barang dan kelebihan dari produk jika diperbandingkan dengan produk perusahaan lain, tujuannya ialah untuk menarik dan mempengaruhi calon konsumen (Badura: 2004).

Pembelajaran adalah sebuah kegiatan belajar mengajar yang dapat berfungsi di dalam keberhasilan belajar para anak didik. Interaksi yang terjadi antara murid serta guru yang terjadi dapat memberikan pengaruh dalam memperoleh ilmu pengetahuan, penguasaan serta tanggapan mengenai ilmu yang telah diperoleh, dan dapat membentuk perilaku serta kepercayaan guru mengenai penyampaian ilmu yang diberikan yang kemudian diserap serta dipraktikan.

Menurut Damyanti dan Mudjiono (Sagala, 2011: 62) kegiatan pembelajaran suatu kegiatan yang dilakukan secara terprogram di dalam desain instruksional, penekanan dan penyediaan sumber belajar digunakan guna mewujudkannya proses belajar yang efektif. Lalu Bafadal (2005:11) berpendapat bahwa, pembelajaran merupakan sebuah usaha di dalam proses mengajar untuk menciptakan porses pembelajaran efektif serat efisien.

Di dalam proses belajar mengajar ialah sebuah proses yang mencakup ada sebuah kegiatan yang membuat guru dan siswa saling berinteraksi serta melakukan feed back komunikasi yang berlangsung dengan edukatif guna tercapainya tujuan belajar (Rustaman, 2001:461). Demikian sejalan dengan pembelajaran *Salesmanship* yang sudah memiliki program dengan benar agar peserta didik Program pendidikan Tata Niaga dengan lama pembelajaran sekali tatap muka selama 2 SKS, dimulai dari tahapan awal dimana pengenalan materi serta pembahasan materi, praktik *Salesmanship*, sampai pada evaluasi akhir dipertemuan 15 serta ditutup UAS dipertemuan 16.

Dari berbagai pendapat diatas bisa ditarik kesimpulan jika sebuah proses belajar mengajar ialah

segala usaha yang dilakukan antara guru dengan murid guna membagi dan mengelola informasi, berharap ilmu yang didapat mahasiswa bisa bermanfaat dalam proses belajar berkelanjutan, serta diharapkannya terjadinya peningkatan yang ditandai adanya perubahan yang baik agar tercipta pembahasan yang efisien dan efektif. Kemampuan intelektual yang baik didapatkan dari proses pembelajaran yang benar, berpikir secara kritis serta menciptakan sebuah kreativitas dan merubah tingkah laku/kepribadian siswa atas dasar praktik/pengalaman tertentu.

Pelajaran *Salesmanship* landasannya memiliki tujuan, tujuan itu adalah sesuatu yang diharapkan para peserta didik sebagai bentuk gol belajar dari adanya sebuah proses pembelajaran. Menurut (Sumiati dan Asra, 2009: 10) menyatakan jika proses pembelajaran dilakukan dengan cara komunikasi tanya jawab mengenai gambaran perubahan yang diharapkan dengan memiliki tujuan serta maksud tertentu. Menurut Daryanto (2005:58) menyatakan bahwa tujuan dari suatu kegiatan belajar mengajar ialah bertujuan untuk memberikan gambaran pengetahuan, kemampuan, serta keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki dari proses pembelajaran dalam bentuk perilaku yang bisa diamati dan diukur.

Dari kumpulan persepsi itu, Progam studi Tata Niaga mempunyai tujuan dalam kegiatan belajar mengajar mata kuliah *Salesmanship* agar para peserta didik tata niaga bisa menguasai pengetahuan yang diberikan oleh pendidik pada pertemuan pertama lalu kemudian bisa menerapkannya pada praktik *Salesmanship* baik dalam memilih barang, calon konsumen, ataupun transaksi jual beli menggunakan kemampuan serta keterampilan yang telah diberikan diawal, sehingga ke depannya kemampuan peserta didik tersebut dapat diukur di akhir. Selain itu, Progam pendidikan Tata Niaga telah memberi penjelasan secara detail dengan maksud serta tujuan adanya mata kuliah *Salesmanship* di dalam silabus dan RPP.

Tujuan dari belajar mengajar diatas telah dijelaskan maka penulis bisa menarik kesimpulan bahwa tujuan dari proses belajar mengajar ialah sebagai usaha memberikan bekal kepada diri peserta didik dengan kemampuan-kemampuan yang bersifat pengalaman, pemahaman moral dan keterampilan sehingga mengalami perkembangan positif.

Di dalam proses belajar mengajar tidak bisa berjalan secara konduktif jika belum ada dukungan berupa komponen-komponen dalam kegiatan belajar mengajar, karena diantara proses belajar mengajar dengan komponen belajar mengajar saling berkaitan erat antara satu sama lain. Komponen di dalam belajar mengajar menjadi faktor penting keberadaannya karena dengan belajar mengajar diharapkan tingkah laku peserta didik akan beralih ke arah yang lebih baik serta menjadi harapan dengan adanya proses pembelajaran akan terjadi perubahan perilaku pada setiap individu peserta didik. Sumiati dan Asra (2009:3) menjelaskan bahwa pengelompokan

komponen-komponen pembelajaran menjadi 3 kategori utama yakni ; Dosen, konten atau materi pembelajaran dan mahasiswa. Kemudian, ketiga komponen ini dapat berinteraksi satu sama lain untuk berkomunikasi menggunakan metode pembelajaran untuk membangun lingkungan belajar, sehingga tercipta lingkungan pengajaran yang dapat dengan mudah membuat tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Hal ini sejalan dengan tiga komponen utama pemasaran yaitu: guru, teori, dan siswa, kemudian saling berinteraksi untuk menciptakan proses pembelajaran berdasarkan tujuan awal yang diharapkan. Dalam hal ini praktik pemasaran diharapkan dapat meningkatkan kemampuan siswa. Aspek psikologis, emosional dan teknis.

Syah (2002:53) menyatakan jika penguasaan skill peserta didik adalah ukuran seberapa luas peserta didik memahami pengetahuan serta kesadaran dan perilaku psikisnya. Asep (2008:19) mengemukakan jika lingkup penguasaan skill meliputi: Imitasi, manipulasi, presisi, ekspresi dan naturalisasi. Sementara itu, ada empat faktor dalam klasifikasi bidang keterampilan dan kemampuan, yaitu: (1) Gerakan adalah kumpulan gerakan tubuh dan melibatkan koordinasi gerakan tubuh. Faktor gerakan adalah respons otot terhadap rangsangan sensorik; (2) Manipulasi merupakan kegiatan yang meliputi pola gerakan terstruktur dari berbagai bagian tubuh, misalnya struktur antara mata, telinga, tangan dan jari. Struktur gerak tubuh melibatkan dua atau lebih bagian tubuh, seperti jari tangan, tangan dan mata; (3) Komunikasi adalah suatu kegiatan yang mengungkapkan pikiran dan perasaan untuk dipahami orang lain; (4) Proses pembentukan, yaitu menggunakan ide-ide baru Ciptakan kinerja (Sofyan, dkk., 2006: 23).

Prawira (2010: 5) menyatakan jika faktor kemampuan adalah mencakup tindakan sentuhan, dalam bentuk keterampilan melaksanakan, bisa dibiasakan secara efektif memilih, mempersiapkan, mengatur dan menggunakan sekumpulan peralatan / aktivitas instrumen. Keterbatasan waktu dalam praktik mata kuliah *Salesmanship* khususnya dalam praktik pemasaran sering kali menjadikan kendali di dalam pengembangan kemampuan skill. Untuk mengatasi permasalahan itu, peserta didik harusnya bisa memanfaatkan waktu luang mereka di luar jam perkuliahan guna mengasah kemampuan tawar menawar yang dimilikinya.

Ha: terdapat pengaruh praktik mata pelajaran *Salesmanship* terhadap kompetensi mahasiswa sebagai hasil belajar mata kuliah *Salesmanship* mahasiswa Progam pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNESA.

Kesuksesan dari mata pelajaran *Salesmanship* menjadi harapan agar mahasiswa bisa mengembangkan kompetensi mereka, dimana

kompetensi itu bisa dikategorikan pada 3 indikator yaitu kognitif, afektif, serta kemampuan skill, hal itu tidak berbeda dengan Indikator dari hasil pembelajaran menurut Benjamin S. Bloom dan *Taxonomy of Education Objectives* telah dibagi 2 pendidikan faktor tersebut terbagi menjadi 3 yaitu ranah kognitif, yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan otak dan intelektual. Emosi, segala sesuatu yang berhubungan dengan sikap dan gerakan mental berkaitan dengan gerakan atau ucapan verbal dan nonverbal.

Kemampuan kognitif menempati bagian besar dari keberhasilan siswa dalam keterampilan penjualan (penjualan), dan perkembangan kognitif setiap orang berpusat di otak, dari perspektif psikologi kognitif, otak merupakan sumber dan pengontrol faktor psikologis seperti faktor rasa dan faktor niat. Komponen kognitif adalah dimensi psikologis (pengetahuan) dan keterampilan intelektual, yang dapat digunakan: (1) studi pustaka, diskusi serta lain-lain guna menunjang pemahaman teori; (2) pengintegrasikan pengetahuan yang sudah diperoleh melalui praktikum sesuai dengan kenyataan yang ada, di samping adanya teori yang bertentangan; dan (3) berusaha mengaplikasikan teori dengan permasalahan yang sedang terjadi.

Setiap kemampuan para peserta didik selanjutnya yang menjadi harapan bisa berkembang dengan upaya praktik *Salesmanship* ialah keterkaitannya kemampuan psikomotor. Dengan kata lain, kemampuan ini juga dapat disebut sebagai keterampilan proses, yaitu keterampilan yang lebih cenderung mengembangkan keterampilan intelektual, fisik, dan sosial berdasarkan kemampuan individu untuk memperoleh kemampuan yang lebih tinggi.

Selain itu terdapat klasifikasi domain psikomotor terdapat 4 kategori, yakni: (1) *moving* (bergerak) yaitu mengarah pada beberapa gerakan yang perlu dikoordinasikan dengan gerakan tubuh. Kategori ini adalah respons otot terhadap rangsangan sensorik; (2) *manipulating* (memanipulasi) yakni aktivitas yang dihasilkan meliputi seluruh strukturnya dan melibatkan gerakan-gerakan yang melibatkan seluruh anggota tubuh, seperti koordinasi antara mata dan mata, telinga, tangan dan jari. Melibatkan koordinasi gerakan dua atau lebih anggota tubuh (misalnya jari dan tangan, mata dan tangan); (3) *communicating* (komunikasi) ialah aktivitas dalam menyajikan perasaan suatu gagasan guna diketahui orang lain; dan (4) *creating* (menciptakan) yakni merujuk pada gagasan baru yang dihasilkan dari proses dan kinerja (Sofyan, dkk., 2006: 23).

Waktu yang dimiliki sangat terbatas dalam mata kuliah praktik *salesmanship*. Faktor *psikomotoris* sering menjadi ke dalam dalam praktik *salesmanship*. Guna mengatasi kendala tersebut, dengan harapan mahasiswa dapat memanfaatkan waktu luang di luar jam kuliah untuk mengembangkan serta melatih diri dalam kegiatan tawar menawar produk yang dijualnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan secara kuantitatif digunakan peneliti pada penelitian ini, pemilihan jenis penelitian kolerasi dengan menggunakan bentuk kusal. Teknik pengumpulan adat dengan melakukan penyebaran angket atau kuisioner, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis.

Pemilihan penelitian secara kuantitatif, karena data yang diperoleh serta dianalisis berbentuk statistik lalu untuk mengujikan hipotesis data statistik telah disiapkan, untuk selanjutnya guna menganalisis hasil menggunakan rumus secara statistik.

Penelitian disebut penelitian terkait atau penelitian tujuan karena tujuannya untuk memahami hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih yang diteliti. Nazir (2011:166) menyatakan penelitian kolerasi masuk ke dalam kelompok deskripsi, sebab pada penelitian ini juga digambarkan kondisi yang sedang berlangsung. Penulis ingin memberi gambaran sebab dan akibat (kausalitas) yang direfleksikan dalam variabel. Dengan gambaran yang ada maka, variabel pertama praktik mata kuliah *Salesmanship* dianggap menjadi penyebabnya. kedua, variabel kompetensi mahasiswa sebagai hasil belajar mata kuliah *Salesmanship* studi kasus di Progam studi Tata Niaga angkatan 2015, Fakultas Ekonomi, UNESA.

Penulis melakukan penelitian seberapa jauh pengaruh variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* atau variabel kompetensi mahasiswa sebagai hasil mempelajari materi *Salesmanship* studi kasus di Prodi Tata Niaga angkatan 2015, Fakultas Ekonomi, UNESA.

Pemilihan lokasi penelitian Universitas Negeri Surabaya, yaitu di Fakultas Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Prodi Tata Niaga angkatan 2015 A dan B. Lokasi tersebut dipilih karena, pada Prodi tersebut mewajibkan mahasiswanya mengambil mata kuliah *salesmanship* untuk memperoleh ilmu yang diperlukan pada dunia bisnis. Mata kuliah *salesmanship* juga dianggap memiliki hubungan lurus dengan prodi tata niaga karena berfokus pada pemasaran. Waktu yang dibutuhkan pada penelitian ini 1 bulan yakni pada bulan Mei – Juni 2018.

Populasi dalam penelitian ini ialah peserta didik dari Fakultas Ekonomi UNESA yang sudah mendapatkan pembelajaran *Salesmanship*, dalam konteks tersebut ialah mahasiswa pendidikan tata niaga angkatan 2015 A dan B, sejumlah 86 responden.

Metode *nonprobability sampling* digunakan pada penelitian ini untuk mengambil pengambilan sampel. Metode tersebut dipilih karena, Dianggap bahwa tidak ada peluang atau peluang yang sama bagi setiap populasi untuk menggunakan sampling jenuh untuk pengambilan sampel. Peneliti memilih 86 mahasiswa sebagai responden.

Uji asumsi klasik untuk analisis regresi peneliti melakukan beberapa uji yaitu: uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas.

1. Uji normalitas menunjukkan hasil nilai sig 0.513 > 0.05 lalu bisa diambil kesimpulan bahwa data terdistribusi normal.
2. Hasil uji linearitas praktik mata kuliah *Salesmanship* terhadap kompetensi mahasiswa menunjukkan bahwa nilai 0.472. simpulan yang diambil bahwa adanya hubungan linier antara variabel Independent dengan variabel dependen.
3. Hasil uji multikolinearitas nilai VIF sebesar 1,000 < 10 simpulan yang diambil tidak terjadi multikolineritas.
4. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola pada scatter plot dan sebaran di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y. Simpulan yang diambil dari model regresi ini bukanlah heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Dilakukannya penelitian ini di Fakultas Ekonomi UNESA pada mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Tata Niaga angkatan 2015 A & B yang terletak di jalan Ketintang Surabaya Kuesioner dibagikan secara online kepada total 86 mahasiswa. Pemilihan gambaran karakteristik yang digunakan peneliti didasarkan pada jenis kelamin, prodi serta tahun angkatan yang telah disesuaikan dengan angket *online* yang disebar.

Berikut karakteristik responden berdasarkan angket yang disebar.

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pendapatan

| Karakteristik | Jumlah |
|---|--------|
| Jenis Kelamin | |
| Laki-laki | 18 |
| Perempuan | 68 |
| Prodi & tahun angkatan | |
| S1 Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2015 A | 42 |
| S1 Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2015 B | 44 |

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Dilihat dari tabel di atas, jumlah responden laki-laki sebanyak 18 responden atau 20% sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 68 responden atau 80%, sehingga jumlah responden sebanyak 86 responden. Persentasenya 100%. Terlihat dari data tersebut bahwa responden wanita lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

Sedangkan menurut rencana studi dan tahun angkatan, jumlah responden pada rencana pembelajaran pendidikan Tata Niaga S1 tahun 2015 A adalah 42 atau 48%, dan jumlah responden pada rencana pembelajaran pendidikan Tata Niaga S1 tahun 2015 B adalah 44 atau 52%. Responden dalam

penelitian ini hanya mahasiswa program penelitian pendidikan Tata Niaga A dan B angkatan 2015, karena mahasiswa pada kategori ini pernah mengikuti mata kuliah *salesmanship*.

Pengaruh Praktik Mata Kuliah *Salesmanship* Terhadap Kompetensi Mahasiswa Sebagai Hasil Belajar Mata Kuliah *Salesmanship* Mahasiswa Prodi Tataniaga Fakultas Ekonomi UNESA

Didasarkan pada hasil analisis serta uji hipotesis yang sudah dilakukan, diketahui, variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) memberikan pengaruh yang positif terhadap variabel kompetensi mahasiswa (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa praktik mata kuliah *Salesmanship* di perguruan tinggi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kompetensi mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNESA.

Berdasarkan karakteristik gender dari narasumber yang menjadi sampel dalam penelitian ini, terlihat bahwa mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga 2015 kelas A dan B fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya sebagian besar adalah mahasiswi. Responden laki-laki berjumlah 18 sebanyak 20% dan jumlah responden perempuan 68 sebanyak 80%.

Regresi yang dipakai dalam menganalisis data yang dipilih ialah regresi linier sederhana. Jenis regresi tersebut dipilih sebab, peneliti hanya menggunakan satu variabel bebas (*independen*) yaitu praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) dan satu variabel terikat (*dependen*) yaitu kompetensi mahasiswa (Y).

Tabel 2. Hasil analisis Uji t

| model | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
|--|--------|------------|------|-------|------|
| Constant | 44,185 | 9,763 | | 4,526 | ,000 |
| Praktik mata kuliah <i>Salesmanship</i> | ,212 | ,100 | ,257 | 2,124 | ,038 |

Sumber : Diolah peneliti, 2020

Dari persamaan regresi linier sederhana menunjukkan bahwa Nilai konstantanya adalah 44,185 (menandakan positif) yang artinya jika variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) Sama dengan (0), nilai (Y) adalah 16,641. Berdasarkan hasil tersebut, adanya kompetensi mahasiswa. Nilai koefisien regresi variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) sebesar 0,212 yang berarti bahwa dari persamaan model regresi tersebut menunjukkan adanya hubungan yang searah dengan variabel kompetensi mahasiswa (Y). Artinya jika ditambahkan unit pembelajaran kewirausahaan mahasiswa sebesar 0,212. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga akan meningkat apabila mahasiswa

mendapatkan pembelajaran praktik mata kuliah *Salesmanship* di perguruan tinggi.

Tabel 3. Hasil analisis Uji t

| Variabel | T | Sig |
|----------------|-------|-------|
| X ₁ | 4,526 | 0,000 |
| Y | 2,124 | 0,038 |

Sumber : Diolah peneliti, 2020

Dinyatakan jika nilai t_{hitung} dari penghitungan regresi linier sederhana sebanyak 2.124, Nilai signifikansi adalah 0,038 <0,05. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa variabel praktik mata kuliah *salesmanship* memiliki pengaruh terhadap kompetensi mahasiswa Progam Studi S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

$$Y = 44.185 + 0,212X + e$$

Hasil nilai konstanta 44,185 (berarti positif), mengatakan nilai variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) sama dengan (0) maka nilai (Y) sebesar 16,641. Dari hasil di atas menyatakan adanya kompetensi mahasiswa.

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R²)

| Model | R Square | Adjusted R squares |
|-------|----------|--------------------|
| | 0,332 | 0,051 |

Sumber : Diolah peneliti, 2020

Diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebanyak 0,332. Hal ini berarti praktik mata kuliah *Salesmanship* memiliki kontribusi terhadap kompetensi mahasiswa sebanyak 0,332 atau 33,2% sedangkan sisanya 67% terpengaruhi variabel di luar penelitian.

Nilai koefisien regresi variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) sebesar 0,212 menyatakan persamaan model regresi tersebut terdapat jenis hubungan searah variabel kompetensi mahasiswa (Y). Dimana yang artinya jika pembelajaran *salesmanship* adanya peningkatan satu-satuan maka mengakibatkan peningkatan kompetensi mahasiswa sebesar 0,212. Simpulan yang diambil bahwa kompetensi mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Tata Niaga akan terjadi peningkatan jika memperoleh pembelajaran praktik mata kuliah *Salesmanship* di perguruan tinggi.

Berdasarkan nilai analisis koefisien determinasi (R²) mendapat nilai koefisien determinasi sebesar 0,332. Hal tersebut menyatakan praktik mata kuliah *Salesmanship* memiliki kontribusi terhadap kompetensi mahasiswa sebanyak 0,332 atau 33,2% sedangkan sisanya 67% adanya pengaruh dari luar variabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik mata kuliah *Salesmanship* mempengaruhi kompetensi

mahasiswa didukung dengan nilai t_{hitung} dari penghitungan regresi linier sederhana adalah sebesar 2.124 dengan nilai signifikan sebanyak 0,038 < 0,05. angka tersebut menunjukkan bahwa variabel praktik mata kuliah *Salesmanship* hubungan secara parsial memiliki pengaruh signifikan kepada variabel mata kuliah *Salesmanship* dengan demikian hipotesis pertama (H1) diterima.

Hasil dari peneliti sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Junaidi, 2012 menyatakan *Salesmanship* memiliki pengaruh terhadap pembelian minuman *Coca-Cola* adalah sebesar 13,7%, sedangkan lainnya yaitu 86,3% pengaruh dari faktor luar. Dalam penelitian terdahulu Junaidi dan penelitian yang dianalisis oleh peneliti mempunyai persamaan yakni juga menggunakan penelitian kuantitatif, dengan analisis data regresi sederhana, dan variabel *Salesmanship*.

KESIMPULAN

Menurut hasil dari pengelolaan data yang diolah menggunakan SPSS 16.0 for Windows, maka penulis menyimpulkan bahwa praktik mata kuliah *Salesmanship* (X) bernilai positif dengan variabel kompetensi mahasiswa (Y). Hal itu dapat dinyatakan praktik mata kuliah *Salesmanship* pada perguruan tinggi bernilai positif signifikan dengan kompetensi mahasiswa S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Susanto. 2013. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka cipta
- Azwar, S. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badura. 2004. *Salesmanship Ilmu dan Seni Menjadi Penjual yang Sukses*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Bafadal, Ibrahim. 2005. *Pengelola Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Bumi. Aksara
- Desmita. 2010. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- H. Daryanto. 2005. *Evaluasi pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Jihad, Asep dan Abdul Haris. 2009. *Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: Multi Pressindo
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Sumber Daya Manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda karya
- Pandji Anoraga. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka
- Prawira, D. 2010. *Belajar dari Kegiatan di Luar Kelas (Laboratorium)*. Jurnal Pendidikan Vokasi, 2, 27-29

Rustaman, N.Y. 2003. *Strategi Belajar Mengajar Biologi*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
Sagala, Syaiful. 2011. *Konsep dan Makna Pembelajaran*. Bandung: Alfabeta.

Sofyan, A., dkk. 2006. *Evaluasi Pembelajaran IPA Berbasis Kompetensi*. Jakarta: UIN Jakarta Press
Sudjana, Nana. 2009. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Remaja Rosdak



