

**PENGARUH AKTIVITAS TENAGA PENJUAL DAN TINGKAT PENGALAMAN
PENJUAL TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL AGEN/TOKO SPARE
PART SEPEDA DI DAERAH MOJOKERTO**

Achmad Andriawan

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

Pada era ekonomi global seperti saat ini menuntut toko untuk selalu menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen dikarenakan ketatnya persaingan antar toko. Pandangan semacam ini tidak terlepas dari aktivitas tenaga penjual sebelum buka toko sampai tutup toko hingga tingkat pengalaman penjual agen/toko tersebut. Aktivitas dimulai dari menyambut pelanggan yang datang sampai memastikan produk yang akan dibeli. Aktivitas tersebut dibutuhkan pengalaman menjual yang tinggi, mulai dari pengetahuan produk yang baik dan ketrampilan menjual yang baik agar dapat mempengaruhi calon pembeli untuk membeli produk yang dijual oleh agen/toko. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto yang berjumlah 150 agen/toko, dan sampel yang digunakan sebanyak 75 responden. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling, Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual dengan nilai signifikansi 0,029 dan 0,000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Koefisien determinasi (R-square) adalah 0,655 yang berarti 65,5% aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual mempengaruhi kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto, sedangkan 34,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: aktivitas tenaga penjual, tingkat pengalaman penjual, kinerja tenaga penjual.

Pada era ekonomi global seperti saat ini tingkat persaingan antar toko semakin ketat untuk menjadi yang terdepan, terbaik dan terbesar. Toko dituntut untuk memberikan pelayanan maksimal serta mengetahui keinginan konsumennya. Pandangan semacam ini tidak terlepas dari pemasaran toko untuk selalu menetapkan serta mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi toko. Selain itu, persaingan ini memacu suatu toko untuk meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar. Pemasaran suatu produk yang ada di toko tidak terlepas dari peranan penting seorang tenaga penjual.

Di Daerah Mojokerto sendiri penjualan sepeda dan spare part sangat signifikan, hal ini bisa dilihat dari banyaknya toko-toko yang menjual sepeda dan spare part yang ada di Daerah Mojokerto. Berdasarkan sumber dari Disperindag Kota dan Kabupaten Mojokerto perkembangan penjualan sepeda dan spare part selama 2 tahun terakhir meningkat dengan pesat.

Selain ditunjang dengan event-event yang diadakan oleh Pemerintah Daerah Mojokerto, sekolah-sekolah SD dan SMP mengharuskan siswa-siswinya memakai sepeda pada waktu berangkat dan pulang sekolah, bukan memakai sepeda motor.

Dengan adanya program-program kesehatan yang didukung oleh pemerintah antara lain : *Cycling Go to Work*, *Car Free Day*, hemat BBM dan pemberian fasilitas jalan bagi pengguna sepeda di jalan raya memicu perkembangan dalam penjualan sepeda maupun spare partnya. Tidak hanya itu saja even-even yang pernah diadakan di Daerah Mojokerto secara rutin yaitu seperti *Tour de Java*, *Mountain bike*, sepeda sehat demikian juga perkembangan komunitas bersepeda yang tumbuh di Daerah Mojokerto juga banyak mempengaruhi perkembangan penjualan spare part sepeda. Karena dukungan pemerintah daerah berpartisipasi dalam program-program tersebut, maka perkembangan penjualan spare part sepeda tidak didominasi oleh orang-orang yang tinggal diperkotaan saja namun di wilayah pedesaan juga mengalami

perkembangan penjualan spare part sepeda. Berdasarkan permintaan spare part sepeda yang meningkat tersebut maka Toko Moroseneng Mojokerto bekerja sama dengan agen-agen kecil atau pengecer di wilayah Kota dan Kabupaten Mojokerto yang membutuhkan spare part sepeda.

Keberhasilan penjualan suatu produk spare part sepeda tergantung pada kualitas tenaga penjual untuk menjual produk spare part sepeda itu sendiri. Rosenberg (1995) mendefinisikan tenaga penjual adalah sales canvas dan sales representative yang menghubungi pembeli potensial atas suatu produk dan berusaha membujuk mereka untuk membeli produk. Kinerja tenaga penjualan memberikan sumbangan besar bagi suatu perusahaan, karena tenaga penjual merupakan penghubung antara perusahaan dengan konsumen. Hasil penelitian Baldauf dan Craven (2002) diketahui bahwa kompetensi dan usaha tenaga penjual mempengaruhi hasil-hasil individu mereka serta keefektifan organisasinya, karena tenaga penjual bertanggung jawab untuk

mengimplementasikan strategi bisnis pemasaran.

Menurut Ratminto dan Septi (2007) tugas sales counter sebelum toko dibuka adalah membersihkan tempat penjualan, menata barang spare part sepeda, sehingga konsumen yang datang langsung dapat melihat barang yang dijual. Sales counter juga harus mendata spare part sepeda yang ready stock maupun yang masih dipesankan ke pedagang besar, barang mana yang paling laku dan dicari konsumen sehingga apabila konsumen yang mencari barang tersebut langsung ready. Tugas sales counter ketika toko dibuka selain menata, menjaga, menjual, melayani juga sebagai konsultan, sehingga sales counter harus paham semua kegunaan dan fungsi dari spare part yang ada di toko maupun keunggulan spare part yang dijual dan juga harus memberikan alternatif barang yang lain yang fungsinya sesuai dengan barang yang dicari konsumen. Tugas sales counter ketika toko sudah tutup adalah mengecek kembali barang-barang yang laku maupun yang belum, sehingga mana yang harus di

order atau yang masih ready besoknya harus dikerjakan.

Aktivitas kerja tenaga penjual agen/toko yaitu suatu keadaan tercapainya tujuan yang diharapkan atau dikehendaki melalui penyelesaian pekerjaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti semakin tinggi efektivitasnya. Penelitian yang dilakukan Kohli, et al. (1998) menyatakan bahwa aktivitas penjualan akan lebih efektif bila dilakukan oleh tenaga penjualan yang lebih memiliki kemampuan dan pengalaman.

Para tenaga penjual agen/ toko ini rata-rata belajar secara otodidak, mereka awalnya belajar dari ikut orang selama beberapa tahun lalu mereka membuka usahanya sendiri. Dari situ secara tidak langsung mereka memiliki keahlian dan pengetahuan tentang produk yang mereka jual. Dengan tenaga penjual yang sudah berpengalaman dapat membuat penjualan produk lebih banyak. Leigh & Mc. Graw dalam Kohli (1998) tenaga penjualan yang berpengalaman akan lebih percaya diri karena mereka dapat

menemukan cara-cara untuk meningkatkan hasil akhir. Mereka lebih termotivasi untuk mencari cara-cara baru untuk meningkatkan kinerja hasil akhir dan menjadi lebih sukses dari pada tenaga penjualan yang tidak berpengalaman.

Aktivitas tenaga penjualan yang dilakukan oleh agen/toko yaitu memperluas daerah pemasaran produk spare part yang diperdagangkan, mengumpulkan informasi produk spare part yang dicari konsumen dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Selain memperluas daerah pemasaran dan mengumpulkan informasi produk, agen/toko juga mendata pesaing (*kompetitor*) yang ada di daerah sekitarnya, mencari informasi produk yang ditawarkan dan keunggulan produk yang mereka tawarkan, hal ini dimaksudkan untuk perbandingan dengan produk yang dipasarkan oleh agen/toko pesaing. Dari data informasi yang diperoleh tersebut, maka agen/toko tersebut dapat merubah strategi pemasaran maupun tingkat pelayanan terhadap konsumen. Untuk mempertahankan konsumen agar tetap menjadi pelanggan agen/toko salah satunya

adalah ketersediaan barang/produk yang lengkap dan yang paling penting adalah pelayanan yang optimal terhadap konsumen.

Pengalaman tenaga penjualan di agen/toko sangat dibutuhkan, hal ini dikarenakan agen/toko inilah yang berhadapan langsung dengan konsumen. Mereka harus mengetahui pengetahuan tentang produk yang baik sehingga mereka dapat menghadapi pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh konsumen dan juga dapat mengusulkan barang yang terbaik bagi konsumen. Karena perkembangan produk ini maka tenaga penjual yang ada di agen/toko dituntut untuk mempelajari produk yang baru tersebut dengan cara mengikuti pelatihan yang diadakan baik oleh agen besar, distributor maupun produsen. Selain menyelenggarakan pelatihan, mereka memberi literatur kepada tenaga penjual agen/toko tersebut, sehingga memudahkan tenaga penjual untuk menjelaskan kegunaan dari spare part tersebut kepada konsumen.

Meskipun aktivitas dan pengalaman tenaga penjual sudah optimal belum tentu volume penjualannya meningkat, hal ini bisa

saja terjadi karena tidak adanya *reward* atau bonus dari agen/toko tersebut. Agen/toko ini seharusnya memberikan *reward* atau bonus kepada pelanggan tetap. Hal ini akan membuat semangat pelanggan yang setia untuk membeli barang di agen/toko kita.

Dari latar belakang inilah penulis mengangkat judul “*Pengaruh Aktivitas Tenaga Penjual Dan Tingkat Pengalaman Penjual Terhadap Kinerja Agen/Toko Spare Part Sepeda Di Daerah Mojokerto*”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah: 1) apakah aktivitas tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto?; 2) apakah tingkat pengalaman penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto?

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aktivitas tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah

Mojokerto, 2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat pengalaman penjual terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto.

Kajian Pustaka

Saluran Distribusi

Dalam usaha meningkatkan penjualan, toko menjalankan berbagai kegiatan diantaranya : memperluas daerah pemasaran, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan atau servis yang diberikan, dsb. Disamping itu juga toko berusaha meningkatkan penjualan dengan memperluas dan memperbanyak saluran distribusi, dimana saluran distribusi ini merupakan salah satu kekuatan toko dalam memasarkan produk yang dihasilkan dengan harapan mencapai tingkat penjualan yang besar sehingga dapat memberikan berupaya agar penyaluran produk dapat secepatnya sampai ke tangan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2003:181) menyatakan bahwa saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang

membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:185) saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan).

Penilaian Kinerja

Kinerja adalah hasil seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Apabila dikaitkan dengan performance sebagai kata benda (noun), maka pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan

tidak bertentangan dengan moral dan etika (Rivai & Basri, 2004:14).

Menurut Leon C. Mengginson dalam Anwar Mangkunegara (2005:12) menyatakan bahwa performance appraisal adalah suatu proses yang digunakan oleh majikan untuk menentukan apakah seorang pegawai melakukan pekerjaannya sesuai dengan yang dimaksud. Andrew E. Sikula dalam Anwar Mangkunegara (2005:12) menyatakan bahwa penilaian pegawai merupakan evaluasi yang sistematis dari pekerjaan pegawai dan potensi yang dapat dikembangkan. Penilaian adalah proses penentuan nilai, kualitas, atau status dari beberapa objek, orang ataupun sesuatu.

Aktivitas Tenaga Penjual

Menurut Ratminto dan Septi (2007) aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh Sales counter diantaranya aktivitas sebelum buka toko, aktivitas selama operational toko, dan aktivitas menjelang tutup toko.

Aktivitas sales counter sebelum buka toko diantaranya :

- 1) membersihkan area penjualan

- 2) merapikan, menuyusun, dan memajang barang
- 3) memeriksa kebersihan fixture dan area penjualan lainnya
- 4) memeriksa kelengkapan label harga
- 5) memeriksa persediaan barang/stock barang
- 6) mengenakan semua perlengkapan kerja.

Aktivitas sales counter selama operational toko diantaranya :

- 1)menjumpai, artinya menunjukkan sikap peduli, dengan cara melayani calon pembeli yang datang dengan ramah.
- 2) mempelajari, artinya seorang tenaga penjual mempelajari keinginan calon pembeli agar terlibat dalam proses jual beli.
- 3) mengusulkan, artinya seorang tenaga penjual menawarkan produk melalui pendekatan-pendekatan menjual suatu produk.
- 4) menegaskan, artinya seorang tenaga penjual memastikan calon pembeli agar tertarik dalam suatu produk tersebut.
- 5) menjamin, artinya seorang tenaga penjual dapat menjamin

kepuasan setelah terjadi proses jual beli.

Aktivitas sales counter menjelang tutup toko diantaranya:

- 1) menutup barang-barang jualan dengan kain penutup.
- 2) memastikan area penjualan tetap bersih.
- 3) memeriksa kembali persediaan barang/stock barang.
- 4) memastikan area penjualan aman dari bahaya kebakaran.

Tingkat Pengalaman Penjual

Menurut Hariandja (2002:120) menyatakan bahwa pengalaman kerja adalah suatu pekerjaan atau jabatan yang pernah diduduki sebetulnya selama kurun waktu tertentu.

Manulang (1984:15) menyatakan bahwa pengalaman kerja adalah proses pembentukan pengetahuan atau keterampilan tentang metode suatu pekerjaan karena keterlibatan karyawan tersebut dalam pelaksanaan tugas pekerjaan.

Ranupandojo (1984:16) menyatakan bahwa pengalaman kerja adalah ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh

seseorang dapat memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik.

Hal serupa juga dinyatakan oleh Trijoko dalam manulang (1984:16) pengalaman kerja adalah pengetahuan atau ketrampilan yang telah diketahui dan dikuasai seseorang yang akibat dari perbuatan atau pekerjaan yang telah dilakukan selama beberapa waktu.

Kinerja Tenaga Penjual

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia yang dikutip dan diterjemahkan oleh Hadari Nawawi (2006:63) menyatakan bahwa kinerja adalah sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, kemampuan kerja. Definisi lain mengenai kinerja menurut Hadari Nawawi (2006:63) adalah kinerja dikatakan tinggi apabila suatu target kerja dapat diselesaikan pada waktu yang tepat atau tidak melampaui batas waktu yang disediakan. Kinerja menjadi rendah jika diselesaikan melampaui batas waktu yang disediakan atau sama sekali tidak terselesaikan.

Menurut Ngatno (2005:158) menyatakan bahwa kinerja adalah salah satu bentuk hasil karya

karyawan, dimana hasil karya ini dapat berwujud pencapaian pekerjaan terhadap standar yang telah ditentukan, atau dapat meruapakan hasil karya individu dibandingkan dengan lainnya.

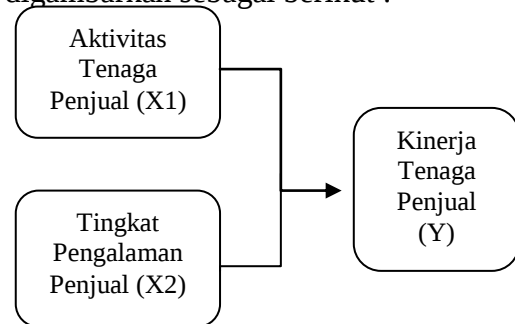
Hipotesis

1. Diduga aktivitas tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto.
2. Diduga tingkat pengalaman penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2012:208) Penelitian deskriptif adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Adapun pendekatan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:13) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui variabel-variabel dengan angka, kata,

dan kalimat. Rancangan penelitian pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Populasi dan Sampel

Menurut Malhotra (2009:364), populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset. Populasi dalam penelitian ini adalah agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto yang berjumlah 150 orang. Menurut Malhotra (2009:364), sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Bahwa jumlah atau responden dengan jumlah yang terbatas paling sedikit empat atau lima jumlah sub variabel yang teliti. Sampel penelitian berjumlah 75 orang.

Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode nonprobability sampling, alasannya dipergunakan metode tersebut karena peneliti tidak memberi

peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan jenis metode nonprobability sampling yang digunakan adalah metode purposive Sampling, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan angket.

Teknik Analisis Data

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang mana adalah sebesar 0,2242 dan korelasi antara variabel X memiliki nilai signifikansi $< 5\%$ yakni sebesar 0,000, maka hal ini menunjukkan bahwa butir soal valid.

Selain itu, dari hasil pengujian juga ditemukan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 60% atau lebih dari 0,6. Hal ini berarti butir soal reliable.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa seluruh data dari responden berdistribusi normal karena memiliki nilai asymp.sig sebesar 0,416 untuk aktivitas tenaga penjual, 0,114 untuk tingkat pengalaman penjual, dan 0,06 untuk kinerja tenaga penjual yang mana lebih besar dari 0,05 atau 5% sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, diketahui bahwa model regresi juga memenuhi asumsi normal, karena membentuk histogram berbentuk simetris dan memiliki puncak di bagian tengahnya.

Uji Multikolinieritas

Semakin tinggi VIF semakin rendah *Tolerance* jadi bila $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,1$ maka terjadi gejala Multikolinieritas. Dari pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas lebih kecil dari 5, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolonieritas pada variabel tersebut.

Uji Heterokedastisitas

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa hasil korelasi rank spearman diperoleh nilai signifikan pada semua variabel variabel X seperti aktivitas tenaga penjual sebesar 0,105 dan tingkat pengalaman penjual sebesar 0,422. Karena nilai signifikan korelasi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Dari analisis regresi berganda diketahui bahwa aktivitas tenaga penjual sebesar 0,105 dan tingkat pengalaman penjual sebesar 0,422.

Uji F

Dari hasil pengujian diperoleh Fhitung (71,306) $>$ Ftabel (3,120) dengan taraf signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto.

Uji t

Berdasarkan hasil uji t variabel aktivitas tenaga penjual

dan tingkat pengalaman penjual diperoleh signifikansi sebesar 0,029 dan 0,000 dimana merupakan lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto, sehingga dapat dikatakan bahwa H_a diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan nilai mean menunjukkan bahwa aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto termasuk kategori tinggi. Untuk nilai mean dari aktivitas tenaga penjual sebesar 3,02, sedangkan untuk nilai mean tingkat pengalaman penjual sebesar 3,01.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa mayoritas responden yang menjalankan usaha agen/toko spare part sepeda adalah laki-laki karena

mereka lebih mengetahui seluk beluk kerangka sepeda. Mayoritas responden menempuh pendidikan terakhirnya di jenjang SMA dan tidak ingin melanjutkan ke pendidikan selanjutnya. Ini dikarenakan beberapa faktor, mulai dari masalah biaya perkuliahan yang tinggi sampai dengan ingin melanjutkan usaha orang tuanya. Mayoritas responden berumur 36-45 tahun dan seluruhnya responden berstatus penjaga sekaligus pemilik agen/toko spare part sepeda. 5 responden yang pernah mengikuti pelatihan, Pelatihan ini dilakukan oleh toko Moroseneng dalam bentuk memberikan informasi kepada agen/toko mengenai barang yang ingin dijual, misalnya tentang keunggulan kelemahan. Selain itu agen/toko di ajarkan *greeting*, seperti cara menyambut calon pembeli dan cara menghadapi keluhan calon

pembeli. Sebagian besar responden memiliki pengalaman bekerja sekitar 5-8 tahun. Dengan lama bekerja 5-8 tahun, responden diasumsikan sudah berpengalaman dalam menjalani usaha spare part sepeda.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kohli (1998) dimana tenaga penjual yang lebih berpengalaman mempunyai struktur pengetahuan lebih baik dan pengalaman yang kompleks, mereka mungkin lebih percaya diri bahwa mereka dapat menemukan cara-cara baru untuk meningkatkan hasil akhir.

SIMPULAN

1. Secara parsial, terdapat pengaruh signifikan antara aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual terhadap kinerja tenaga penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto.
2. Secara simultan, aktivitas tenaga penjual dan tingkat pengalaman penjual memberikan pengaruh positif terhadap kinerja tenaga

penjual agen/toko spare part sepeda di Daerah Mojokerto.

SARAN

1. Pada variabel aktivitas tenaga penjual, indikator memeriksa stock barang sebelum membuka toko dan mengusulkan alternative barang kepada calon pembeli memiliki nilai rata-rata mean terkecil. Disarankan agen/toko memperbaiki kedua aktivitas tersebut diperbaiki dengan cara selalu memeriksa stock barang sebelum buka toko dan menambah varian barang sebagai alternatif untuk calon pembeli bila calon pembeli ingin kualitas barang yang dibeli itu baik.
2. Pada variabel tingkat pengalaman penjual, indikator lama bekerja, pengetahuan tentang barang, dan penguasaan pekerjaan memiliki nilai rata-rata mean kecil. Disarankan agen/toko untuk

meningkatkan lama bekerja, pengetahuan tentang barang dan penguasaan pekerjaan dengan berbagai cara, seperti mengikuti seminar-seminar kewirausahaan yang di adakan di Daerah Mojokerto. Selain itu agen/toko ini juga bisa menanyakan keunggulan dan kelemahan barang ke agen besar untuk menambah pengetahuan barang yang dijual sehingga agen/toko ini dapat melayani calon pembeli dengan baik sesuai dengan keinginan calon pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Syafarudin. 2001. *MSDM*. Yogyakarta: BPFE.
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2005. *Evaluasi Kerja*. Bandung: Refika Aditama.
- Anglin A. Kenneth, Jeffry J. Stolman, James W. Gnetry. 1990. *The Congruence of Manager Perception of Salesperson Performance and Knowledge-based Measure of Adaptive Selling*.

***Journal of Personal selling
& Sales Management Vol. X.***

***Personal Selling and Sales
Mangement, Vol. XXI, No.3.***

- Arikunto, Suharsimi. 2006. ***Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)***. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Baldauf, Artur, Cravens, David W. 2002. ***The effect of moderators on the Salesperson Behavior and Salesperson outcome performance and Sales Organization effectiveness relationship. European Journal of Marketing, Vol.36 No.11/12.***
- Basuki, Andi. 2009. ***Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Hamudha Prima Media Boyolali. Jurnal Ekonomi Vol II***
- Bajari, Makarius. 2006. ***Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Industri Asuransi Jiwa Di Semarang). Jurnal Manajemen Vol 4.***
- Cross, James., Steven W. Hartley, William Rudelius, and Michael J. Vassey. 2001. ***Sales Force Activities and Marketing Strategies in Industrial Firms. Journal of***
- Djauhari, Yanuar Rachmansyah. 2010. ***Strategi Meningkatkan Kinerja Penjualan Asuransi Jiwa (Studi di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Semarang). Jurnal Prestasi Vol. 6, No.1, Juni 2010.***
- Fandy Tjiptono. 2008, ***Strategi Pemasaran***. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Foster, Bill. 2001. ***Pembinaan untuk Peningkatan Kinerja Karyawan***. Jakarta: PPM.
- Gibson, Ivancevich. 1984. ***Organisasi dan Manajemen Perilaku Struktur proses***. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2006. ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS***. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2001. ***Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia***. Yogyakarta: BPFE.
- Hariandja. Marihot T.E. 2002. ***Manajemen Sumber Daya Manusia***. Jakarta: Grasindo
- Hasibuan. H. Malayu S.P. 2006. ***Organisasi Dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas***. Jakarta: Bumi Aksara

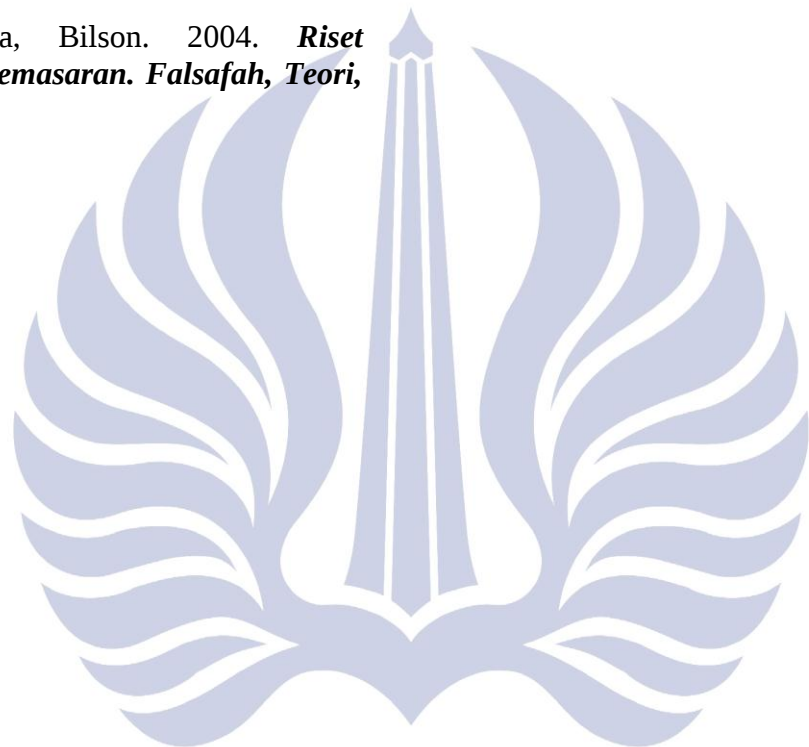
- Hasiholan Sitompul, SE., MM., D. Hotman. 2004. ***Pengaruh Orientasi Belajar Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kerja Cerdas Dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. III***
- Kohli, Ajay K, Tassadaduq A. Shervani, and Goutman N. Callagalla, 1998. ***Learning and Performance Orientation of Salespeople : The Role of Supervisors. Journal of Marketing Research. Vol. XXXV.***
- Kotler, Philip. 2003. ***Manajemen Pemasaran edisi kesebelas.*** Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Lukman, dkk. 2005. ***Manajemen Perbankan.*** Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Malhotra, Naresh K. 2009. ***Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1.*** Jakarta: PT Index.
- Manulang. 1984. ***Manajemen Personalia.*** Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulatsih, Retno. 2010. ***Studi Tentang Kinerja Tenaga Penjualan (Kasus Empiris pada PT. Sinar Niaga Sejahtera Area Distribusi Jawa Tengah I). Fokus Ekonomi Vol.6, Juni 2011 No.1.***
- Nawari, Hadari. 2006. ***Perencanaan Sumber Daya Manusia Untuk Organisasi Profit Yang Komperatif.*** Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Ngatno. 2005. ***Analisis Proses Supervisi Tenaga Penjualan (Studi Kasus Pada Salesman Asuransi Bumi Putera Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol IV (September)***
- Ranupandojo, Heidjrachman Husnan, Suad. 1986. ***Manajemen Personalia.*** Yogyakarta:BPFE
- Ratminto dan Septi Atik Winarsih. 2007. ***Manajemen Pelayanan.*** Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Rivai & Ahmad Fawzi Mohd Basri. 2005. ***Performance Appraisal Sistem Yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan Dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan.*** Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rosenberg, S. W. 1995. ***Againts Neoclassical political Economy: A Political Critique . Journal International Society of Political Psychology. Vol. 16, No. 1***
- Sanusi, Anwar. 2011. ***Metodologi Penelitian Bisnis.*** Jakarta: Salemba Empat

Setiawan, Andi. 2003. ***Analisis Kinerja Tenaga Penjualan Berdasarkan Sistem Kontrol dan Sinergi Aktifitas Tenaga Penjualan (Studi Empiris Tenaga Penjualan pada Distributor Farmasi di Kota Semarang), Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. II, No.1 Mei 2003.***

dan Aplikasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2011 . ***Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*** Bandung: Alfabeta

Simamora, Bilson. 2004. ***Riset Pemasaran. Falsafah, Teori,***



UNESA

Universitas Negeri Surabaya