

**PENGARUH INTERPERSONAL SKILL, SALESMANSHIP SKILL DAN
TECHNICAL SKILL SALESPERSON TERHADAP KINERJA SALES PT.
DEMPO SENTOSA SIDOARJO**

Oleh

Muhammad Abdullah Mukti*), Dr. Kuswandi, S.E., M.Si*), Dr. Asmirin Noor, S.E., M.M*)
Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya
Masdullahoke@gmail.com

ABSTRACT

The world of the pharmaceutical industry is currently growing very rapidly, a strategy that needs to be strengthened in order to achieve the company's main goal, namely by increasing the strength of the sales force. In this study aims to determine the partial and simultaneous influence of interpersonal skills, salesmanship skills, and technical skills on the sales performance of PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. In this study using quantitative research techniques, with data collection through questionnaires. The sample in this study was taken is Sales of PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Testing analysis in this study using SPSS software, through a series of test tools to support multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis form the equation:

$$Y = .988 + 0.299 X1 + 0.109 X2 + 0.243 X3 + e$$

In accordance with the results of the equation, it is known that the positive coefficient value means that Interpersonal skill (X1), Salesmanship (X2) and Technical skill (X3) if there is an increase will increase the greeting performance so that it has a unidirectional effect, then the results of hypothesis testing indicate that the partial t test Interpersonal skill variable (X1), Salesmanship (X2), Technical skill (X3) have a partial effect on Sales Performance variable (Y) then simultaneously f-test variables Interpersonal skill (X1), Salesmanship (X2), Technical skill (X3) simultaneously affect the variable Sales Performance (Y)

Keywords: *Interpersonal skills, Salesmanship, Technical skills and Sales Performance variables.*

ABSTRAK

Dunia industri farmasi saat ini berkembang sangat pesat satu strategi yang ingin dikuatkan demi bisa mencapai tujuan utama perusahaan yaitu dengan meningkatkan kekuatan tenaga penjualan. dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari *interpersonal skill, Salesmanship skills, dan technical skill* terhadap kinerja sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. pada penelitian ini menggunakan teknik penelitian secara kuantitatif, dengan pengambilan data melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini diambil adalah Sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Analisis pengujian dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan *software* SPSS, melalui serangkaian alat uji untuk mendukung analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda membentuk persamaan:

$$Y = 0,988 + 0,299X1 + 0,109X2 + 0,243X3 + e$$

Sesuai dengan hasil persamaan tersebut diketahui bahwa nilai koefisien positif hal ini berarti *Interpersonal skill (X1), Salesmanship (X2) dan Technical skill (X3)* jika terjadi peningkatan akan meningkatkan kinerja sales sehingga berpengaruh searah, kemudian hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara uji t parsial variabel *Interpersonal skill (X1), Salesmanship (X2), Technical skill (X3)* berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kinerja Sales (Y) kemudian secara uji f simultan variabel

Interpersonal skill (X1), *Salesmanship* (X2), *Technical skill* (X3) berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kinerja Sales (Y)

Kata Kunci : *Interpersonal skill, Salesmanship, Technical skill* dan variabel Kinerja Sales.

Latar Belakang

Perusahaan farmasi adalah satu dari sekian banyaknya jenis jasa medis yang keberadaannya kurang lebih mendapatkan sisi positif akibat dari Pandemi Covid-19. Kebutuhan akan obat-obatan dan alat medis sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar dapat bertahan melewati pandemi yang berkepanjangan ini. Pada tahun 2020 terjadinya wabah Covid-19 yang menyebabkan daya tahan tubuh manusia Rentan terserang virus, sehingga untuk meningkatkan daya tahan tubuh kebutuhan akan vitamin, obat herbal dan suplemen dibutuhkan. Sehingga membuka peluang bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri farmasi bersaing untuk memperoleh keuntungan yang besar. Hal ini diperlihatkan pada pertumbuhan PDB pada perusahaan yang bergerak di industri farmasi, obat tradisional dan kimia yang tumbuh paling tinggi diantara 153 perusahaan anggota Industri Pengolahan Non migas pada tahun 2020 yaitu mencapai 9,39%, sedangkan pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan sebesar 8,48%. Kontribusi perusahaan industri farmasi, obat tradisional dan kimia di tahun 2020 sebesar 10,75% terhadap PDB industri pengolahan non migas dibandingkan dengan tahun 2019 kontribusinya sebesar 9,56%. Dalam periode 5 tahun terakhir atau 2015 sampai 2019 industri farmasi yang ada di Indonesia mempunyai kesempatan yang cukup besar untuk tumbuh. Pada periode tersebut perusahaan farmasi yang ada di Indonesia setelah mengalami peningkatan sebesar 132 perusahaan baru yaitu pada tahun 2015 dari sebelumnya terdapat 198 perusahaan meningkat di tahun 2019 menjadi 230 perusahaan, sedangkan perusahaan yang bergerak di industri penyediaan bahan baku obat juga mengalami peningkatan yakni sebesar 8 perusahaan di tahun 2016 kemudian meningkat pada tahun 2019 sebesar 14 perusahaan. Dari keseluruhan perusahaan tersebut terdapat tiga macam perusahaan yaitu perusahaan swasta domestik, MNC (*Multi National company*) dan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mana keseluruhan dari ketiga macam perusahaan tersebut didominasi oleh perusahaan swasta domestik. Kebutuhan akan obat-obatan di saat wabah Covid-19 merupakan kebutuhan yang utama dengan tingkat kebutuhan yang tinggi serta tidak dapat ditunda, sehingga kebutuhan terhadap hasil produksi perusahaan farmasi juga akan meningkat seiring dengan banyaknya jumlah penduduk dan kondisi ekonomi di suatu negara tidak mempengaruhi perusahaan yang bergerak pada bidang tersebut. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan tren total *market share* pada sektor farmasi yang ada di Indonesia dari tahun 2016 sebesar 65,9 Triliun Rupiah menjadi 88,36 Triliun Rupiah di tahun 2019 yang memperlihatkan peningkatan konsumsi dan permintaan akan obat-obatan. Peningkatan tersebut didasari oleh pengetahuan tentang pentingnya menjaga kesehatan dan perlunya obat-obatan di masa pandemi. Kemudian pendapatan masyarakat kelas menengah di Indonesia juga meningkat sehingga menyebabkan peningkatan daya beli suplemen, obat-obatan dan alat kesehatan. Dengan adanya penerapan Jaminan Kesehatan Nasional Kartu Indonesia Sehat atau JKN-KIS yang bertujuan untuk meningkatkan dan menjangkau masyarakat Indonesia secara luas serta menargetkan untuk memberikan jaminan kesehatan bagi seluruh penduduk yang ada di Indonesia sehingga dari tahun ke tahun jumlah peserta JKN-KIS diperkirakan akan bertambah. Hal ini membuka peluang (pangsa pasar) bagi perusahaan yang bergerak di sektor farmasi juga akan meningkat di tahun berikutnya. Tingkat konsumsi obat kapita penduduk Indonesia berada di posisi paling rendah diantara Negara anggota ASEAN, sehingga diproyeksikan perusahaan dibidang farmasi berpotensi untuk tumbuh. Rendahnya tingkat konsumsi obat di Indonesia karena perbedaan pola konsumsi akan obat dibandingkan dengan Negara anggota ASEAN yang lain serta rendahnya daya beli masyarakat akan obat. Dengan adanya system jaminan kesehatan Indonesia yang semakin baik didukung dengan meningkatnya pendapatan per kapita penduduk Indonesia, maka nilai peredaran obat-obatan di Indonesia juga akan besar. Kondisi berhubungan juga dengan pertumbuhan perusahaan dibidang farmasi dimasa yang akan datang. Hal tersebut

mendorong perusahaan farmasi di Indonesia di tahun 2017 diproyeksikan pada tingkat ke 20 besar dunia dan pada tahun 2020 diproyeksikan akan berada di tingkat 19 besar dunia. Saat pandemi terjadi, pastinya ada keuntungan dan kerugian yang dirasakan oleh PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Namun, ketika berbicara peluang sejatinya hal ini yang sangat ingin dimanfaatkan oleh PT. Dempo Sentosa Sidoarjo demi untuk mencapai pelanggan yang lebih luas lagi dan mencoba bertahan hidup di tengah pandemi yang berkepanjangan. Salah satu strategi yang ingin dikuatkan demi bisa mencapai tujuan utama perusahaan yaitu dengan meningkatkan kekuatan tenaga penjualan atau biasanya yang disebut *team marketing*. Dimasa era ekonomi global yang berkembang sangat pesat, perusahaan mau tidak mau harus selalu menjadi yang terunggul saat memberikan pelayanan yang memuaskan untuk calon pelanggan ataupun calon pelanggan. Hal-hal persaingan ini tak bisa dielakkan, akan tetapi hal ini juga yang menjadi salah satu bahan bakar pendorong ketika akan merumuskan rencana pemasaran yang jitu sehingga diharapkan memberikan peningkatan volume penjualan dan menguatkan pangsa pasar perusahaan farmasi dan diharapkan menjadi salah satu primadona di pasar. Banyak hal yang bisa dijadikan salah satu strategi jitu untuk memenangkan persaingan dalam suatu pasar. Namun, peran yang sangat vital yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan ialah bagaimana kualitas dari karyawan yang ada di perusahaan, maksudnya adalah tenaga penjualan yang mana mereka berupaya bekerja keras agar tujuan perusahaan semakin tercapai dengan baik. Peran dari *team marketing* / tenaga penjualan ini cukup dikatakan bagian yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan tercapainya tujuan perusahaan. Kinerja mereka memberikan sumbangsih besar untuk suatu perusahaan, karena *team marketing* atau tenaga penjualan merupakan penghubung antara pihak perusahaan dengan pelanggan. Selain perannya menghubungkan perusahaan dengan pelanggan, *team marketing* berperan dalam hal menaikkan laba perusahaan dalam bentuk jumlah penjualan (termasuk menjaga relasi dengan pelanggan), mereka juga ikut berperan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melalui pemasaran yang mereka lakukan. Hal tersebut diharapkan bisa diterapkan oleh perusahaan farmasi pada saat ini. Berbagai faktor kompetensi dapat mempengaruhi kinerja dari sebuah individu dalam *team marketing* agar bisa melaksanakan tugasnya dengan baik dan harus terus dilatih. Salah satu aset yang sangat bernilai bagi perusahaan ialah karyawan yang memiliki tingkat kinerja yang tinggi karena karyawan yang memiliki kinerja yang tinggi dapat membantu dalam mencapai tujuan sebuah perusahaan.

Penjualan PT Dempo Sentosa Sidoarjo akan dapat tercapai apabila seorang karyawan memiliki kompetensi sehingga akan meningkatkan pengetahuan karyawan yang ada di tenaga penjualan. Individu yang berkompoten ialah individu yang menyelesaikan pekerjaannya dengan terampil, mudah, cepat, sangat jarang membuat kesalahan dan intuitif. Performa seorang individu dapat dinilai buruk atau baik berdasarkan kompetensi yang dimilikinya berkaitan dengan sikap diantaranya apa yang dilakukan individu tersebut dan apa yang dikatakan oleh individu tersebut. Ahmad dan Kitchen (2010), kompetensi karyawan di divisi penjualan terdiri atas kompetensi dalam pendekatan tenaga personal (*interpersonal skill*) contohnya bagaimana langkah yang diambil karyawan tersebut dalam mengatasi konflik. Kemudian kompetensi dalam melakukan kegiatan penjualan (*salesmanship skill*) yakni pengetahuan tentang bagaimana untuk menjelaskan kepada konsumen dan bagaimana melakukan *closing* penjualan. Hal terakhir kompetensi akan *product knowledge* pada setiap item produk perusahaan (*technical skill*) yakni pengetahuan tentang kelebihan produk, fitur, *engineering skill* dan penyesuaian prosedur berdasarkan kebijakan dari perusahaan.

Faisal dan Augusty (2012), mendefinisikan bahwa *interpersonal skill* difokuskan pada keterampilan seorang penjual dalam mengembangkan kecerdasan emosional dan mengatur emosi di dalam melakukan pekerjaan secara efisien dan efektif. Seorang tenaga penjualan yang terampil dapat berkomunikasi secara efektif, hal ini dapat ditinjau dari setiap keinginan dan kebutuhan konsumen selalu diperhatikan oleh tenaga penjual tersebut. ketika seorang penjual mampu menjadi pendengar yang baik dan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan konsumennya, maka tenaga penjual tersebut mendapatkan rasa empati dan perhatian dari konsumen sehingga diharapkan dapat berkontribusi pada kinerja penjualan. Ahmad dan Kitchen (2010), menjelaskan bahwa *salesmanship skill* berhubungan dengan tingkat kemampuan seorang penjual

dalam menjelaskan setiap produk yang di bawa, memberikan *service* yang terbaik ketika melakukan atau berkunjung ke konsumen dan memiliki kemampuan negosiasi yang baik dengan konsumen. Adanya komplain dari konsumen baik itu mengenai spesifikasi produk ataupun dari harga akan berdampak pada sulitnya melakukan closing penjualan. Dengan demikian seorang penjual harus memiliki negosiasi yang baik serta terampil untuk mencari solusi mengenai komplain dari konsumen tersebut. *Service* yang baik ketika melakukan kunjungan ke konsumen adalah salah satu poin penting dalam membangun hubungan baik dengan konsumen. Ahmad dan Kitchen (2010), bahwa *technical skill* ialah kemampuan teknis yang berfokus pada ada komunikasi yang diberikan oleh tenaga penjualan dalam menginformasikan mengenai spesifikasi produk layanan dan desain produk kepada konsumen. Selain memiliki produk yang baik seorang tenaga penjualan harus mempunyai kompetensi mengenai tren dan perkembangan industri yang berkembang di masyarakat contohnya seperti adanya pengetahuan mengenai produk yang dijual pesaing sejenis. guna meningkatkan kinerja seorang penjual maka perusahaan harus mendorong serta memotivasi karyawan penjual menjadi seorang karyawan penjual yang adaptif di segala kondisi. Pada masa sekarang saat ini hal yang sangat diperlukan oleh seorang tenaga penjual ialah perihal *digital marketing*. Suatu strategi dalam memasarkan produk menggunakan sarana internet dan digital sebagai ajang promosi maupun melakukan kegiatan jual dan beli merupakan arti dari *digital marketing*. Pada era pandemi sekarang, digital marketing sangat berperan andil dalam menyokong hidup perusahaan dan menyiasati rumitnya berjualan *offline* saat ini dimana kita tahu kesulitan. Sebagai seorang tenaga penjual, *technical skill* seperti pemahaman untuk *digital marketing* sangat perlu untuk dipahami dan didalami bilamana semua kegiatan jual beli dilakukan secara *online* para tenaga penjual atau *marketing* sudah siap dengan segala macam strategi pemasaran guna menggaet pasar konsumen yang lebih luas lagi. Winata (2014:13) menyatakan bahwa, seorang tenaga penjualan yang dapat beradaptasi dengan keadaan sekitar ialah seorang tenaga yang dapat mengimplementasikan dan mengembangkan teknik, cara-cara menjual pada setiap konsumen serta dapat membuat atau mengambil keputusan secara tepat dan cepat sebagai respon dari konsumen sehingga dapat membuat konsumen mempunyai kesan yang baik pada penjual tersebut. Lebih lanjut Farida (2015), adaptasi seorang penjual dapat dikatakan sukses apabila dipengaruhi oleh perilaku dan sikap seorang penjual tersebut. individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi dapat menyesuaikan kondisi interpersonal dan situasional pada pelakunya dan menggunakan hal tersebut untuk mengendalikan dan mengatur penginformasian tentang produk yang dibawa oleh penjual tersebut. Seorang penjual harus pandai memilih berbagai macam teknik penjualan yang akan diterapkan sehingga akan lebih mudah dalam menyesuaikan pada kondisi dan lingkungan penjualan. Semakin baik teknik penjualan yang dipilih maka berdampak pada semakin tinggi pula kemampuan penyesuaian diri pada setiap kondisi dalam melakukan penjualan. Karyawan yang berada di divisi penjualan mempunyai peran penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan di dalam tingkat persaingan yang tinggi. Kinerja seorang penjual yang bertindak sebagai ujung tombak perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen, karena yang akan ditawarkan oleh perusahaan yang bergerak di industri farmasi memerlukan Interaksi langsung antara tenaga penjual dengan konsumen. Maka dari itu penulis mengambil penelitian dengan judul “Pengaruh *Interpersonal skill*, *Salesmanship Skill* dan *Technical skills Salesperson* terhadap Kinerja sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo”.

Landasan Teori

Interpersonal skill

Interpersonal skill atau keterampilan interpersonal diartikan dengan keterampilan dalam merespon dan mengenali perasaan, motivasi, perilaku dan sikap serta keinginan dari orang lain apabila seorang individu mampu membangun hubungan yang baik dengan cara memahami memahami dan merespon orang lain maka hal tersebut merupakan bagian dari *interpersonal skill*. *Interpersonal skill* merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki seorang individu Dalam berinteraksi dengan individu lain atau kelompok individu lain.

Johson (2009:8), *Interpersonal skill* merupakan total keseluruhan dari kapabilitas seseorang individu dalam berinteraksi secara efektif dan efisien kepada individu yang lain artinya kemampuan untuk memulai memelihara hubungan yang penuh perhatian dan produktif serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi yang baik. *Interpersonal skill* merupakan dan hal yang digunakan individu ketika berkomunikasi atau berhubungan dengan individu lain secara langsung.

Dari beberapa definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa *interpersonal skill* ialah kemampuan atau kecakapan yang harus dimiliki seorang individu dimulai dari mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan individu lain secara langsung sehingga dapat melakukan efektivitas dalam berinteraksi.

Faktor-faktor Keterampilan Interpersonal

Dari penjabaran langkah-langkah *interpersonal skill* maka dapat dijelaskan beberapa faktor antara lain:

5) Keterbukaan

Menurut Devito, seseorang dapat dikatakan terbuka apabila seseorang tersebut dapat membagikan informasi mengenai dirinya sendiri yang selama ini tidak dibagikan kepada orang lain. Maksudnya adalah membiarkan orang lain mengenali semua hal tentang dirinya tanpa ada yang ditutupi atau dirahasiakan.

6) Membangun Kepercayaan

Percaya diartikan sebagai pencapaian tujuan yang dikehendaki dengan mengandalkan individu lain yang pencapaiannya belum pasti dengan kondisi yang beresiko. Kunci dalam memelihara dan membina Kepercayaan adalah dapat dipercaya. Semakin individu tersebut mau mendukung dan menerima orang lain, maka akan semakin besar keterbukaan orang lain kepadanya. Semakin individu tersebut mendapat kepercayaan orang lain maka hubungan melalui perbuatan yang dapat dipercaya akan terbina.

7) Komunikasi

Wahlrus menjelaskan bahwa komunikasi ialah semua sifat dan perilaku seseorang yang berisi pesan dan akan diterima oleh orang lain. Perilaku tersebut dapat berupa non verbal maupun verbal.

8) Mendengarkan

Mendengarkan merupakan proses yang dilakukan secara sadar guna mencari informasi dan pemahaman yang berhubungan dengan pendengaran.

Salesmanship skills

Rentz, et al (2002), *salesmanship Skill* merupakan suatu kecakapan yang dimiliki seorang *sales* atau penjual di dalam menjelaskan dan melakukan *closing order* atau menutup penjualan dari produk atau jasa yang akan dijual kepada konsumennya. Misalnya Bagaimana seseorang di dalam menyampaikan suatu informasi pada sebuah presentasi didapatkan kesan unik dan menarik dengan tujuan konsumen sebagai penerima informasi dapat dengan mudah memahami apa yang sudah dijelaskan. Sedangkan Swastha (2008) berpendapat bahwa *salesmanship skill merupakan* suatu kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap *sales* atau tenaga penjualan yang dimaksudkan untuk menciptakan dan meningkatkan penjualan serta bakat ini adalah bakat yang dimiliki sejak manusia atau individu itu lahir dan ada pula yang beropini bahwa apabila semua individu mampu menjadi seorang ahli dalam bidang penjualan maka semua individu tersebut berusaha belajar dengan keras di dalam melakukan praktek penjualan. Tjiptono (2008), *Selling skill salesmanship* atau keahlian seseorang dalam melakukan penjualan yakni seorang *sales* diwajibkan mempunyai wawasan dan informasi yang berkaitan dengan spesifikasi produk yang akan ditawarkan serta menguasai hal yang berhubungan dengan proses menjual seperti bagaimana memberikan presentasi yang mudah dipahami oleh konsumen, bagaimana cara mendorong penjualan, bagaimana cara mendekati konsumen, bagaimana cara mendemonstrasikan produk yang akan ditawarkan dan bagaimana cara yang diambil apabila seorang penjual mendapatkan penolakan dari konsumen. Sedangkan Sopiah dan Sangadji (2016:1), suatu ilmu dan seni yang mempunyai tujuan untuk mempengaruhi dan membujuk pelanggan agar bersedia membeli jasa atau barang yang akan ditawarkan oleh seorang penjual.

Ahmad, et al. dalam Putranto (2019), *salesmanship skills* erat kaitannya dengan kemampuan seseorang di dalam melakukan penjualan, memberikan pelayanan yang baik ketika akan berkunjung ke konsumen dan dapat bernegosiasi dengan baik sehingga konsumen dapat membeli produk yang akan ditawarkan. Manning, et al., dalam Hartatik (2020), bahwa Dengan melakukan penerapan strategi presentasi penjualan yang baik diharapkan akan mampu meningkatkan produktivitas dari sisi penjualan dan Konsumen akan memberikan nilai lebih pada seorang penjual. Pemaparan informasi tentang produk yang dilakukan oleh seorang penjual dapat dinilai baik apabila seorang sales tersebut dapat menjelaskan detail produk yang akan ditawarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Technical skill

Mulatsih dalam Amalia et. al (2018), *technical skill* merupakan wawasan yang dimiliki seorang penjual guna mendukung proses penjualan seperti wawasan mengenai keistimewaan dan fitur produk atau penguasaan tentang produk, wawasan mengenai fungsi produk dan pemakaian produk, wawasan mengenai hal teknis atau *engineering teknis* dan prosedur yang akan diambil sesuai dengan kebijakan dari perusahaan.

Liu & Leach (2001), pandangan konsumen mengenai kompetensi seorang penjual menjadi suatu kepercayaan konsumen yang dimaksudkan bahwa seorang penjual tersebut mempunyai wawasan yang baik dan membangun kesuksesan, hubungan dan komunikasi yang baik dalam menjembatani perusahaan dengan konsumen. Apabila seorang konsumen memberikan pendapatnya bahwasanya seorang penjual mempunyai wawasan dan kompetensi yang bagus, maka konsumen tersebut akan berpendapat bahwa seorang penjual telah diberikan nilai lebih oleh konsumen. Perilaku yang baik menggambarkan seorang penjual mempunyai penyampaian informasi di mana seorang pelanggan dapat tertarik sehingga dapat membangun hubungan kerjasama yang baik dan mampu memberikan jalan keluar atas berbagai masalah yang akan timbul di dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Ahmad dalam Amalia et. al (2018), ada beberapa indikator mengenai teknikal skill sebagai berikut : (1) wawasan tentang daya kebutuhan konsumen, (2) pengetahuan produk dan (3) pengetahuan produk serta strategi yang akan diterapkan menghadapi perusahaan pesaing.

Kinerja Tenaga Penjualan (Sales)

Di dalam perusahaan adanya kinerja menunjukkan tingkat pencapaian seorang pegawai dalam menjalankan tugas yang dibebankan pencapaian kerja ini dapat dicapai didalam suatu organisasi dalam kelompok maupun individu sesuai dengan tanggung jawab serta wewenang masing-masing terkait harapan serta fungsi dari kesesuaian perilaku melalui tugas yang dibebankan terhadap individu maupun kelompok tersebut serta pencapaian hasil dapat ditunjukkan melalui efisiensi waktu, kualitas serta kuantitas dalam melaksanakan tugas. Ngatno (2005:158), kinerja ialah salah satu *output* dari usaha yang sudah dikeluarkan karyawan yang mana *output* ini dapat dilihat dari pencapaian hasil pekerjaan karyawan terhadap standar yang ditentukan perusahaan atau dapat dilihat dari perbandingan dengan karyawan lainnya. Kinerja penjualan dapat mempunyai pengaruh yang positif pada efektivitas penjualan suatu perusahaan. Disamping faktor internal ada juga faktor eksternal yang mempengaruhi efektivitas total serta faktor eksternal perusahaan diantaranya politik dan hukum, persaingan, sosial budaya, sumber dan tujuan perusahaan dan kondisi ekonomi suatu negara atau perusahaan. Swastha (1988:20) kinerja penjualan merupakan memberikan pengaruh positif terhadap efektifitas organisasi penjualan, disamping faktor lainnya yang dapat mempengaruhi efektifitas keseluruhan serta faktor-faktor lain yang berada diluar kendali tenaga penjual, seperti persaingan, politik dan hukum, sosial budaya, kondisi ekonomi dan sumber serta tujuan perusahaan. Poerbo dalam Lestari (2015), kinerja sebagai suatu prestasi yang wajib dicapai untuk diperlihatkan sebagai kemampuan perusahaan di mata umum. Baldauf *et.,al* dalam Lestari (2015), kinerja seorang sales merupakan sebuah kontribusi yang sudah dievaluasi terhadap tercapainya suatu tujuan perusahaan. Di dalam menilai kinerja seorang penjual, penulis menggunakan beberapa indikator dari Ferdinand dalam Lestari 2015 yaitu (1) tingkat pertumbuhan penjualan, (2) pertumbuhan pelanggan dan (3) volume penjualan.

HIPOTESIS

- H1 : *Interpersonal skill* berpengaruh terhadap Kinerja sales di PT. Dempo Sentosa Sidoarjo Sidoarjo.
- H2 : *Salesmanship skills* berpengaruh terhadap Kinerja sales di PT. Dempo Sentosa Sidoarjo Sidoarjo.
- H3 : *Technical skills* berpengaruh terhadap Kinerja sales di PT. Dempo Sentosa Sidoarjo Sidoarjo.
- H4 : *Interpersonal skill* ,*Salesmanship skills* dan *Technical skills Salesperson* berpengaruh terhadap Kinerja sales di PT. Dempo Sentosa Sidoarjo.

Jenis Penelitian

Pada riset ini digunakan jenis data yaitu bersifat subjek. Data yang memiliki sifat subjek adalah data yang berbentuk opini karakteristik pengalaman serta sikap dari kelompok seseorang atau individu kelompok yang digunakan sebagai subjek dalam riset ini Sangadji dan Sopiah (2013:308). Pada riset ini digunakan secara pendekatan kuantitatif yang nantinya akan diperoleh data berupa angka yang dapat digunakan analisis dalam penelitian. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu *Interpersonal skill Salesmanship*, dan *Technical skills Salesperson* sebagai variabel bebas (*independent*) dan kinerja sales sebagai variabel terikat (*dependent*). Dalam penelitian ini data subjek yang digunakan data yang diperoleh sesuai dengan hasil kuisisioner yang dibagikan kepada sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo.

Populasi dan Sampel

Populasi

Sugiyono (2017:80) yang dimaksud oleh populasi tersebut adalah keseluruhan objek generalisasi yang terdiri dari objek serta subjek yang karakteristik Individu memiliki kualitas sehingga peneliti dapat menetapkan sehingga dapat dianalisis yang nantinya dapat diambil kesimpulan dalam penelitian oleh karena itu arti populasi tersebut bukan sekedar seseorang namun juga benda atau objek disekitar alam lainnya. Dipilihnya populasi tersebut bukan hanya didasarkan oleh jumlah subjek serta objek yang nantinya akan dianalisis namun terdapat keseluruhan identifikasi menurut sifat yang terdapat dalam objek maupun subjek terkait sehingga populasi dapat mewakili dari apa yang hendak dianalisis. Pada riset ini dipilih sebagai populasi yakni pegawai sales atau tenaga penjualan sebanyak 30 orang dari PT. Dempo Sentosa Sidoarjo.

Sampel

Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sugiyono (2017:81) bagian dari karakteristik atau jumlah yang terdapat dalam populasi tersebut adalah dinamakan sektor apabila populasi tergolong sangat tinggi maka tidak mungkin dipelajari oleh peneliti untuk diambil secara keseluruhan yang terdapat dalam populasi tersebut hal tersebut banyak faktor yang menyebabkan tidak mungkin nya populasi diambil secara keseluruhan dalam jumlah besar antara lain yaitu adanya waktu, keterbatasan tenaga dan dana sehingga sampel yang digunakan oleh peneliti dapat digunakan an-nasr tapi pakai dari bagian populasi terkait.

Sesuai dengan uraian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa harus betul-betul mewakili secara dasar sampel yang digunakan dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini diambil yaitu secara sensus yakni karyawan bagian penjualan atau sales sebanyak 30 orang dari PT. Dempo Sentosa Sidoarjo.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Fungsi dari regresi linier ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap Variabel terikat titik agar mempermudah dalam proses penganalisisan data maka digunakan SPSS versi 23 sehingga didapatkan hasil seperti dibawah ini :

Tabel 1 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	t-hitung	Sig.	Keterangan
Constant	.988	.162	,872	Signifikan
<i>Interpersonal skill (X1)</i>	.299	2,987	,006	Signifikan
<i>Salesmanship (X2)</i>	.109	2,115	,044	Signifikan
<i>Technical skill (X3)</i>	.243	2,126	,043	Signifikan

Sumber : Analisis diolah penulis (2022).

Hasil analisis yang terdapat pada tabel 4.11, dihasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,988 + 0,299 X1 + 0,109 X2 + 0,243 X3 + e$$

Dari hasil tersebut, dapat dideskripsikan sebagai berikut :

- g. Nilai konstanta (a) sebesar 0,988
Menjelaskan bahwa apabila *Interpersonal skill*, *Salesmanship* dan *Technical skill* nilainya diasumsikan nol, maka Kinerja Sales akan sejumlah 0,988 satuan. Yang artinya jika tidak dengan *Interpersonal skill*, *Salesmanship* dan *Technical skill*. Maka dapat diproyeksikan nilai Kinerja Sales menjadi 0,988 satuan.
- h. Nilai koefisien variabel *Interpersonal skill (X1)* sebesar 0,299
Interpersonal skill memiliki nilai koefisien regresi yang positif, hal ini memperlihatkan bahwa *Interpersonal skills* mempunyai pengaruh searah pada Kinerja Sales. Apabila angka dari variabel X1 naik satu tingkatan, maka dapat meningkatkan nilai Kinerja Sales sebesar 0,299 satuan diasumsikan dengan nilai dari *Salesmanship* dan *Technical skill* tetap.
- i. Nilai koefisien variabel *Salesmanship (X2)* sebesar 0,109
Salesmanship memiliki nilai koefisien regresi yang positif, hal ini memperlihatkan bahwa *Salesmanship* mempunyai pengaruh searah pada Kinerja Sales. Apabila angka dari *Salesmanship* meningkat satu tingkatan, maka akan dapat meningkatkan nilai Kinerja Sales sebesar 0,109 satuan diasumsikan dengan nilai variabel *Interpersonal skill* dan *Technical skill* tetap.
- j. Nilai koefisien variabel *Technical skill (X3)* sebesar 0,243
Technical skill memiliki nilai koefisien regresi yang positif, hal ini memperlihatkan bahwa *Technical skill* mempunyai pengaruh searah pada Kinerja Sales. Apabila angka dari *Technical skill* meningkat satu tingkatan, maka akan dapat meningkatkan nilai variabel Kinerja Sales sebesar 0,243 satuan diasumsikan nilai variabel *Interpersonal skill* dan *Salesmanship* tetap.
Dilihat dari tabel 4.12, dapat diterangkan yakni angka koef. korelasi (R) sebesar 0,626^a dan angka tersebut apabila ditinjau dari tabel 4.13 dimana menerangkan hubungan pada tingkat yang kuat. Maka artinya hubungan antara *Interpersonal skill*, *Salesmanship* dan *Technical skill* terhadap Kinerja Sales tergolong sedang.
Koef. determinasi (R²) yakni 0,392 dimana nilai ini menjelaskan kontribusi *Interpersonal skill*, *Salesmanship* dan *Technical skill* pada Kinerja Sales sebesar 39,2%, sedangkan sisanya 61,8% disebabkan pengaruh variabel lain yang tidak diambil dalam riset. Adalah variabel pengganggu diluar variabel *Interpersonal skill*, *Salesmanship*, *Technical skill* dan Kinerja Sales.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Tabel 3 Uji t Parsial

Coefficients ^a	
Model	t
(Constant)	,162
Interpersonal skill (X1)	2,987
Salesmanship (X2)	2,115
Technical skill (X3)	2,126

a. Dependent Variable: Kinerja Sales

Sumber : Analisis diolah penulis (2022).

Dalam tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai thitung pada 30 responden mampu diuraikan yaitu sebagai berikut:

4. Variabel Interpersonal skill (X1) memiliki nilai t-hitung $2,987 >$ (t-tabel = 1,991). Artinya Interpersonal skill (X1) berpengaruh terhadap Kinerja Sales (Y).
5. Variabel Salesmanship (X2) memiliki nilai t-hitung $2,115 >$ (t-tabel = 1,991). Artinya Salesmanship (X2) berpengaruh terhadap Kinerja Sales (Y).
6. Variabel Technical skill (X3) memiliki nilai t-hitung $2,126 >$ (t-tabel = 1,991) artinya Technical skill (X3) memiliki pengaruh terhadap Kinerja Sales (Y).

Uji F

Pengujian secara simultan pada riset ini yaitu dengan cara menggunakan statistik adalah secara keseluruhan diuji masing-masing variabel sehingga membentuk hasil melalui konsep regresi linear berganda apakah pengujian secara simultan dapat memiliki hubungan pengaruh. Uji F ini dapat dipakai agar diketahui adanya kinerja sales yang dapat dipengaruhi secara bersama-sama oleh interpersonal skill, Salesmanship serta technical skill

Tabel 4 Uji F ANOVA^a

Model	F	Sig.
Regression		
Residual	5.595	.004 ^b
Total		

a. Dependent Variable: Kinerja Sales

Sumber : Lampiran Output SPSS versi 23.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui nilai Fhitung senilai $5,595 <$ F tabel = 2,46 (df= 98) kemudian besar signifikansi senilai 0,000 sehingga ($0,004 < 0,05$). Hal ini berarti Interpersonal skill (X1), Salesmanship (X2), Technical skill (X3) secara bersama mampu memberikan pengaruh signifikan pada Kinerja Sales (Y) pada Kinerja Sales.

Pembahasan

Pengaruh *Interpersonal skill* (X1) terhadap Kinerja Sales (Y)

Hasil penelitian membuktikan bahwa Interpersonal skill berpengaruh terhadap Kinerja Sales. Hasil dari nilai thitung variabel Interpersonal skill (X1) sebesar 2,987 bahwa dengan semakin bagusya Interpersonal skill yang dimiliki oleh seorang sales maka kinerja sales tersebut juga akan meningkat dari waktu ke waktu. Menurut hasil diatas, Interpersonal skill tenaga penjual (sales) PT. Dempo Sentosa Sidoarjo terbilang baik dan tidak lupa juga dikemudian hari bagian manajer sales juga harus selalu memberikan pelatihan yang bagus demi memoles Interpersonal Skill sales yang dinilai masih kurang menjadi lebih baik dari waktu ke waktu karena nantinya hal itu akan sangat berperan penting bagaimana sales dapat menyampaikan informasi produk yang dibawakan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Alma aulia,dkk (2018). Hal tersebut dikarenakan calon konsumen dapat melihat kemahiranpara sales menjelaskan mengenai produk suzuki ertiga, sehingga calon konsumen tertarik mengambil keputusan untuk membeli.

Pengaruh Persepsi *Salesmanship* (X2) terhadap Kinerja Sales (Y)

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Salesmanship* berpengaruh terhadap Kinerja Sales ". Hasil dari nilai thitung variabel *Salesmanship* (X2) sebesar 2,115 Pada item X2.4_1 tentang pernyataan bahwa konsumen mendapatkan info dari WA. Dengan adanya info dari What'sapp, konsumen merasa bahwa komunikasi lebih mudah dengan sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Adanya perkembangan teknologi semacam itu patut untuk dipergunakan dengan baik oleh tenaga sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Selain dapat memberikan informasi secara aktual perihal produk, mereka bisa menjaga hubungan yang baik dengan para konsumennya dan bisa membuka pasar yang lebih luas yang menyebabkan perusahaan PT. Dempo Sentosa Sidoarjo akan memiliki citra yang bagus dari perspektif konsumen. Hal ini dapat didukung oleh riset terdahulu yang dilaksanakan oleh Winarto (2018) menunjukkan hasil bahwa variabel *salesmanship* memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap kinerja sales.

Pengaruh *Technical skill* (X3) terhadap Kinerja Sales (Y)

Dalam riset ini memberikan bukti bahwa "Technical skill memiliki pengaruh terhadap Kinerja Sales ". Nilai thitung dalam penelitian ini menyatakan hasilvariabel *Technical skill* (X3) sebesar 2,126. Meninjau dari hasil yang didapatkan, rata-rata tanggapan responden terhadap *Technical skill* pada sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo sangat mengerti tentang produknya dengan menjelaskan apa keunggulan produk maupun hal yang bisa didapatkan jika melakukan kerja sama. Sehingga dapat diartikan bahwa *Technical skill* bernilai baik bagi Kinerja Sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo.

Technical Skill merupakan hal yang wajib dimiliki oleh setiap tenaga penjual (Sales) PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Hal ini diharapkan pihak manajemen PT. Dempo Sentosa Sidoarjo agar produk yang dijual dapat disampaikan dengan tepat tanpa ada timbul kesalahan informasi yang nantinya dapat menuju para konsumen kurang mengerti bagaimana dan apa produk yang mereka miliki dan tentu saja hal ini juga demi menjaga hubungan baik antara PT. Dempo Sentosa Sidoarjo dengan para konsumen yang sampai saat ini bekerja sama atau berlangganan pada PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Hal ini sesuai dengan hasil yang dilaksanakan oleh Rizka Mutiara Putri, 2014 dimana *Technical Skill* berpengaruh signifikansi terhadap kinerja tenaga penjualan.

Simpulan

Simpulan yang didapatkan dari analisis data sudah dilakukan, maka ada beberapa kesimpulan yang didapatkan dari riset ini antara lain :

4. *Interpersonal skill* mempunyai pengaruh pada Kinerja Sales PT.Dempo Sentosa. Pernyataan tersebut didukung dengan nilai yang didapatkan variabel *Interpersonal skill* yang telah dibahas pada bab sebelumnya dan penelitian terdahulu yang sejalan mengatakan bahwa *Interpersonal skill* memiliki pengaruh kepada Kinerja Sales.
5. *Salesmanship* mempunyai pengaruh pada Kinerja Sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Sama halnya dengan variabel sebelumnya, hal yang mendukung pernyataan diatas adalah hasil penelitian dari variabel harga yang terdapat di bab dan riset terdahulu selaras dengan hasil yang diperoleh di riset ini bahwasannya *Salesmanship* juga berpengaruh terhadap Kinerja Sales.
6. *Technical skill* mempunyai pengaruh pada Kinerja Sales PT. Dempo Sentosa Sidoarjo. Hasil atau pernyataan tersebut juga didasarkan pada hasil riset pada bab sebelumnya dan penelitian terdahulu yang sejalan dengan hasil yang diperoleh dimana *Technical skill* berpengaruh terhadap Kinerja Sales.

Saran

Dari apa yang didapatkan, maka ada beberapa yang dapat penulis sarankan antara lain :

4. Dari *Interpersonal skill* termasuk baik dengan feedback yang sangat positif. Hal ini sepatutnya perlu dipertahankan ataupun dikembangkan lagi dikarenakan kedepannya akan semakin banyak lagi perilaku konsumen yang ditemui oleh sales dan sales harus selalu bisa memosisikan diri dengan baik agar dapat meyakinkan dan mengerti apa kebutuhan konsumen. Hal ini ditujukan agar

konsumen semakin nyaman dalam berkomunikasi dimana diharapkan akan berdampak dengan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.

5. Menurut tanggapan dari beberapa responden tentang Salesmanship baik sehingga selaras pada hal yang ada dilakukan sebagaimana mestinya. Walaupun begitu, harus tetap membatasi jadwal marketing lewat nomor pribadi yang telah dibangun dan agar tidak sampai merusak privasi konsumen / pelanggan.
6. Terakhir, feedback yang didapatkan untuk Technical skill sales sudah cukup positif. Mungkin dikemudian hari jika ada produk baru yang akan muncul dipasaran, sales diharapkan bisa menggali lebih dalam lagi apa keunggulan yang bisa disampaikan ke konsumen supaya konsumen mau membeli produk tersebut.