



Contents lists available at [Journal IICET](https://journal.iicet.org)
JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)
ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)
Journal homepage: <https://journal.iicet.org/index.php/jppi>



Pengaruh sistem dan karakteristik tenaga penjualan terhadap efektivitas penjualan di PT. Prima Global Sukses

Adhani Fiqriansyah Afianto^{*)}, Tatik Suryani
Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Nov 21st, 2022
Revised Apr 05th, 2023
Accepted Jul 15th, 2023

Keyword:

Sistem kontrol manajer,
Desain wilayah penjualan,
Kompetensi tenaga penjualan,
Kinerja tenaga penjualan,
Efektivitas penjualan

ABSTRACT

Salah satu sistem distribusi adalah manajemen sumber daya manusia, yang memaksa karyawan untuk melakukan tugasnya dengan cara yang tidak melebihi batas yang ditetapkan oleh manajemen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel seperti pengaruh pengendalian terhadap pengendalian. Variabel sistem desain toko, pengalaman penjualan, kualitas hubungan, hasil penjualan dan keterampilan penjualan langsung, titik penjualan dan tes penjualan langsung. Pengaruh variabel kinerja tenaga penjualan terhadap hasil penjualan. Penelitian ini menggunakan variabel kinerja penjualan sebagai variabel kontrol untuk pengaruh tidak langsung. Sampel penelitian ini adalah penjual PT. Prima Global Sukses berbasis di Makassar dan mempekerjakan total 50 orang. Teknik pengambilan sampel untuk menghasilkan sampel yang representatif adalah purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM (Structural Equation Modeling) dengan alat analisis WarpPLS 7.0. Bagian utama dari penelitian ini adalah informasi dasar yang diperoleh dari survei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem manajemen sumber daya manusia, desain industri, kualitas relatif sumber daya manusia dan kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga kerja. Kompetensi penjualan dan kinerja tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Kinerja wiraniaga dapat menyampaikan dampak desain wilayah penjualan, keterampilan penjualan, dan kualitas hubungan pada kinerja.



© 2023 The Authors. Published by IICET.
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Corresponding Author:

Adhani Fiqriansyah Afianto
Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya
Email: adhanifiqriansyah318@gmail.com

Pendahuluan

Di era globalisasi, persaingan antar perusahaan semakin ketat di segala bidang. Bisnis harus menjadi yang terbaik dan menyediakan produk dan layanan berkualitas kepada konsumen. Persaingan antar perusahaan seperti itu menuntut perusahaan untuk menetapkan strategi penjualan yang tepat dan mengamankan sumber daya manusia yang unggul untuk mendukung pembangunan berkelanjutan (Tampubolon, 2016). Salah satu keberhasilan strategi penjualan perusahaan dalam persaingan ini adalah personil yang berkualitas yaitu tenaga penjualan yang kompeten dan berkompeten serta dukungan sistem penjualan yang tepat. Tren pendapatan adalah perkiraan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Veno & Syamsudin, 2016). Efisiensi pendapatan juga mengukur seberapa baik perusahaan menjalankan strategi pemasarannya. Kinerja penjualan ditentukan oleh faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh individu atau penjual. Pengembangan penjualan merupakan pencapaian target penjualan perusahaan (A. Hidayat, 2021). Hidayat & Zefanya (2021) melakukan studi tentang dampak pengendalian internal terhadap kinerja penjualan, berdasarkan penelitian mereka bahwa

kinerja penjualan adalah pencapaian tujuan penjualan organisasi. Menurut Frith & Saker (2020) menunjukkan bahwa penjualan tatap muka dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.

Salah satu sistem distribusi adalah manajemen pemasok. Hal ini mewajibkan pemasok untuk tidak melampaui batas yang ditetapkan oleh manajemen. Faktor manajemen penjualan diperlukan untuk mencapai efektivitas penjualan. Sistem kontrol pengawasan mencakup tinjauan kinerja berkelanjutan berdasarkan rencana tahunan dan tindakan korektif yang diperlukan (Armando, 2013). Temuan Marcus & Heibroek (2022) menunjukkan bahwa kepemimpinan supervisor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Semakin baik Anda mengelola penjualan, semakin baik kinerja perwakilan penjualan Anda. Desain lantai penjualan juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi efisiensi penjualan (De La Cruz et al., 2014). Desain toko memberikan batasan ruang kerja yang jelas kepada perwakilan penjualan sehingga mereka tidak perlu menunggu pekerjaan rangkap. Pemetaan wilayah penjualan sangat berguna untuk mendapatkan gambaran geografis, memperkirakan potensi penjualan, mengetahui potensi produk, mendapatkan gambaran kegiatan wilayah, dan membuat rencana penjualan yang optimal (Wirapraja et al., 2021).

Desain kantor berdampak negatif terhadap pengembangan penjualan dan berdampak signifikan. Ariefianto & Mudiantono (2019) menunjukkan bahwa perencanaan ruang penjualan, kapabilitas penjualan, dan sistem manajemen penjualan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku penjualan. Efektivitas penjualan tidak lepas dari karakteristik wiraniaga (Kamal, 2017). Salah satunya adalah pengalaman penjualan. Dalam hal ini, pengalaman penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja dan efektivitas penjualan. Sebuah studi oleh Simarmata (2018) menyatakan bahwa pengalaman penjualan tenaga penjualan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja mereka. Arya Pageh Wibawa et al. (2020) menemukan bahwa dua variabel, keterampilan interpersonal dan keterampilan penjualan, secara signifikan berkorelasi positif dengan kinerja tenaga penjual, sementara tiga variabel lainnya—keterampilan pemasaran, pengetahuan produk perusahaan, dan produk pesaing Kami menemukan bahwa pengetahuan memiliki korelasi positif. Korelasi menunjukkan hubungan. Korelasi menunjukkan korelasi. koneksi. Korelasi terkait. korelasi. Korelasi menunjukkan korelasi. Jika Anda mengatur korelasi, korelasi akan ditampilkan. Korelasi sikap ini terkait dengan kinerja penjual.

Karakteristik lain dari perwakilan penjualan adalah keahlian. Azfar (2021) menyatakan bahwa konsep kompetensi adalah sifat yang mengasosiasikan seseorang dengan efisiensi dan efektivitas pribadinya dalam bekerja. Ismael (2020) menyatakan bahwa konsep kompetensi setidaknya mengandung enam unsur yaitu pengetahuan, pemahaman, keterampilan, nilai, sikap dan minat. Temuan penelitian Marcus & Heibroek (2022) menunjukkan bahwa kompetensi tenaga penjual berdampak positif terhadap kinerja tenaga penjual. Keterampilan penjualan harus mampu menjaga hubungan dengan pelanggan terkait dengan penjualan yang berkualitas. Hubungan yang berkualitas sangat membantu bisnis meningkatkan keuntungan dan mencapai hasil terbaik untuk bisnis. Joe dkk. (2020) menemukan bahwa manajemen hubungan pelanggan adalah proses menjalin hubungan antara organisasi dan pelanggan individu untuk mencapai hasil bisnis sebaik mungkin. Hasil penelitian Simarmata (2018) menunjukkan bahwa kualitas hubungan penjual-konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap bottom line penjual.

Pertukaran informasi antara penjual dan pelanggan dapat menjaga kualitas hubungan pelanggan. Penelitian Marcus & Heibroek (2022) menunjukkan bahwa kualitas relasional berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual yaitu semakin baik hubungannya, semakin baik pula kinerja penjualnya. Perusahaan harus menyediakan layanan yang berpusat pada pelanggan dengan tenaga penjualan yang kompeten dan metode layanan yang bermakna dan profesional. Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa penelitian ini mengisi celah penelitian dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sistem kontrol manajer penjualan, perencanaan wilayah penjualan, pengalaman penjualan, kualitas hubungan, dan kompetensi tenaga penjualan terhadap kinerja tenaga penjualan dan kinerja penjualan. Penelitian ini dilakukan pada sebuah perusahaan pengolah ikan tuna di Makassar yaitu PT. Sukses besar di seluruh dunia.

Prima Global Sukses adalah perusahaan pengolah ikan bersertifikat yang didirikan pada tahun 2015, yang telah memasok ke beberapa perusahaan dan juga menjual ke beberapa daerah melalui tenaga pemasarannya. volume satuan. Prima Global Sukses beroperasi di Kota Makassar, dimana hasil perikanan dari berbagai daerah diolah sebagai bahan baku utama produksi tuna sirip kuning. Perusahaan ini memiliki sertifikat untuk setiap produknya dan produk yang mereka produksi bersertifikat MEP, Food Safety/HACCP. Prima Global Sukses fokus menjual tuna ke industri pengalengan dan mengembangkan makanan olahan atau beku untuk mendukung pengecer produk ini. Produk convenience ini merupakan bisnis yang dikembangkan di masa pandemi Covid-19, mengingat convenience store saat ini sedang berkembang dengan berkembangnya bisnis online, sehingga produk ini tidak hanya untuk konsumen di berbagai daerah, tetapi juga ditujukan untuk

konsumen. pasar memutuskan di bawah tekanan dari kota Makassar. Bisnis memiliki tujuan untuk setiap penjualan dan ingin tenaga penjualan mereka meningkatkan kinerjanya untuk menutup penjualan, mempertahankan pelanggan, dan mendapatkan pelanggan baru. volume satuan.

Prima Glonal Sukses juga menerapkan hal ini pada tenaga penjualan sebagai sumber daya manusia yang berperan penting dalam meningkatkan keuntungan perusahaan. Selama tahun 2019 perkembangan penjualan produk PT. Pencapaian Utama Global baru bisa mencapai target penjualan bulanan di bulan Desember. Selanjutnya pada tahun 2020 perkembangan penjualan produk PT. Pencapaian Utama Global cenderung selalu mencapai target penjualan bulanan. Sedangkan untuk tahun 2021, perkembangan penjualan produk PT. Pencapaian Utama Global hampir selalu mencapai target penjualan bulanan. Realisasi penjualan produk PT. Pencapaian Utama Global dari tahun 2019 sampai dengan 2021 terus mengalami pertumbuhan. Pada tahun 2019 realisasi penjualan adalah senilai 190.663,90, tahun 2020 adalah sebesar 333.565,40, dan tahun 2021 adalah senilai 446.320,95. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel seperti pengaruh pengendalian terhadap pengendalian. Variabel sistem desain toko, pengalaman penjualan, kualitas hubungan, hasil penjualan dan keterampilan penjualan langsung, titik penjualan dan tes penjualan langsung. Pengaruh variabel kinerja tenaga penjualan terhadap hasil penjualan.

Metode

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode ilmiah yang datanya berupa tujuh atau tujuh yang dapat diolah dan dianalisis melalui perhitungan matematis statistik (Sekaran & Bougie, 2017). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis interaksi dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, yaitu. H. pengaruh sistem kontrol petugas, desain toko, pengalaman penjualan, kualitas interaksi dan keterampilan penjualan terhadap kinerja petugas dan pengaruhnya terhadap kinerja penjualan. Jadi, jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu hipotetik atau penelitian kausal yaitu pengujian pengaruh dan interaksi antara dua variabel atau lebih dan pengujian hipotesis. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengklarifikasi sifat interaksi tertentu, untuk mengidentifikasi perbedaan antara kelompok atau independensi dua factor lebih dari situasi tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian hasil masking diukur sendiri menggunakan beberapa sampel, atau dapat dikatakan cross-sectional (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam hal ini, data atau studi dianggap mewakili seluruh populasi.

Sampel yang diambil dari pemasok aktif yang menjual PT. Prima Global Sukses berarti lima puluh (50) penjual. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Jajak pendapat dilakukan dengan pesan umum melalui tautan Formulir Google. Data dari hasil survei kemudian diolah dengan menggunakan WarpPLS 7.0. Dari hasil stress score test pada hasil survei, diketahui bahwa semua stress score > 0,7 yang berarti variabel latennya adalah sistem pengendalian manajemen, desain toko, pengalaman toko, staf toko, kualitas, kinerja karyawan dan turnover. Meteran bekerja dengan cukup baik. Berdasarkan hasil pengujian nilai Avg.var.extrac. (AVE), diketahui bahwa semua AVE > 0,5 yang berarti >50% variansi indikator diserap oleh variabel laten. Dengan kata lain, variabel laten sistem pengendalian manajemen, perencanaan penjualan, pengalaman penjualan, keterampilan penjualan, kualitas hubungan, kinerja tenaga penjualan dan kinerja penjualan merupakan indikator yang cukup baik. Berdasarkan output Composite Reliability Test (CR) dalam Tabel 4. dua diketahui seluruh nilai CR > 0,7 yg berarti memenuhi persyaratan reliabilitas. Dengan istilah lain, indera atau survey didesain buat bisa diandalkan. Dapat disimpulkan bahwa instrumen atau angket yg didesain valid & reliabel buat dipakai menjadi bahan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Pengujian Validitas Diskriminan (Cross-Loading)

Disajikan hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan pendekatan cross-loading pada tabel 1.

Tabel 1. Structure loadings and cross-loadings

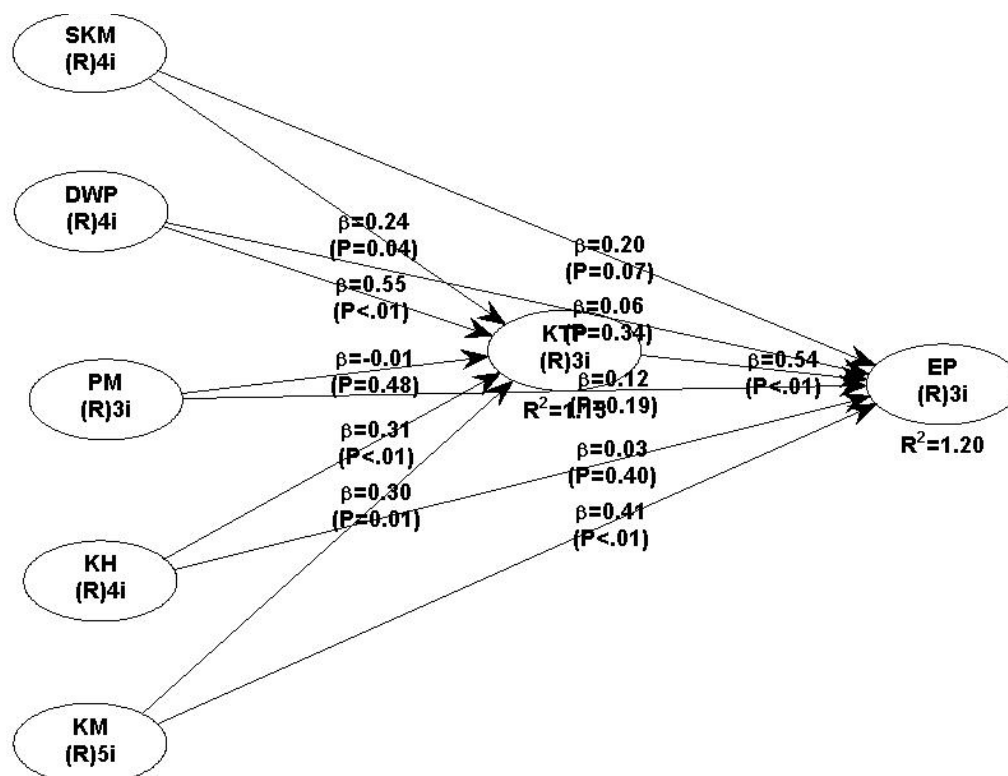
SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP	
SKM1	(0.891)	0.650	0.709	0.648	0.556	0.518	0.619
SKM2	(0.897)	0.711	0.770	0.632	0.509	0.570	0.658
SKM3	(0.904)	0.780	0.778	0.670	0.666	0.689	0.715
SKM4	(0.861)	0.764	0.697	0.663	0.722	0.575	0.675
DWP1	0.743	(0.843)	0.705	0.673	0.508	0.617	0.630
DWP2	0.718	(0.872)	0.629	0.585	0.567	0.639	0.642
DWP3	0.618	(0.870)	0.626	0.662	0.666	0.743	0.714
DWP4	0.633	(0.720)	0.761	0.751	0.733	0.734	0.742
PM1	0.798	0.723	(0.911)	0.742	0.653	0.659	0.724

SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP	
PM2	0.772	0.754	(0.891)	0.781	0.633	0.688	0.772
PM3	0.546	0.604	(0.759)	0.580	0.633	0.599	0.558
KM1	0.635	0.719	0.775	(0.912)	0.771	0.737	0.819
KM2	0.677	0.725	0.740	(0.931)	0.731	0.745	0.816
KM3	0.669	0.728	0.715	(0.890)	0.824	0.796	0.859
KM4	0.700	0.775	0.763	(0.934)	0.756	0.777	0.837
KM5	0.700	0.727	0.796	(0.932)	0.754	0.812	0.834
KH1	0.656	0.729	0.615	0.703	(0.844)	0.759	0.744
KH2	0.504	0.619	0.616	0.680	(0.913)	0.711	0.699
KH3	0.675	0.681	0.719	0.802	(0.938)	0.793	0.807
KH4	0.664	0.657	0.747	0.831	(0.927)	0.711	0.759
KTP1	0.564	0.724	0.640	0.708	0.760	(0.928)	0.797
KTP2	0.652	0.762	0.720	0.834	0.812	(0.934)	0.869
KTP3	0.612	0.777	0.733	0.776	0.687	(0.896)	0.826
EP1	0.673	0.722	0.737	0.852	0.812	0.873	(0.935)
EP2	0.679	0.771	0.757	0.831	0.722	0.778	(0.918)
EP3	0.748	0.796	0.760	0.851	0.789	0.875	(0.946)

Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Berdasarkan Tabel 1 ditemukan bahwa nilai tegangan antara SKM1 dan SKM adalah 0,891, lebih tinggi dari nilai tegangan antara SKM1 dan DWP yaitu 0,650, antara SKM1 dan PM 0,709, antara SKM1 dan KM 0,648, SKM1: n dan KH antara 0,5156 dan. yaitu SKM1., SKM1 dan EP adalah 0,619. Sehingga indikator SKM1 benar-benar menjadi variabel laten SKM dan seterusnya. Karena nilai loading variabel laten antara masing-masing indikator lebih tinggi dibandingkan dengan variabel laten lainnya, maka validitas diskriminan instrumen/kuesioner yang dirancang dengan metode cross-loading adalah baik.

Structural Equation Model



Gambar 1. Structural Model

Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Hasil Pengujian Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker)

Disajikan hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan pendekatan Fornell-Larcker pada menu WarpPLS 7.0 (View Correlations among latent variables) seperti tampak pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 2. Pengujian validitas diskriminan (Fornell-Larcker)

	SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP
SKM	0.888	0.818	0.832	0.735	0.689	0.662	0.750
DWP	0.818	0.829	0.814	0.799	0.739	0.820	0.818
PM	0.832	0.814	0.856	0.824	0.745	0.758	0.805
KM	0.735	0.799	0.824	0.920	0.833	0.840	0.905
KH	0.689	0.739	0.754	0.833	0.906	0.820	0.830
KTP	0.662	0.820	0.758	0.840	0.820	0.920	0.903
EP	0.750	0.818	0.805	0.905	0.830	0.903	0.933

Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Berdasarkan pengujian hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan pendekatan Fornell-Larcker pada tabel 4, diketahui:

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel SKM $\sqrt{0.789} = 0.888$ lebih besar dari nilai korelasi antara SKM dengan DWP, PM, KM, KH, KTP dan EP

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel DWP $\sqrt{0.687} = 0.829$ lebih besar dari nilai korelasi antara DWP dengan SKM, PM, KM, KH, KTP dan EP

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel PM $\sqrt{0.733} = 0.856$ lebih besar dari nilai korelasi antara PM dengan SKM, DWP, KM, KH, KTP, dan EP

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel KM $\sqrt{0.846} = 0.920$ lebih besar dari nilai korelasi antara KM dengan SKM, DWP, PM, KH, KTP, dan EP

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel KH $\sqrt{0.821} = 0.906$ lebih besar dari nilai korelasi antara KH dengan SKM, DWP, PM, KM, KTP, dan EP

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel PM $\sqrt{0.846} = 0.920$ lebih besar dari nilai korelasi antara KTP dengan SKM, DWP, PM, KM, KH, dan EP

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel PM $\sqrt{0.871} = 0.933$ lebih besar dari nilai korelasi antara EP dengan SKM, DWP, PM, KM, KH, dan KTP

Oleh karena nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel laten lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antara variabel laten tersebut dengan variabel laten lainnya, maka instrument/ kuesioner yang telah dirancang memiliki validitas diskriminan yang baik berdasarkan pendekatan Fornell-Larcker.

Uji Hipotesis

Hasil uji WarpPLS 7.0 (koefisien jalur dan nilai-P) disajikan sebagai berikut sesuai Tabel 3.

Tabel 3. Path Coefficient

	SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP
KTP	0.237	0.554	-0.005	0.298	0.306		
EP	0.197	0.058	0.122	0.412	0.034	0.541	

Tabel 4. P values

	SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP
KTP	0.036	<0.001	0.485	0.011	0.009	0.920	
EP	0.070	0.339	0.185	<0.001	0.404	<0.001	

Sumber: hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Dari hasil pengolahan data yang diperoleh seperti tampak pada tabel 4 dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 5. Path Coefficient (hubungan langsung)

Variabel	KTP	Pengaruh	EP	Pengaruh
SKM	0.237	Positif	0.197	Positif
DWP	0.554	Positif	0.058	Positif
PM	-0.005	Negatif	0.122	Positif
KM	0.298	Positif	0.412	Positif
KH	0.306	Positif	0.034	Positif
KTP			0.541	Positif

Sumber: hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Tabel 6. P values (hubungan langsung)

Variabel	KTP	Pengaruh	EP	Pengaruh
SKM	0.036	Positif	0.070	Tidak Sig.
DWP	<0.001	Positif	0.339	Tidak Sig.
PM	0.485	Negatif	0.185	Tidak Sig.
KM	0.011	Positif	<0.001	Signifikan
KH	0.009	Positif	0.404	Tidak Sig.
KTP			<0.001	Signifikan

Sumber: hasil pengolahan data pimer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

- H1 : Sistem pengendalian manajer penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima
- H2 : Perencanaan area penjualan berpengaruh positif dan menentukan terhadap kinerja tenaga penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H2 diterima
- H3 : Pengalaman penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak
- H4 : Kualitas hubungan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H4 diterima
- H5 : Kompetensi tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga H5 dapat dikatakan diterima. Sistem pengendalian manajer penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H6 ditolak
- H6 : Sistem pengendalian manajer penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima
- H7 : Perencanaan area penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H7 ditolak
- H8 : Pengalaman penjualan berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan, terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H8 ditolak
- H9 : Kualitas hubungan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H9 ditolak
- H10 : Kompetensi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H10 diterima
- H11 : Perkembangan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H11 diadopsi.

Untuk hubungan tidak langsung variabel independen (SKM, DWP, PM, KM, KH) terhadap variabel dependen (EP) melalui variabel mediasi (KTP) diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 7. Indirect effects for paths with 2 segments (hubungan tidak langsung)

	SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP
EP	0.128	0.299	-0.003	0.161	0.166		

Tabel 8. P values of indirect effects for paths with 2 segments (hubungan tidak langsung)

	SKM	DWP	PM	KM	KH	KTP	EP
EP	0.092	<0.001	0.488	0.046	0.042		

Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Dari Tabel terlihat bahwa P-value masing-masing variabel bebas (SKM, DWP, PM, KM, KH) dengan variabel terikat (EP) sebagai mediator KTP diperoleh hasil sebagai berikut: Sistem pengendalian manajemen (SCM) dan pengalaman penjualan (PM) tidak berpengaruh signifikan ($P > 0,05$) terhadap kinerja penjualan (EP) melalui hubungan tidak langsung yaitu H. Kinerja penjualan (KTP) dapat mempengaruhi sistem pengendalian manajemen dan pengalaman tidak. mengurangi penjualan. Mediasi kegiatan penjualan. Perencanaan wilayah penjualan (DWP), kompetensi penjualan (KM) dan kualitas hubungan (KH) memiliki hubungan tidak langsung yang signifikan ($P < 0,05$) dengan kinerja penjualan (EP), yaitu H. Kinerja Tenaga Penjualan (KTP) dapat menyampaikan pengaruh regional. Perencanaan penjualan, kompetensi penjualan dan hubungan antara kualitas dan kinerja penjualan.

Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Menganalisis metode SEM, uji kecocokan model dilakukan untuk menilai kecocokan (GOF) antara data dan model. Hasil pengolahan data yang dilakukan dengan WarpPLS7.0 adalah sebagai berikut :

Model fit and quality indices

Average path Coefficient (APC) = 0.251, $P = 0.014$ (baik) dimana nilai P value < 0.05

Average R-Squared (ARS) = 1.162, $P < 0.001$ (baik) dimana nilai P value < 0.05

Average adjusted R-squared (AARS) = 1.183, $P < 0.001$ (baik) dimana nilai P value < 0.05

Average block VIF (AVIF)

Average full collinearity VIF

Tenenhaus GoF (GoF) = 0.964 small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36 (baik)

Sympson's paradox ratio (SPR) = 0.909, acceptable if ≤ 0.9 , ideally ≤ 1 (baik)

R-squared contribution ratio (RSCR) = 0.998, acceptable if ≤ 0.9 , ideally ≤ 1 (baik)

Statistical suppression ratio (SSR) = 1.000, acceptable if ≤ 0.7 (baik)

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR) = 1.000, acceptable if ≥ 0.7 (baik)

Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, WarpPLS 7.0, 2022)

Uji kecocokan model menunjukkan bahwa model ini cocok dengan data yang digunakan dalam penelitian, karena nilai APC, ARS dan AARS memiliki P -value $< 0,05$ (Kock & Lynn, 2012; Sholihin & Ratmono, 2013) baik GoF, SPR, Nilai RSCR, SSR dan NLBCDR berada dalam kisaran nilai yang diharapkan, meskipun rata-rata blok VIF (AVIF) dan rata-rata kolinearitas lengkap VIF (AFVIF) hanya diterima sedikit. Sistem pengendalian manajer penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Ariefianto & Mudiantono (2019) yang menunjukkan bahwa perencanaan ruang penjualan, kapabilitas penjualan, dan sistem manajemen penjualan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku penjualan. Efektivitas penjualan tidak lepas dari karakteristik wiraniaga. Perencanaan area penjualan berpengaruh positif dan menentukan terhadap kinerja tenaga penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

Pengalaman penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja dan efektivitas penjualan. Pengalaman penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Simarmata (2018) yang menyatakan bahwa pengalaman penjualan tenaga penjualan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja mereka. Kualitas hubungan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H4 diterima. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Simarmata (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas hubungan penjual-konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap bottom line penjual.

Kompetensi tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga H5 dapat dikatakan diterima. Hasil ini mendukung temuan penelitian Marcus & Heibroek (2022) yang menunjukkan bahwa kompetensi tenaga penjual berdampak positif terhadap kinerja tenaga penjual. Sistem pengendalian manajer penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H6 ditolak. Sistem pengendalian manajer penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Perencanaan area penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H7 ditolak. Pengalaman penjualan berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan, terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H8 ditolak. Kualitas hubungan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H9 ditolak. Kompetensi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H10 diterima. Perkembangan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H11 diadopsi.

Sistem manajemen tenaga penjualan, perencanaan wilayah penjualan, kualitas hubungan dan kompetensi tenaga penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil, bekerja sebagai pramuniaga. Pengalaman penjualan seorang wiraniaga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja wiraniaga. Kompetensi penjualan dan kinerja tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Melalui hubungan tidak langsung, variabel kinerja tenaga penjual digunakan sebagai variabel moderasi. Sistem pengendalian manajer dan pengalaman penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan, dengan kata lain kinerja tenaga penjual tidak dapat menyampaikan pengaruh sistem pengendalian manajemen dan pengalaman penjualan terhadap hasil penjualan. Perencanaan wilayah, keahlian penjualan, dan kualitas hubungan memiliki dampak yang signifikan terhadap hasil penjualan, mis. Penjualan yang lebih baik dapat ditandai dengan sistem pengendalian manajemen yang lebih baik yang diterapkan oleh manajer yang memimpin, membimbing dan mengevaluasi tenaga penjualan untuk meningkatkan kemampuan mereka menjual pelanggan potensial, merancang area penjualan yang baik dan produk serta kualitas yang inovatif dan kreatif untuk dijual. Hubungan pelanggan dikelola dengan baik. Namun, sebagai aturan, ini tidak berdampak

langsung pada hasil penjualan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kinerja dan kemampuan penjualan tenaga penjualan diharapkan berdampak langsung pada penjualan perusahaan.

Berdasarkan model penelitian Hessian yang diusulkan dan model yang diuji menggunakan alat WarpPLS 7.0 Structural Equation Model Analyzer (SEM), model yang diusulkan ditemukan sesuai untuk data yang digunakan dalam penelitian. Dengan cara ini, pemahaman teoretis dapat diperkuat dan hasil penelitian sebelumnya dapat diverifikasi secara empiris. Literatur tentang teori sistem pengendalian manajemen, desain tingkat penjualan, kualitas hubungan, pengalaman penjualan, dan keterampilan penjualan dalam kaitannya dengan efektivitas tenaga penjualan dan kinerja penjualan telah diperkaya dengan konsep teoritis dan dukungan empiris untuk hubungan kausal antara variabel yang mempengaruhi penjualan, ditambahkan. Kontrol dan implementasi penjualan.

Semakin baik sistem pengendalian manajer, rancangan wilayah penjualan, kualitas hubungan dan kemampuan penjualan perusahaan, maka semakin baik pula kinerja tenaga penjualan, menurut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengendalian manajerial, wilayah penjualan, hubungan kualitas. dan keterampilan menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini secara empiris mengkonfirmasi penelitian sebelumnya (Marcus & Heibrock (2022); Ariefianto & Mudiantono (2019); Akbar Pahlevy et al. (2019); Ahmad (2016). Semakin baik sistem pengendalian manajer dan kualitas hubungan perusahaan maka semakin baik kinerja penjualan. Hal ini secara empiris menguatkan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa hasil penjualan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor sistem pengendalian administrasi dan kualitas hubungan (Sianturi & Sitorus, 2019). Semakin baik kinerja tenaga penjual maka semakin tinggi pula hasil penjualannya, dengan kinerja tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Hal ini secara empiris mengkonfirmasi penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa kinerja penjualan dipengaruhi secara positif oleh faktor kinerja staf penjualan (Sianturi & Sitorus, 2019)

Simpulan

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara karakteristik sistem dan tenaga penjual serta pengaruhnya terhadap penjualan angkutan umum. Sukses besar di seluruh dunia. Hasil penelitian ini berkaitan langsung dengan (a) sistem manajemen tenaga penjualan, perencanaan wilayah penjualan, kualitas hubungan dan kompetensi tenaga penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil. bekerja sebagai pramuniaga. Pengalaman penjualan seorang wiraniaga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja wiraniaga. Kompetensi penjualan dan kinerja tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Melalui hubungan tidak langsung, variabel kinerja tenaga penjual digunakan sebagai variabel moderasi.

Sistem pengendalian manajer dan pengalaman penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan, dengan kata lain kinerja tenaga penjual tidak dapat menyampaikan pengaruh sistem pengendalian manajemen dan pengalaman penjualan terhadap hasil penjualan. Perencanaan wilayah, keahlian penjualan, dan kualitas hubungan memiliki dampak yang signifikan terhadap hasil penjualan, mis. Penjualan yang lebih baik dapat ditandai dengan sistem pengendalian manajemen yang lebih baik yang diterapkan oleh manajer yang memimpin, membimbing dan mengevaluasi tenaga penjualan untuk meningkatkan kemampuan mereka menjual pelanggan potensial, merancang area penjualan yang baik dan produk serta kualitas yang inovatif dan kreatif untuk dijual. . Hubungan pelanggan dikelola dengan baik. Namun, sebagai aturan, ini tidak berdampak langsung pada hasil penjualan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kinerja dan kemampuan penjualan tenaga penjualan diharapkan berdampak langsung pada penjualan perusahaan.

Referensi

- Ariefianto, M. I., & Mudiantono, M. (2019). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjualan (Studi kasus pada PT Ulam Tiba Halim Semarang). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Armando, G. (2013). Pengaruh sistem pengendalian intern pemerintah dan pengawasan keuangan daerah terhadap nilai informasi laporan keuangan pemerintah (Studi Empiris pada SKPD di Kota Bukittinggi). Jurnal Akuntansi, 1(1).
- Arya Pague Wibawa, S. T., Ds, M., Pradana, G. Y. K., & Sos, S. (2020). Prosiding Webinar Seminar Nasional 2020. <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/3922>
- Azfar, F. (2021). Leviathan and the Asiento: A Counter-History of the Racial Contract. *New Literary History*, 52(3), 431–467. <https://doi.org/https://doi.org/10.1353/nlh.2021.0021>

- De La Cruz, H., D'Urso, P. A., & Ellison, A. (2014). The relationship between emotional intelligence and successful sales performance in the Puerto Rico market. *Journal of Psychological Issues in Organizational Culture*, 5(3), 6–39.
- Frith, J., & Saker, M. (2020). <? covid19?> It is all about location: Smartphones and tracking the spread of COVID-19. *Social Media+ Society*, 6(3), 2056305120948257. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2056305120948257>
- Hidayat, A. (2021). Pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(2), 165–177.
- Hidayat, T., & Zefanya, E. (2021). Pengaruh Pengendalian Internal terhadap Efektivitas Penjualan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 2(1), 20–29.
- Ismael, M. (2020). A review on graphitic carbon nitride (g-C₃N₄) based nanocomposites: synthesis, categories, and their application in photocatalysis. *Journal of Alloys and Compounds*, 846, 156446. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jallcom.2020.156446>
- Kamal, R. S. (2017). Pengaruh Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Air Kangen Pada Kat Irwan Iskandar. Universitas Widyatama.
- Kock, N., & Lynn, G. (2012). Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: An illustration and recommendations. *Journal of the Association for Information Systems*, 13(7).
- Marcus, B., & Heibroek, J. (2022). Personality and Job Performance of Frontline Employees: A Meta-Analytic Review. *SMR-Journal of Service Management Research*, 6(1), 28–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.5771/2511-8676-2022-1>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 2.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). Analysis of SEM-PLS with WarpPLS 3.0 for nonlinear relations in social and business research. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sianturi, F. A., & Sitorus, M. (2019). Kombinasi Metode simple additive weighting (Saw) Dengan algoritma Nearest Neighbor Untuk Rekrutmen Karyawan. *Jurnal Mantik Penusa*, 3(2, Des). <https://e-jurnal.pelitanusantara.ac.id/index.php/mantik/article/view/623>
- Simarmata, J. (2018). Teknologi multimedia dalam pendidikan. *Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Pendidikan*, 7.
- Tampubolon, H. (2016). Strategi manajemen sumber daya manusia dan perannya dalam pengembangan keunggulan bersaing. Papas Sinar Sinanti.
- Veno, A., & Syamsudin, S. (2016). Analisis Trend Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Tahun 2015 Sampai Dengan 2017. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 21–34.
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Permadi, L. A., Purba, B., Tjiptadi, D. D., & Lie, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.