

STUDI MENGENAI KEMAMPUAN MENJUAL DAN *CUSTOMER ORIENTATION* TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN STUDIKASUS TENAGA PENJUALAN PADA HOTEL DI PONTIANAK

Heri Bertus

e-mail: herikensi188@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemampuan menjual dan *customer orientation* terhadap kinerja tenaga penjualan pada hotel di Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menggunakan jasa pada hotel di Pontianak. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sejumlah 100 orang responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif, uji validitas, dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, korelasi dan koefisien determinasi serta uji hipotesis berupa uji f dan uji t dengan program SPSS 25. Hasil pengujian menunjukkan kemampuan menjual dan *customer orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,509 yang menunjukkan pengaruh kemampuan menjual dan *customer orientation* terhadap kinerja tenaga penjual sebesar 50,90 persen.

KATA KUNCI: *kemampuan menjual, customer orientation*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, yang dapat dirasakan oleh pelaku usaha yang bergerak pada sektor jasapariwisata, di Indonesia khususnya di Kota Pontianak bahwa bisnis pariwisata menjadi sektor yang cukup berhasil dengan kegiatannya yang menyediakan layanan jasa akomodasi berupa penginapan yang dilengkapi dengan jasa pelayanan lainnya kepada tamunya. Namun seiring perkembangan zaman, maka fungsi hotel tidak hanya sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai tempat melakukan pertemuan bisnis, seminar, tempat berlangsungnya pesta pernikahan serta hotel dijadikan sebagai tempat melakukan berbagai kegiatan, karena memiliki sarana dan prasarana yang lengkap serta menunjang berbagai kegiatan. Hotel juga memiliki peranan penting dalam pembangunan negara yakni meningkatkan industri rakyat, menciptakan lapangan kerja, membantu meningkatkan pendapatan daerah, serta menambah devisa negara. Peranan hotel dalam industri pariwisata adalah penting karena hotel sebagai sarana akomodasi umum yang membantu wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata dengan jasa penginapan hotel. Hotel termasuk

sarana pokok kepariwisataan yang berarti hidup dan kehidupannya hotel tergantung pada jumlah wisatawan yang menginap. Agar dapat bertahan hidup, maka manajemen hotel perlu menggunakan pandangan baru dalam pemasarannya sehingga dapat menarik minat lebih dari pengunjung, maka tuntutan terhadap kebutuhan penyediaan kamar hotel juga mengalami perkembangan, dalam kondisi persaingan industri hotel yang semakin ketat, usaha pengelola hotel untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel.

Kemampuan menjual menjadi salah satu modal utama tenaga penjualan dalam memasarkan hotel, jika tenaga penjualan terampil dalam memasarkan maka penyampaian mengenai deskripsi kualitas baik serta kurangnya suatu produk jasa bisa tersampaikan secara optimal dan lengkap. Kemampuan menjual selalu dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan hotel dan merupakan suatu yang dihasilkan oleh hotel dalam kurun waktu tertentu dengan mengacu kepada standar keberhasilan hotel. Untuk itu seorang tenaga penjualan membutuhkan skil dalam melakukan penjuala, skil adalah salah satu kunci yang tidak hanya bermanfaat untuk mendapatkan penjualan tetapi juga demi mendapatkan citra yang baik dari para pelanggan.

Orientasi pelanggan diartikan sebagai pemahaman yang menandakan kompeten atau tidaknya tenaga penjualan terhadap kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan para konsumen yang menggunakan jasa hotel agar dapat berlangsung secara terus menerus. Luasnya monitoring atas komitmen tenaga penjualan terhadap konsumen untuk mengembangkan strategi bersaing yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan serta pemahaman manajemen atas bagaimana bisnis dapat menciptakan nilai bagi pelanggan. Pemahaman yang baik mengenai pelanggan secara tidak langsung akan mendorong manajemen untuk memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan wisatawan melalui penyediaan produk atau jasa, pemahaman ini mendorong kemampuan yang baik bagi wisatawan, orientasi juga merupakan sebuah keharusan dalam berbagai macam bentuk bisnis karena tanpa pelanggan suatu bisnis tidak bisa berkembang, implementasi orientasi yang tepat pada pelanggan dapat menciptakan kinerja yang baik karena secara tidak langsung tenaga penjual akan merasa adanya kecocokan dengan pelanggan sehingga mempermudah dalam memberikan pelayanan melalui produk jasa yang ada.

Hotel secara umum merupakan badan usaha yang memberikan layanan penginapan berupa kamar yang dilengkapi fasilitas makan dan minum serta fasilitas umum lainnya, usaha perhotelan juga merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan khususnya di kota Pontianak, oleh karena itu banyak pelaku bisnis yang memilih bisnis perhotel sebagai salah satu usaha utamanya, selain itu karena kota Pontianak juga memiliki daya tarik sendiri bagi wisatawan untuk berkunjung.

KAJIAN TEORITIS

1. Kemampuan Menjual

Menjual merupakan suatu disiplin ilmu dan sekaligus seni untuk mempengaruhi orang lain, menjual dilakukan oleh tenaga penjualan supaya pelanggan bersedia membeli produk yang ditawarkan. Dalam melakukan penjualan ini tenaga penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian mempengaruhi orang lain. Ilmu menjual adalah suatu seni dalam dagang dan hidup untuk dapat mempengaruhi orang-orang supaya berfikir, merasakan, dan melakukan kehendak sesuai keinginan, sehingga mereka merasa mendapat keuntungan bila memiliki atau membeli produk yang ditawarkan (Singh dan Venugopal, 2012:12). Kemampuan menjual merupakan bagian dari promotion mix yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang oleh konsumen, karena memiliki daya tarik yang membuat konsumen merasa diperhatikan dan terselesaikan permasalahannya (Hendriyanto, 2012;1). Dalam usaha apapun, tenaga penjual dituntut harus mampu menunjukkan kemampuannya dalam mencapai target penjualannya dengan cara melakukan adaptasi dengan kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks sehingga dapat dipergunakan sebagai dasar untuk memperoleh profit jangka panjang (Singht, Kumar, dan Puri, 2017:22). Kemampuan menjual adalah landasan utama yang harus dimiliki oleh seorang tenaga penjual untuk mengetahui optimalnya kinerja tenaga pemasaran. Seorang tenaga penjual dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan produk atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kemampuan menjual merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu, tidak tercapainya suatu target penjualan tenaga penjual dapat disebabkan karena kurangnya kemampuan atau keterampilan dalam menjual (Saktya, Hindiarto, & Setyorini, 2015:74). Penelitian ini didukung oleh penelitian yang

dilakukan oleh Ahmad, dan Putra (2018) yang membuktikan bahwa kemampuan menjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Murwanto (2018) menyatakan bahwa kemampuan menjual memiliki pengaruh yang negatif signifikan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Variabel kemampuan menjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan pada Hotel di Pontianak

2. *Customer Orientation*

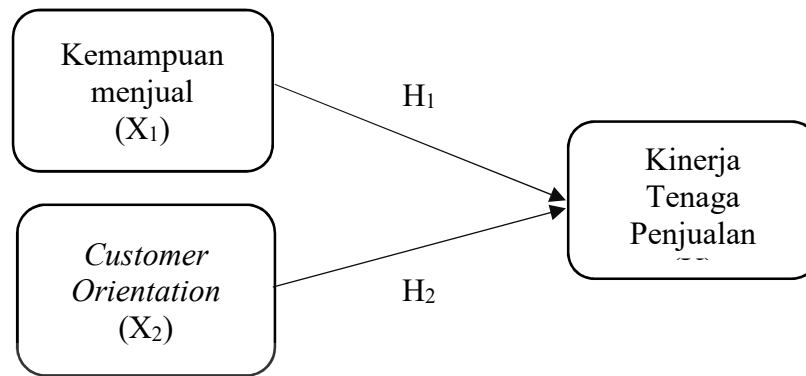
Dalam pengertian secara umum, pelanggan merupakan orang-orang yang dalam kegiatannya membeli dan menggunakan produk sekaligus menuntut hotel untuk memenuhi standar kualitasnya, baik produk maupun jasa, secara continue demi memenuhi kebutuhannya (Rusyd, 2013:3). Maka dari itu di bisnis, pelanggan sangatlah penting, dengan adanya pelanggan hotel dapat berjalan dengan baik dan berkembang. Pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi hotel, oleh karena itu pelanggan atau pengguna suatu produk harus dipuaskan (Haryono, 2018:55). Seorang tenaga penjualan yang berorientasi kepada pelanggan harus dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhan para pelanggan sehingga para pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan jasa yang telah dibelinya, seorang tenaga penjualan harus berusaha memberikan segala informasi mengenai produk dan layanan jasa pada pelanggan. Seorang tenaga penjualan bukan hanya menjual produk dan layanan jasa tetapi juga memberikan pengetahuan mengenai keunggulan dari produk yang telah dijual kepada para pelanggan. Tenaga penjualan yang berorientasi kepada pelanggan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Adianto & Sunaryo, 2017:17). Orientasi pelanggan adalah suatu pandangan atau sebuah proses bagaimana memahami kebutuhan dari sasaran konsumen yang bertujuan untuk memuaskan konsumen tersebut (Agustina, 2016:84). Disisi lain, orientasi pelanggan merupakan suatu usaha perusahaan untuk meningkatkan loyalitas merek terhadap reaksi pasar dengan penawaran layanan sebagai tujuan untuk memenuhi tingkat kualitas layanan pada pelanggan (Eria & Sihombing, 2014:4). Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad

(2018) dan Darmika (2019) membuktikan bahwa variabel Customer orientation memiliki hubungan positif terhadap kinerja tenaga penjualan. Namun penelitian yang dilakukan Mukhib (2018) menyatakan bahwa customer orientation memiliki pengaruh yang negatif terhadap kinerja tenaga penjual. Berdasarkan penelitian sebelumnya maka hipotesis yang digunakan adalah:

H₂: Variabel Customer Orientation berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan pada Hotel di Pontianak.

3. Kinerja Tenaga Penjualan

Kinerja didefinisikan sebagai yang dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh tenaga penjual, kinerja merupakan hal yang sangat penting bagi hotel karena menjadi pijakan bagi hotel untuk terus bertahan dalam persaingan. Kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh tenaga penjual yang sesuai dengan wewenang serta tanggung jawabnya untuk pencapaian tujuan hotel, tidak melanggar hukum serta moral dan etika (Afandi, 2018:83). Kinerja tenaga penjual memiliki peran yang penting karena akan berdampak kepada penciptaan keunggulan bersaing melalui pencapaian tujuan perusahaan seperti peningkatan volume penjualan, dan peningkatan kepuasan pelanggan (Agesni, 2015:38). Perusahaan dengan *sales force* yang memiliki kemampuan inovasi berpotensi meningkatkan kinerja penjualan, hal ini juga membuat peran orientasi pelanggan dan kinerja saling berhubungan satu sama lain dalam mencapai tujuan perusahaan dan mengembangkan kebutuhan-kebutuhan dari pelanggan dan memberikan respon kepada pelanggan (Wahyuningsih, 2018:37). Kinerja tenaga penjual merupakan hasil dari evaluasi yang dilakukan pada perilaku tenaga penjual yang secara aktif berkontribusi pada pencapaian tujuan hotel (Krishnan, 2012:19). Melakukan kegiatan operasional di lingkungan bisnis yang kompetitif bukan merupakan hal tabu bagi pihak hotel untuk menuntut tenaga penjual untuk lebih bekerja keras dalam pencapaian target penjualan yang lebih tinggi (Akroush, 2018:1). Kinerja tenaga penjual merupakan aspek yang penting dalam sebuah perusahaan serta memegang peranan dalam sebuah manajemen penjualan, peranan tersebut antara lain, profitabilitas, profitabilitas perusahaan akan tercapai jika memiliki kinerja tenaga penjualan yang baik (Setiobudi, 2007:34).



Sumber: Data Olahan, 2022

GAMBAR 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausalitas dengan tujuan untuk meneliti hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Metode kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tiga variabel atau lebih dengan melakukan penelitian maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan hubungan variabel yang diteliti (Sugiyono, 2016:55). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat analisis *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 25. SPSS adalah suatu program khusus pengolahan data untuk analisis statistik. Untuk pengolahan data kuesioner penulis menggunakan rating scale. Rating Scale yang digunakan dimulai dari angka indeks 10 sampai 100. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*three-box method*), maka rentang sebesar 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 yang digunakan sebagai alat ukur dalam nilai indeks (Ferdinand, 2014:231).

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kemampuan menjual, dan *customer orientation* terhadap kinerja tenaga penjualan. Oleh karena itu penulis perlu mengetahui dan menganalisis tanggapan responden terhadap masing-masing indikator untuk variabel yang diukur dalam penelitian ini yang ditunjukkan pada tabel 1 berikut ini:

TABEL 1
Hasil Analisis Jawaban Responden

INDIKATOR	BOBOT JAWABAN	INDEKS JAWABAN %	RATA- RATA
<i>Interpersonal skill</i>	799	79,9	80,58
<i>Salesmanship skill</i>	800	80,0	
<i>Technica skills</i>	806	80,6	
<i>Marketing skill</i>	818	81,8	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang tinggi terhadap variabel kemampuan menjual			
Komitmen yang kuat	788	78,8	79,90
Kemampuan memahami pelanggan	796	79,6	
Cepat dalam merespon pelanggan	812	81,2	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang sedang terhadap variabel customer orientation			
Pencapaian target penjualan	787	78,7	78,20
Pertumbuhan pelanggan	779	77,9	
Volume penjualan	779	77,9	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang sedang terhadap variabel kinerja tenaga penjualan			

Sumber: Data Olahan, 2022

Berikut ini hasil uji statistik terhadap masing-masing indikator pada tabel 2 berikut:

TABEL 2
Hasil Uji Statistik Masing-Masing Indikator

Uji Validitas		
X1.1= .646	X2.1= .741	Y1.1= .710
X1.2= .711	X2.2= .676	Y1.2= .742
X1.3= .607	X2.3= .768	Y1.3= .729
X1.4= .735		
Uji Rentabilitas		
Kemampuan Menjual (X_1) = 855		
Customer Orientation (X_2) = 883		
Kinerja Tenaga Penjualan (Y) = 886		
Uji Normalitas		
Nilai Kolmogorov-Smirnov Asymp. Sig (2-tailed) sebesar		0,200
Uji Multikolinearitas		
Nilai Tolerance: X_1 , X_2 ,		0,557; 0,557
Nilai VIF = X_1 X_2 ,		1.508; 2.417
Uji Heterokedastisitas	$X_1 = 0,191$;	$X_2 = 0,156$;
Uji Autokorelasi	$dU < DW < 4 - dU$	$1,583 < 1,624 < 2,423$
Uji korelasi	$X_1 = 0,639$	$X_2 = 0,662$
Uji Keofesien Determinasi (R)	R square 0,509	
Uji Regresi Linear Berganda	$Y = 0,337X_1+0,456X_2$	
Uji F		
F_{hitung}		50,206
Sig.		0,000
Uji T	Sig (2-tailed):	
	$X_1 = 0,00$	$X_2 = 0,00$

Sumber: Data Olahan, 2022

PENUTUP

Berdasarkan hasil hipotesis dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan menjual dan *customer orientation* berdasarkan dari hasil hipotesisnya pada uji T diterima dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, Darmika (2019) dan Mukhib (2018) juga memperoleh hasil penelitian yang sama yaitu kedua variabel berpengaruh dan juga signifikan, namun justru berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Murwanto (2018) yang menyatakan variabel kemampuan menjual dan *customer orientation* tidak memiliki berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal ini terjadi karena tenaga penjualan sudah memberikan hasil dan performa terbaik mereka melalui kemampuan menjual dan orientasi mereka kepada pelanggan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 107 orang yang berprofesi sebagai tenaga penjualan pada hotel di Pontianak, namun sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 responden karena keterbatasan waktu dan biaya sehingga belum dapat menggambarkan secara kongkrit apa yang terjadi pada hotel di Pontianak.

Saran yang diberikan oleh penulis adalah pihak hotel harus terus meningkatkan kemampuan dari tenaga penjualan melalui kemampuan menjual dan *customer orientation* agar dapat menghasilkan kinerja yang semakin baik penerapan strategi yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas kemampuan menjual dan orientasi kepada pelanggan memang sudah baik namun lebih baik lagi bila pihak hotel terus memberikan pelatihan kepada setiap tenaga penjualnya sehingga tenaga penjual semakin baik dan profesional dalam melakukan pekerjaannya. Saran yang penulis berikan kepada peneliti selanjutnya adalah diharapkan agar menggunakan variabel lain untuk penelitian dimasa depan dan diharapkan untuk melakukan pengamatan yang lebih komperhensif dan mendalam terhadap fenomena yang diteliti dengan cara menambahkan variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adianto, Yoga., & Sunaryo, Deni. (2017). Pengaruh Customer Orientation Dan Competitive Orientation Terhadap Customer Satisfaction Melalui Salesperson Customer Orientation. *Jurnal Sains Manajemen*, 13(1), 15-39.
- Agesni, J. (2015). Analisis Pengaruh Personal Selling Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Menggunakan Kartu Virtual jenius Pada Bank BTPN Bandung. Universitas Pasundan.
- Agustina, L. (2016). Pengaruh Penjualan Adaptif Kemampuan Mendengar Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Jasa Hotel Bintang 4 Dan 5 Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen* 6(1) 84-94.
- Alma, Buchori. (2005). Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung. Edisi Revisi. Alfabet.
- Amalia, I., Rianto, M., & Umar. (2017). Pengaruh Interpersonal Skill Salesman Ship Skill Technical Skill Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada PT United Tbk. *Jurnal Admisi & Bisnis*, 19(2), 107-118.
- Amalia, I., Riyanto, M., & Farouk, U. (2018). Pengaruh Interpersonal Skill, Salesman Shi Skill, Technical Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada PT United Tractors Tbk. Diakses Dari Admisi Dan Bisnis, 19 Februari 2018.
- Assauri, S., 2011. Manajemen Pemasaran, Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2018 Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9) Cetakan IX. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Maret 2018.
- Putra, R.M. & Mudianto, M. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Melalui Kerja Cerdas, Kemampuan Jual, Dan Penjualan Adaptif Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Tenaga Penjual Sepeda Motor Jepang Di Magelang). Diakses Dari [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr), 7 Maret 2018.
- Putranto, S., E., (2003). Studi Mengenai Orientasi Strategi Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 11(1), 93-110.
- Setyobudi. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Selling Skill Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. Tesis Universitas Diponegoro Semarang.
- Singh, R., & Venugopal, Pigali. (2015). The Impact Of Sales Person Customer Orientation on sales performance via mediating mechanism. *Journal of business & industrial marketing*, Vol 30 Issue: 5, pp.594-607.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhaji,. & W., Tantri (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Kasus Pada Tenaga Penjualan Perusahaan Farmasi Di Semarang). *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* 13(2) 157-180.

Utomo, E.P. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sales Performance Pada Perusahaan Media Periklanan (Studi Empirik Pada Tenaga Penjual Di RCTI). Diakses Dari Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JBIK), 8 Januari 2019.

