

**PENGARUH HASIL BELAJAR MATA KULIAH SALESMANSHIP TERHADAP
KEMAMPUAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**

Luluk Indarsih

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Lu2k.IndC@gmail.com

Abstrak

Hasil belajar merupakan suatu hal yang selalu menjadi topik utama dalam bidang pendidikan. Asumsi tersebut berkembang dengan pertimbangan bahwa hasil belajar merupakan indikator kualitas dan kuantitas pengetahuan yang telah dicapai. Maksud penilaian hasil belajar adalah untuk mengetahui sejauh mana kemajuan kemampuan individu. Salah satu kemampuan yang harus dimiliki adalah kemampuan komunikasi antarpribadi. Agar komunikasi antarpribadi berjalan lancar dan mendapatkan hasil yang diharapkan, perlu memiliki kecakapan sosial dan kecakapan behavioral. Dengan pemberian mata kuliah salesmanship diharapkan mahasiswa lancar dalam berkomunikasi antarpribadi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh hasil belajar mata kuliah salesmanship terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Prodi Pendidikan Tata Niaga angkatan 2011 dan mahasiswa jurusan Manajemen Pemasaran 2011 yang telah menempuh mata kuliah salesmanship. Sampel yang diambil sebanyak 109 responden ditentukan menggunakan teknik *sampling* jenuh. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 39,2% dan nilai Uji t sebesar 8,308 lebih besar dari t tabel sebesar 1,66 maka hasil belajar mata kuliah salesmanship berpengaruh signifikan terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Kata kunci : hasil belajar, kemampuan komunikasi antarpribadi

Abstract

Learning outcome is a thing that has always been the main topic in the field of education. These assumptions are developed with the consideration that the learning outcome is an indicator of the quality and quantity of knowledge that has been achieved. Significance of assesment of learning outcomes is to know the extent of the progress of individual capability. One of the must-have capabilities is the ability of interpersonal communication. Interpersonal communications in order to run smoothly and get the expected results, it is necessary to have social skills and behavioral skills. By administering courses the student is expected to smooth salesmanship in communicating interpersonal communication. The purpose of this research is to know the influence of the results of the study subjects of interpersonal communication skills of salesmanship student of Faculty of Economic, Universitas Negeri Surabaya.

This research uses a quantitative approach. The population in this study are students majoring in economics education Prodi Commerce Education the 2011 and the 2011 marketing management majors who have completed courses salesmanship. Samples taken as many as 109 respondents specified using the technique of sampling is saturated. Data analysis techniques using simple linear regression.

From a simple linear regression analysis results obtained the value of the coefficient of determination (R Square) amounted to 39,2% and t Test value of 8,308 is greater than t table 1,66 results study subjects salesmanship influence of interpersonal communication capability significantly to students of Faculty of Economic Universitas Negeri Surabaya.

Keywords: results of learning, interpersonal communication skills

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang terjadi belakangan ini menuntut semua pihak untuk ikut serta berkontribusi dalam pelaksanaannya, dimana bertujuan meningkatkan pembangunan nasional suatu negara agar dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia khususnya memiliki tujuan tertentu untuk dapat bersaing di pasar global, salah satunya dengan menyiapkan sumber daya manusia yang handal dan berkompeten di bidangnya.

Kualitas sumber daya manusia suatu negara berkaitan erat dengan kualitas pendidikan, dan untuk mengetahui kualitas pendidikan Indonesia dapat dilihat dari sistem pendidikannya. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara. (<http://www.inherent-dikti.net/files/sisdiknas.pdf>).

Dengan demikian, perwujudan nyata dari pelaksanaan pendidikan di Indonesia adalah kegiatan pembelajaran terutama di perguruan tinggi. Kemajuan yang dicapai mahasiswa dalam pendidikan yang ditempuh, salah satunya dilihat dari hasil belajar yang diraih selama proses belajar mengajar. Hasil belajar yang diraih merupakan cerminan ketercapaian tujuan pembelajaran berdasarkan penilaian dan evaluasi. Pada hakikatnya, mahasiswa yang memiliki hasil belajar baik adalah mahasiswa yang telah memiliki kemampuan tertentu di bidangnya dimana diperoleh dalam proses belajar mengajar yang telah diajarkan sebelumnya.

Adapun pengertian hasil belajar yaitu kemampuan yang diperoleh anak setelah melalui kegiatan belajar (Abdurrahman dalam Asep Jihad, 1999; Rofi' Indah P, 2009:45). Hasil belajar berupa prestasi belajar atau kinerja akademik yang dinyatakan dengan skor atau nilai. Pada prinsipnya, pengukuran hasil belajar ideal meliputi segenap ranah psikologis yang berubah akibat pengalaman dan proses belajar (Nasrudin H. dalam Auliyah, 2007:19).

Hasil atau penilaian dalam proses belajar menurut Buku pedoman Universitas Negeri Surabaya (2013) adalah melalui tes-tes seperti kuis, tugas, ujian sub sumatif (USS/UTS), dan ujian sumatif (US/UAS) dari materi kuliah yang diberikan, hasil tersebut dinamakan indeks prestasi.

Syah (2006) menyatakan bahwa ada beberapa alternatif norma pengukuran untuk mengukur hasil belajar mahasiswa: a. Norma skala angka dari 0 sampai 10; b. Norma skala angka dari 0 sampai 100 dan c. Norma simbol huruf A,B,C,D dan E (Syah, 2006).

Hasil Belajar Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Mata
Kuliah Salesmanship

Hasil Belajar	A -	B +	B -	B +	C -	C +	D	E	Jumlah
Tata Niaga (2011)	4	19	12	8	-	-	-	-	43
M.Pemasaran (2011)	3	10	19	19	11	3	-	1	66

Sumber: Akademik Unesa (siakad.unesa.ac.id)

DIKTI selaku direktorat yang menaungi masalah pendidikan mengeluarkan Kepmendiknas No.045/U/2002 dimana menuntut perubahan arah pendidikan tinggi untuk: a)menghasilkan lulusan yang dapat bersaing dalam dunia global; b)adanya perubahan orientasi pendidikan tinggi yang tidak lagi hanya menghasilkan manusia cerdas berilmu tetapi juga yang mampu menerapkan keilmuannya dalam kehidupan di masyarakatnya (kompeten dan relevan), yang lebih berbudaya; dan juga c)adanya perubahan kebutuhan di dunia kerja yang terwujud dalam perubahan persyaratan dalam menerima tenaga kerja, yaitu adanya persyaratan *soft skills* yang dominan disamping *hard skills*nya (Dirjen Dikti, 2008).

Pada dunia kerja yang dibutuhkan tidak hanya *hard skill* tapi juga *soft skills* yang juga memegang peran yang sangat penting. Menurut hasil penelusuran dan kajian (Illah Sailah, 2008) ada perbedaan kebutuhan dan pengembangannya serta sudut pandang terhadap *hard skills* dan *soft skills* antara dunia kerja/usaha dan perguruan tinggi pada saat ini sebagai berikut: 1)Rasio kebutuhan *soft skills* dan *hard skills* di dunia kerja/usaha berbanding terbalik dengan pengembangannya di perguruan tinggi. Kesuksesan di dunia kerja/usaha 80%

ditentukan oleh *mind set (soft skills)* yang dimilikinya dan 20% ditentukan oleh *technical skills (hard skills)*. 2) Pandangan perguruan tinggi terhadap lulusan yang “*high competence*” adalah lulusan dengan IPK tinggi dan lulus dalam waktu yang cepat (<4 tahun). Sedangkan dunia industri menyatakan bahwa yang dimaksud dengan lulusan yang “*high competence*” yaitu mereka yang memiliki kemampuan dalam aspek teknis dan sikap yang baik.

Adapun *soft skill* yang harus dimiliki mahasiswa khususnya mahasiswa Pendidikan Tata Niaga dan Manajemen Pemasaran adalah kemampuan berkomunikasi yang didalamnya terdapat komunikasi antar pribadi (*interpersonal skill*). Salah satu mata kuliah yang memberikan kemampuan berkomunikasi antar pribadi adalah salesmanship yang memiliki bobot 2 sks untuk Pendidikan Tata Niaga dan 3 sks untuk Manajemen Pemasaran (Silabus Salesmanship, 2013).

Buku pedoman Universitas Negeri Surabaya (2013) mendeskripsikan Salesmanship adalah pemahaman konsep, pembekalan dan pelatihan komunikasi penjualan, meliputi pengenalan, mengemas produk, layanan prima, purna jual. Kunci sukses seorang penjual dalam bidang perdagangan tidak hanya menyangkut masalah bagaimana menyakinkan calon pelanggan mau mengambil keputusan membeli barang atau jasa, tetapi juga bagaimana dapat menimbulkan kesan baik kepada orang lain selama melakukan hubungan pemasaran tersebut.

Pada silabus Salesmanship tercantum, bahwa mata kuliah Salesmanship tidak hanya memberikan teori tapi juga praktek di lapangan. Dengan pembekalan praktek pemasaran, diharapkan mahasiswa memiliki salah satu kemampuan dalam *softskill* yaitu, kemampuan berkomunikasi yang baik khususnya komunikasi antar pribadi dimana bertujuan untuk dapat menyampaikan argumen-argumen sehingga calon pelanggan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Adapun hasil penelitian Ardiana Angga Widiyanto (2012) bahwa terdapat pengaruh hasil belajar terhadap prestasi praktek kerja lapangan. Selain itu, hasil penelitian Atika Restu (2012) menyatakan ada pengaruh antara prestasi akademik terhadap penguasaan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa hasil belajar berpengaruh signifikan terhadap kemampuan praktek.

Selain itu, ada asumsi bahwa hasil belajar dapat menentukan tingkat keberhasilan *soft skill* seseorang. Oleh karena itu, diharapkan setelah mahasiswa memperoleh hasil belajar mata kuliah salesmanship, hasil belajar tersebut dapat menentukan kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa yang merupakan salah satu *soft skill* yang dimiliki mahasiswa.

Adapun Hakikat komunikasi menurut Effendy (2003:8) adalah proses pernyataan antar manusia. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai bentuk interaksi manusia yang saling berpengaruh mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Sedangkan (Cangara, 2004:31) komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.

Menurut Hardjana (2003:91) supaya komunikasi antarpribadi (*interpersonal*) berhasil, maka mahasiswa harus memiliki kecakapan sosial dan kecakapan behavioral. Kecakapan sosial dapat membantu mahasiswa untuk mengetahui situasi dan kondisi lingkungan sekitar. Sedangkan kecakapan behavioral membantu mahasiswa dalam bertingkah laku di masyarakat.

Kemampuan berkomunikasi juga merupakan faktor penting dari sebuah kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, sebagai mahasiswa yang telah dibekali kemampuan komunikasi antarpribadi pada mata kuliah salesmanship diharapkan mahasiswa dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon pelanggan dalam kegiatan pemasaran di lapangan. (Silabus Salesmanship, 2013).

Fenomena yang terjadi di lapangan, dimana masih cenderung kurangnya kemampuan komunikasi antarpribadi yang dimiliki mahasiswa. Hal itu terbukti dengan tidak sabar mahasiswa menghadapi konsumen di lapangan.

Adapun penelitian terdahulu mengenai kemampuan komunikasi antarpribadi yaitu hasil penelitian Giri Isna Putra (2013) bahwa bimbingan kelompok dengan teknik role playing efektif untuk meningkatkan kemampuan komunikasi antarpribadi siswa kelas VII SMPN 2 Baturetno Wonogiri 2012/2013. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik mengambil judul

“Pengaruh Hasil Belajar Mata Kuliah Salesmanship Terhadap Kemampuan Komunikasi Antar Pribadi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Antarpribadi

Djoko Purwanto (2006:21) Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan antara individu yang satu dengan yang lain baik yang terjadi dalam suatu masyarakat maupun dalam organisasi dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Joseph A. Devito (dalam Effendy, 2000:61) Komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

Jadi komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Kebanyakan komunikasi antarpribadi berbentuk verbal disertai ungkapan-ungkapan non verbal dan dilakukan secara lisan. Lebih lanjut Devito (dalam Liliweri, 1991:13) memberikan lima ciri-ciri komunikasi antarpribadi yaitu : 1) Keterbukaan (*openess*), 2) Empati (*emphaty*), 3) Dukungan (*supportiveness*), 4) Rasa positif (*positiveness*), 5) Kesamaan (*equality*).

Muhammad (1995:165-167) tujuan komunikasi antarpribadi :

1. Menemukan diri sendiri
2. Menemukan dunia luar
3. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti
4. Berubah sikap dan tingkah laku
5. Untuk bermain dan kesenangan
6. Untuk membantu orang lain

Jalaludin Rakhmat (2007:79-129), komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh: 1) Persepsi Interpersonal, 2) Konsep Diri, 3) Atraksi Interpersonal, dan 4) Hubungan interpersonal.

Kompetensi komunikasi antarpribadi (*interpersonal*) membantu untuk mencapai tujuan komunikasi. Hardjana (2003:90-94) agar komunikasi antarpribadi (*interpersonal*)

berhasil, harus memiliki kecakapan komunikasi baik social maupun behavioral.

- 1) Kecakapan social
 - a. Empati (*empathy*)
 - b. Perspektif sosial (*social perspective*)
 - c. Kepekaan (*sensitivity*)
 - d. Pengetahuan akan situasi pada waktu berkomunikasi
 - e. Memonitor diri (*self monitoring*)
- 2) Kecakapan behavioral
 - a. Keterlibatan interaktif (*interactive involvement*)
 - b. Keluwesan perilaku (*behavioral flexibility*)
 - c. Mendengarkan (*listening*)
 - d. Gaya social (*social style*)
 - e. Kecemasan komunikasi (*communication anxiety*)

Proses Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses kegiatan belajar mengajar yang juga berperan dalam menentukan keberhasilan belajar siswa. Oleh karena itu, proses pembelajaran salesmanship sangat dibutuhkan dalam kegiatan pemasaran untuk menghasilkan mahasiswa memiliki kemampuan komunikasi antarpribadi yang baik yang pada akhirnya mahasiswa tersebut mampu untuk menyakinkan calon pelanggannya mencapai kesepakatan transaksi jual beli terhadap produk yang ditawarkannya.

Proses pembelajaran adalah proses yang di dalamnya terdapat kegiatan interaksi antara dosen-mahasiswa dan komunikasi timbal balik yang berlangsung dalam situasi edukatif untuk mencapai tujuan belajar (Rustaman, 2001:461). Menurut pendapat Bafadal (2005:11), pembelajaran dapat diartikan sebagai “segala usaha atau proses belajar mengajar dalam rangka terciptanya proses belajar mengajar yang efektif dan efisien”.

Pengertian proses pembelajaran antara lain menurut Rooijackers (1991:114) :

“Proses pembelajaran merupakan suatu kegiatan belajar mengajar menyangkut kegiatan tenaga pendidik, kegiatan peserta didik, pola dan proses interaksi tenaga pendidik dan peserta didik dan sumber belajar dalam suatu lingkungan belajar dalam kerangka keterlaksanaan program pendidikan”.

Pendapat yang hampir sama dikemukakan oleh Winkel (1991:200) “proses pembelajaran adalah suatu aktivitas psikis atau mental yang berlangsung dalam interaksi aktif dalam lingkungan, yang menghasilkan perubahan-perubahan pengetahuan, pemahaman, keterampilan dan nilai sikap”.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa proses pembelajaran adalah segala upaya bersama antara dosen dan mahasiswa untuk berbagi dan mengolah informasi, dengan harapan pengetahuan yang diberikan bermanfaat dalam diri mahasiswa dan menjadi landasan belajar yang berkelanjutan, serta diharapkan adanya perubahan-perubahan yang lebih baik untuk mencapai suatu peningkatan yang positif yang ditandai dengan perubahan tingkah laku individu demi terciptanya proses belajar mengajar yang efektif dan efisien. Sebuah proses pembelajaran yang baik akan membentuk kemampuan intelektual, berfikir kritis dan munculnya kreatifitas serta perubahan perilaku atau pribadi seseorang berdasarkan praktik atau pengalaman tertentu.

Tujuan pembelajaran sebenarnya adalah untuk memperoleh pengetahuan dengan suatu cara yang dapat melatih kemampuan intelektual mahasiswa dan merangsang keingintahuan serta memotivasi kemampuan mereka (Dahar, 1996:106). Tujuan pembelajaran dibagi menjadi tiga kategori yaitu: kognitif (kemampuan intelektual), afektif (perkembangan moral), dan psikomotorik (keterampilan). Hal ini diperkuat oleh pendapat Blomm yang membagi tiga kategori dalam tujuan pembelajaran yaitu: 1) Kognitif, 2) Afektif, 3) Psikomotorik (Nasution, 1998:25).

Berdasarkan penjelasan tentang tujuan pembelajaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan pembelajaran adalah sebagai upaya membekali diri mahasiswa dengan kemampuan-kemampuan yang bersifat pengalaman, pemahaman moral dan keterampilan sehingga mengalami perkembangan positif.

Proses pembelajaran tidak akan berjalan dengan lancar apabila tidak didukung dengan komponen-komponen dalam pembelajaran, karena antara proses pembelajaran dengan komponen pembelajaran saling berkaitan dan membutuhkan. Komponen dalam pembelajaran sangat penting

keberadaannya karena dengan pembelajaran diharapkan perilaku mahasiswa akan berubah ke arah yang positif dan diharapkan dengan adanya proses belajar mengajar akan terjadi perubahan tingkah laku pada diri mahasiswa.

Adapun komponen yang mempengaruhi berjalannya suatu proses pembelajaran menurut Zain dkk (1997:48), dalam kegiatan belajar mengajar terdapat beberapa komponen pembelajaran yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya yaitu: 1) dosen / guru, 2) mahasiswa, 3) materi pembelajaran, 4) metode pembelajaran, 5) media pembelajaran, 6) evaluasi pembelajaran.

Hasil Belajar

Hasil belajar adalah kemampuan yang diperoleh anak setelah melalui kegiatan belajar (Abdurrahman dalam Asep Jihad, 1999; Ruffi Indah P, 2009:45). Hasil belajar berupa prestasi belajar atau kinerja akademik yang dinyatakan dengan skor atau nilai. Pada prinsipnya, pengukuran hasil belajar ideal meliputi segenap ranah psikologis yang berubah akibat pengalaman dan proses belajar (Nasrudin H. dalam Auliyah, 2007:19).

Hasil belajar yang dicapai siswa dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor yang datang dari diri siswa itu sendiri dan faktor dari luar yang berasal dari lingkungan (Sudjana, 2005:39).

Kedua faktor diatas yaitu kemampuan siswa dan kualitas pengajaran mempunyai hubungan berbanding lurus dengan hasil belajar siswa, artinya makin tinggi kemampuan siswa dan kualitas pengajaran maka makin tinggi pula hasil belajar siswa (Sudjana, 2005:40).

Tujuan hasil belajar siswa diklasifikasikan dalam tiga ranah domain yaitu (1) domain kognitif mencakup tujuan yang berhubungan dengan ingatan, pengetahuan dan kemampuan intelektual, (2) domain afektif mencakup tujuan-tujuan yang berhubungan dengan perubahan-perubahan sikap, nilai, perasaan dan minat, dan (3) domain psikomotor mencakup tujuan yang berhubungan dengan kemampuan gerak dan ketrampilan atau kinerja (Ruffi Endah Penikastari, 2009:46). Oleh karena itu, dalam proses penilaian hasil belajar siswa hendaknya mencakup tiga ranah yaitu kognitif, afektif dan psikomotor yang merupakan satu kesatuan

yang tidak terpisahkan, bahkan membentuk hubungan hierarki (Nana Sudjana, 2009:49).

Penilaian hasil belajar Universitas Negeri Surabaya menurut Buku Pedoman Universitas Negeri Surabaya (2013) tentang sistem penilaian, dimana menjelaskan bahwa sistem penilaian di Universitas Negeri Surabaya meliputi :

1. Komponen Penilaian: Partisipasi Kelas (P), Tugas (T), Ujian Sub Sumatif (USS) dan Ujian Sumatif (US)
2. Acuan Penilaian
Proses pembelajaran menerapkan prinsip belajar tuntas dan penilaian menerapkan prinsip penilaian acuan patokan.
3. Nilai Mata Kuliah
Nilai akhir (NA) dihitung dengan rumus:
 $NA = (2 \times P) + (3 \times T) + (2 \times USS) + (3 \times US) / 10$
4. Konversi Nilai
Konversi nilai skala 0 – 100 menjadi skala 0 – 4 dan huruf diatur sebagai berikut :

Huruf	Angka	Interval
A	4	$85 \leq A < 100$
A -	3,75	$80 \leq A- < 85$
B +	3,5	$75 \leq B+ < 80$
B	3	$70 \leq B- < 75$
B -	2,75	$65 \leq B- < 70$
C +	2,5	$60 \leq C+ < 65$
C	2	$55 \leq C < 60$
D	1	$40 \leq D < 55$
E	0	$0 \leq E < 40$

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun buatan manusia (Sukmadinata, 2006:72). Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasil penelitian ini pun diwujudkan dalam angka (Suharsimi Arikunto, 2010:27). Penelitian ini juga merupakan penelitian korelasional karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Iskandar, 2009:63).

Jenis Data

Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data primer. Data Primer adalah data yang pertama kali dicatat oleh peneliti (Sanusi, 2011:103). Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui cara penyebaran angket kepada Mahasiswa Tata Niaga serta Manajemen Pemasaran angkatan 2011.
- 2) data sekunder. Data Sekunder adalah data yang sudah tersedia dan sudah dikumpulkan oleh pihak lain (Sanusi, 2011:103). Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari data Administrasi di Fakultas Ekonomi yang mendukung dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Suharsimi, 2010:173). Target populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Adapun karakteristik populasi yang menjadi target penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang telah memperoleh mata kuliah salesmanship, dalam hal ini adalah mahasiswa tata niaga angkatan 2011 dan mahasiswa manajemen pemasaran angkatan 2011 yang berjumlah 109 mahasiswa.

Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling*, karena tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan *sampling* jenuh, karena peneliti menggunakan semua responden yang berjumlah 109 mahasiswa (Sugiono, 2010:84-85).

Teknik Pengumpulan Data

- 1) Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Pada metode ini memberikan daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang telah memperoleh mata kuliah *salesmanship* yang digunakan untuk memperoleh data dari responden. Angket

dalam penelitian ini merupakan angket tertutup karena peneliti menyiapkan pilihan jawaban yang berupa skala likert untuk mengukur hasil belajar dalam menyikapi setiap item pernyataan dalam angket.

Dalam angket ini, terdapat 20 item pernyataan, dimana pernyataan-pernyataan tersebut mewakili indikator-indikator dari masing-masing variabel penelitian baik variabel dependen atau variabel independent.

- 2) Dokumen digunakan untuk memperoleh data atau dokumen-dokumen yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, jumlah mahasiswa, sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi serta data lain yang mendukung. Selain itu, peneliti juga mempelajari buku-buku mengenai hasil belajar dan komunikasi antarpribadi, jurnal dan bahkan skripsi yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini terdapat satu variabel bebas yaitu hasil belajar (X) dan satu variabel terikat yaitu kemampuan komunikasi antarpribadi (Y). Berdasarkan hal tersebut penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

- 1) Regresi Linier Sederhana

Dalam analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan terikat dengan persamaan garis:

$$Y = a + bX + e, \text{ dimana}$$

Y = Kemampuan komunikasi antarpribadi

a = Harga Y ketika X=0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi.

X = Hasil belajar

e = Residu

- 2) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi masing-masing pengaruh variabel terikat (Ghazali, 2009:35). Kriteria pengujian dan membuat kesimpulan:

- a. H₀ diterima dan H₁ ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
- b. H₀ ditolak dan H₁ diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dimana pada uji normalitas diketahui bahwa persebaran data pada gambar Histogram membentuk garis lonceng sedangkan pada gambar plot berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal. Sedangkan hasil uji instrumen diketahui bahwa dari uji validitas, semua pernyataan pada penelitian ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ yaitu sebesar $0,756 > 0,60$.

Hasil

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.600	5.420		4.723	.000
	X	.606	.073	.626	8.308	.000

a. Dependent Variable: y

Dalam penelitian diketahui bahwa t_{tabel} sebesar 1,66, sedangkan berdasarkan tabel hasil uji t menggunakan program SPSS 16 for Windows diperoleh t_{hitung} sebesar 8,308 dengan signifikansi 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,308 > 1,66$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil belajar mata kuliah salesmanship berpengaruh signifikan terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.386	5.15243

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas diketahui bahwa hasil belajar mata kuliah salesmanship berpengaruh terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa sebesar 39,2%.

Berdasarkan perhitungan dapat dibuat persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = 25,6 + 0,606 X$$

Keterangan:

Y= kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA.

X= hasil belajar

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa hasil belajar mata kuliah salesmanship berpengaruh signifikan terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, diperoleh dari nilai signifikansi $0,000 < \text{ taraf signifikan } 0,05$.

Dengan koefisien regresi yang positif, maka dapat dikatakan bahwa hasil belajar mata kuliah salesmanship berpengaruh positif signifikan terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa. Artinya semakin tinggi hasil belajar maka semakin tinggi pula kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa.

Hasil penelitian tersebut mendukung teori (Sudjana, 2005:40) dimana kemampuan siswa dan kualitas pengajaran mempunyai hubungan berbanding lurus dengan hasil belajar siswa, artinya makin tinggi kemampuan siswa dan kualitas pengajaran maka makin tinggi pula hasil belajar siswa. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ardiana Angga Widiyanto (2012) bahwa terdapat pengaruh hasil belajar terhadap prestasi praktek kerja lapangan, dan hasil penelitian Atika Restu (2012) dimana menyatakan ada pengaruh antara prestasi akademik terhadap penguasaan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa besarnya pengaruh hasil belajar mata kuliah salesmanship terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya sebesar 39,2%. Hal tersebut terjadi diakibatkan adanya pengaruh dari variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Variabel lain yang ikut mempengaruhi dan tidak termasuk dalam penelitian ini adalah adanya faktor kontribusi di mata kuliah lain selain mata kuliah salesmanship yang telah membentuk kemampuan komunikasi

antarpribadi mahasiswa, diantaranya meliputi mata kuliah manajemen pemasaran, pemasaran jasa, kewirausahaan, promosi, perilaku konsumen dan lain sebagainya. Disamping itu, selain dipengaruhi hasil belajar mahasiswa, kemampuan komunikasi antarpribadi juga dapat dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal (Jalaludin Rakhmat, 2007).

Adapun pengertian dari hasil belajar itu sendiri adalah kemampuan yang diperoleh anak setelah melalui kegiatan belajar (Abdurrahman dalam Asep Jihad, 1999; Rofi' Indah P, 2009:45). Agar hasil belajar yang di dapat sesuai dengan yang diharapkan, baik mahasiswa maupun dosen perlu memiliki pengetahuan tentang kemampuan anak didik itu sendiri. Hasil belajar yang didapatkan sesuai dengan nilai yang didapat sebelumnya meliputi: 1) nilai partisipasi, 2) nilai tugas, 3) nilai ujian sub sumatif dan 4) ujian sumatif (Buku Pedoman Universitas Negeri Surabaya, 2013).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data hasil belajar mata kuliah salesmanship rata-rata mahasiswa memperoleh nilai B yang sebarannya adalah nilai B, B+ dan B-. Dengan hasil belajar mahasiswa tata niaga dan manajemen pemasaran yang memiliki hasil belajar yang baik, sehingga dapat diasumsikan mahasiswa telah memenuhi standar kompetensi dari mata kuliah *salesmanship*. Mahasiswa telah mengenal, menyelesaikan, menyusun dan menerapkan *salesmanship* terkait dengan gambaran umum seorang salesman/kualitas seorang sales, strategi menjual, kiat-kiat dan trik-trik menjual.

Selain hasil belajar yang baik, mahasiswa juga harus ditunjang dengan kemampuan yang dimiliki yaitu salah satunya komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan antara individu yang satu dengan yang lain baik yang terjadi dalam suatu masyarakat maupun dalam organisasi dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu (Djoko purwanto, 2006:21).

Agar komunikasi antarpribadi berjalan lancar dan mendapatkan hasil yang diharapkan, baik pemberi maupun penerima pesan perlu memiliki kemampuan dan kecakapan komunikasi antarpribadi yang

diperlukan antara lain kecakapan komunikasi social maupun behavioral. Kecakapan sosial meliputi empati, perspektif sosial, kepekaan, pengetahuan akan situasi pada waktu berkomunikasi dan memonitor diri. Sedangkan kecakapan behavioral membantu mahasiswa dalam bertingkah laku di masyarakat yang meliputi keterlibatan interaktif, keluwesan perilaku, mendengarkan, gaya sosial, kecemasan komunikasi (Hardjana, 2003: 90-94).

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui pula bahwa kecakapan behavioral lebih besar dibanding kecakapan sosial. Dimana rata-rata indikator pada kecakapan behavioral sebesar 35,31% sedangkan kecakapan sosial sebesar 35,03%.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa hasil belajar mata kuliah salesmanship memiliki pengaruh terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dengan besarnya pengaruh 39,2%. Selain itu, korelasi antara hasil belajar mata kuliah salesmanship terhadap kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa sebesar 0,626 yang berarti korelasi menunjukkan hubungan yang kuat. Dari hasil penelitian ini juga disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya telah memiliki hasil belajar mata kuliah salesmanship yang baik. Selain itu, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya juga memiliki kecakapan sosial dan kecakapan behavioral yang cukup baik juga.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa hasil belajar mahasiswa mata kuliah salesmanship berpengaruh pada kemampuan komunikasi antarpribadi mahasiswa, dimana diketahui bahwa untuk proporsi hasil belajar mata kuliah salesmanship mahasiswa pendidikan tata niaga jauh lebih baik daripada mahasiswa manajemen pemasaran. Oleh karena itu, peneliti dapat memberikan saran yang diperuntukkan bagi manajemen pemasaran untuk lebih meningkatkan praktek lapangannya guna mendapatkan hasil belajar yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali & Ansori. 2004. *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Baron, R. A., & Byrne, D. 1994. *Social Psychology: Understanding Human Interaction*. Boston: Allyn And Bacon Inc
- Brehm, S.S., & Kassin, S.M. 1993. *Social Psychology. Second Edition*. New Jersey: Houghton-Mifflin Company
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Djaali. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendi., Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Ernawati. 2012. *Hubungan Komunikasi Interpersonal Antara Mahasiswa Dan Dosen Dengan Prestasi Akademik Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma*. Skripsi Diterbitkan. Bali: Universitas Gunadarma
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan IV*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Giri Isna Putra. 2013. *Pengaruh Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Role Playing Efektif Untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Antarpribadi Siswa Kelas VII SMPN 2 Baturetno Wonogiri 2012/2013*.
- Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius
- Jihad, Asep dan Abdul haris. 2008. *Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: Multi Pressindo

- Jurnal Pendidikan Psikologi. *Central Queensland University*.
- Liliweri, Alo & Devito. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Lovet, Marvin. 2004. *Social/Interpersonal Skills In Business: In Field, Curriculum And Student Perspectives*. Jurnal Manajemen Dan Marketing.
- Maholtra, K Naresh. 1996. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey Prantice Hall
- Muhammad, Arni. 1995. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mustafa, Hasan. 2002. *Artikel Pendidikan*.
- Moh. Rifki Aditia. 2013. *Pengaruh Kemampuan Komunikasi Terhadap Prestasi Belajar Mata Diklat Melakukan Negoisasi Di Kelas XI Pemasaran SMKN 1 Magetan*. Skripsi Diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Penikastari, rufi endah. 2009. *Pengaruh Metode Pemberian Tugas Dengan Model Pembelajaran Guided Discovery Terhadap Hasil Belajar Fisika Materi Pokok Tekanan Pada Zat Cair Di Kelas Viii Smpn 1 Sedati*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Surabaya: Unesa
- Purwanto, Djoko. Drs. MB. A. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Robbins, S. P. 2008. *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarjono, Haryadi and Julianita, Winda. 2011. *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Shakespeare, Pamela. *Soft Skills, Hard Skills And Practice Identity*.
- Snyder, M., & Gangestad, S. 1986. *On The Nature Of Self Monitoring: Matters Of Assessment, Matters Of Validity*. Journal Of Personality And Social Psychology, Vol. 51, No.1, 125-139
- Son, Julie. 2008. *Do Age And Gender Matter In The Constraint Negotiation Of Physically Active Leisure?* Journal Of Leisure Research: Second Quarter 2008: 40, 2: Proquest Agriculture Journals Pg. 267
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sudjana. 2005. *Metode Statistik*. Bandung: PT. Tarsito
- Sudjana, Nana. 2009. *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algens
- Supri Wahyudi. 2013. *Pengaruh Prestasi Belajar Perencanaan Pengajaran Dan Micro Teaching Terhadap Praktik Pengalaman Lapangan Mahasiswa Pendidikan Akuntansi IKIP PGRI Madiun*. Skripsi Diterbitkan. Madiun: IKIP PGRI Madiun
- Syah, Hidayat. 2010. *Pengantar Umum Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Verivikatif*. Pekanbaru: Suska Pres
- Unesa. 2013. *Buku Pedoman Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya: UnesaPress