

# Peran Tenaga Penjual Terhadap Tingkat Penjualan Oli Shell Pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa Di Samarinda

Sheila Cahyaning Pratiwi <sup>1</sup>, Mardiana <sup>2</sup>, Sunarto <sup>3</sup>  
 Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
 Email : sheilacahyapra@gmail.com

## **Keywords :**

Peran Tenaga Penjual (Sikap Tenaga Penjual, Kemampuan Tenaga Penjual), Tingkat Penjualan

## **ABSTRACT**

*The objectives of this study are as follows: 1) To find out the significant positive influence of salesperson attitude to the level of sales of Shell Oil at PT. GAKS in Samarinda, 2) To know the significant positive influence of salespeople' ability on the level of sales of Shell Oil at PT. GAKS in Samarinda, 3) To know the significant influence of the attitude and capability of salespeople together to the level of sales of Shell Oil at PT. GAKS in Samarinda.*

*Data collection is conducted by observation, interview and dissemination of print out questionnaires using a likert scale to measure indicators. The analysis tool used is multiple linear regression with the help of SPSS version 23. The population using saturated sampling techniques and the number of samples is 30 respondents.*

*The results of the study partially showed that the variable attitude of salespeople has a positive and insignificant effect while the variable ability of salespeople has a positive and significant effect on the level of sales. Simultaneously shows that the variable attitude of salespeople and the ability of salespeople have a significant effect together on the level of sales of Shell Oil at PT. Graha Arta Kaltim Sentosa in Samarinda.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Dunia usaha, baik produksi maupun jasa selalu dihadapkan dengan persaingan. Perusahaan menempuh berbagai cara dan strategi untuk mengatasi persaingan salah satunya dengan cara meningkatkan jumlah target pasar sesuai produk yang dijual, hal ini tidak terlepas dari peranan tenaga penjual sebagai ujung tombak perusahaan untuk memperkenalkan dan melakukan penjualan produk perusahaan kepada pelanggan.

Tenaga penjual atau sering disebut wiraniaga (*sales*) adalah seorang individu yang mewakili sebuah perusahaan kepada pelanggan dengan melakukan satu atau lebih aktivitas mulai dari mencari pelanggan, menggali informasi, berkomunikasi, menjual, melayani dan membangun hubungan dengan berbagai relasi serta menjamin kepuasan pelanggan.

PT. Graha Arta Kaltim Sentosa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi suku cadang otomotif yang siap bersaing dengan perusahaan lain dalam peningkatan penjualan produk yaitu Oli Shell. Peningkatan penjualan tiap bulannya merupakan tujuan utama perusahaan yang ditentukan oleh sikap dan kemampuan tenaga penjual dalam melayani, menganalisa dan menentukan hal yang benar-benar menjadi kebutuhan pelanggan. Perusahaan memiliki 4 tenaga penjual yang dirasa cukup untuk melakukan penjualan produk Oli Shell ke toko-toko otomotif dan bengkel di seluruh kota

Samarinda.

**Tabel 1**  
**Data Penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda**  
**Bulan Januari – Desember 2019**

Bulan	Satuan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persen
Januari 2019	Liter	19.887	17.046	86%
Februari 2019	Liter	21.500	13.585	63%
Maret 2019	Liter	24.008	20.329	85%
April 2019	Liter	22.575	17.826	79%
Mei 2019	Liter	33.981	17.818	52%
Juni 2019	Liter	32.070	18.806	59%
Juli 2019	Liter	33.445	25.777	77%
Agustus 2019	Liter	35.111	16.563	47%
September 2019	Liter	36.404	18.627	51%
Oktober 2019	Liter	35.054	15.953	46%
November 2019	Liter	34.829	21.025	60%
Desember 2019	Liter	28.616	21.852	76%

(Sumber: PT. Graha Arta Kaltim Sentosa, 2019)

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa target penjualan pada setiap bulan berbeda-beda namun realisasi penjualan belum mencapai target penjualan pada setiap bulannya. Data penjualan Oli Shell pada tahun 2019 menghasilkan realisasi penjualan tertinggi pada bulan Januari 2019 dengan persentase 86%, sedangkan realisasi penjualan terendah terdapat pada bulan Oktober 2019 dengan persentase 46%. Maka dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 semua realisasi penjualan tidak mencapai target penjualan.

Beberapa fenomena permasalahan juga didapatkan melalui observasi dan wawancara pra penelitian yaitu diketahui dari tanggapan responden terkait peran tenaga penjual dari segi sikap yang ada di PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda, tenaga penjual Oli Shell selalu menggunakan seragam pada saat melakukan penjualan produk walaupun penampilannya kurang rapi dan tenaga penjual menggunakan bahasa yang kurang jelas dan kurang dimengerti oleh pelanggan. Selain itu, dari segi kemampuan, tenaga penjual kurang aktif menjelaskan keunggulan produk dan program yang sedang berjalan dikarenakan tenaga penjual kurang menguasai pengetahuan produk Oli Shell yang dipresentasikan kepada pelanggan, merupakan faktor penyebab penurunan penjualan Oli Shell, kurangnya orderan dari setiap toko dan kurangnya jumlah toko yang melakukan transaksi.

Tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda merupakan tolak ukur keberhasilan dari tenaga penjual. Maka, tenaga penjual yang memiliki sikap positif terkait suatu situasi ataupun objek akan menunjukkan kesenangan dan kesukaan bagi pelanggan. Hal tersebut didukung oleh tenaga penjual untuk melaksanakan pekerjaan dengan potensi yang ada berupa kecakapan dan mampu menguasai produk yang ditawarkan secara efektif dan tentunya efisien.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul "Peran Tenaga Penjual terhadap Tingkat Penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda".

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti menetapkan perumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Apakah sikap tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda?

2. Apakah kemampuan tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda?
3. Apakah sikap dan kemampuan tenaga penjual berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda?

Menurut Sudaryono (2017:2) “Pengertian Manajemen adalah ilmu dan seni, yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap kinerja organisasi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi”.

Menurut Harman Malau (2017:1) “Pemasaran adalah seni dan sains tentang kepuasan pelanggan”.

Menurut Sugiyanto (2012:13) “Fungsi tenaga penjualan adalah mewakili perusahaan untuk membawa pesan penting kepada calon pembeli mengenai manfaat barang dan jasa yang ditawarkan. Pesan penting tersebut adalah untuk membantu memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh calon pembeli”.

Menurut Basu Swastha (2014:241) “Tingkat penjualan adalah jumlah yang ditawarkan dari sebuah perusahaan oleh pemakai industri dengan menggunakan distributor. Lebih lanjut dijelaskan bahwa tingkat penjualan bersih perusahaan yang diperoleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli lainnya selama jangka waktu tertentu”.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Sikap tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.
2. Kemampuan tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.
3. Sikap dan kemampuan tenaga penjual secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran tenaga penjual (sikap tenaga penjual dan kemampuan tenaga penjual) terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat berdasarkan definisi, sebagai berikut :

- 1) Sikap adalah tanggapan perasaan konsumen yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu (Sangadji dan Sopiha, 2013:194), indikatornya adalah :
  - a. Pelayanan yang diberikan,
  - b. Penampilan,
  - c. Komunikasi.
- 2) *Salesmanships* atau kemampuan penjual adalah suatu metode yang paling tua dan paling efektif dalam menciptakan dan mendorong permintaan, mencari pembeli dan melakukan penjualan (Buchari Alma, 2013:111), indikatornya adalah :
  - a. Jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan,
  - b. Negoisasi,
  - c. Memberikan solusi.
- 3) Tingkat penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode

tertentu. Jadi volume penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan yang diukur dengan satuan (Marwan Asri, 2013:52), indikatornya adalah :

- a. Keadaan pasar,
- b. Penghantaran produk.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan November 2020 pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa yang terletak di Jl. Ir. Sutami Blok J-9 Komplek Pergudangan, Samarinda. Pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

- 1) Penelitian Lapangan (*Field Work Research*) merupakan yang dilakukan ke obyek penelitian yang akan teliti guna memperoleh data yang diperlukan, sebagai data primer. Penelitian dilakukan dengan cara :
  - a) Observasi, yaitu mengadakan pengamatan terhadap obyek penelitian
  - b) Wawancara, yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada tenaga kerja Oli Shell PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda
  - c) Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan cara memberikan *print out* kuisisioner kepada tenaga penjual PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.
- 2) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mendapatkan data dari sumber-sumber yang telah didokumentasikan, baik berupa hasil penelitian sebelumnya dan buku referensi yang merupakan data sekunder.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan sampling jenuh. Menurut Riduwan (2012:64) “Sampling jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus”. Sensus dalam penelitian ini adalah tenaga penjual PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda yang berjumlah 30 orang yang terdiri dari 3 orang *sales head*, 3 orang *sales supervisor*, 4 orang *salesman*, 2 orang *sales counter*, 11 orang staf gudang, 2 orang *marketing office*, 1 orang *sales analyst* dan 4 orang *finance*.

Skala *likert* digunakan untuk menilai tanggapan responden mengenai indikator-indikator tersebut. Menurut Ghazali (2011:4) “Skala *likert* atau sering disebut *summated scale* (skala yang dijumlahkan) pada dasarnya adalah ordinal. Berikut skor skala *likert* yang digunakan :

- a) Jika responden menjawab “SS = Sangat Setuju” diberi skor 5,
- b) Jika responden menjawab “S = Setuju” diberi skor 4,
- c) Jika responden menjawab “N = Netral” diberi skor 3,
- d) Jika responden menjawab “TS = Tidak Setuju” diberi skor 2,
- e) Jika responden menjawab “STS = Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1.

## Uji Instrumen

### 1) Uji Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:72) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang diinginkan”. Untuk menguji tingkat validitas instrumen pada penelitian ini digunakan rumus korelasi *product moment* dengan angka kasar ( $r_{xy}$ ) yang dikemukakan oleh Pearson, karena datanya terdiri dari variabel X dan Y, sehingga untuk mengetahui indeks validitasnya dilakukan dengan mengkorelasikan dua variabel tersebut.

Kriteria pengujian jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05, maka alat ukur tersebut valid. Begitu pula sebaliknya, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka alat ukur tersebut tidak valid.

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:109) “Reliabilitas adalah ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam penelitian”. Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini digunakan rumus *alpha* karena data yang akan diukur berupa data dengan skala *likert*. Jawaban pada skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Kriteria pengujian jika nilai koefisien korelasi *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6 maka dapat dinyatakan reliabel.

## Pengujian Hipotesis

### 1) Koefisien Kolerasi (R)

Menurut Sugiyono (2010:148) “Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh variabel terikat dengan variabel bebas. Semakin besar nilai R, maka semakin tepat model regresi yang dipakai sebagai alat permainan karena total variasi dapat menjelaskan variabel terikat”

Untuk mengetahui tingkat hubungan dapat digunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Interpretasi Hasil Koefisien Korelasi**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2010:149)

### 2) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Sugiyono (2014:87) “Perhitungan Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih. Semakin besar nilai R<sup>2</sup>, maka semakin besar pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas, R<sup>2</sup> ini mempunyai jangkauan antara 0 dan 1, semakin dekat dengan ke 1 berarti semakin besar proporsi variabel bebas tersebut menjelaskan variabel terikat.”

### 3) Uji t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2014:250) “Uji t (*t-test*) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel terikat terhadap variabel bebas dengan mengasumsikan bahwa variabel terikat lain dianggap konstan”.

### 4) Uji F (simultan)

Menurut Sugiyono (2014:257) “Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel terikat yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel bebas”. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh sikap dan kemampuan tenaga penjual terhadap tingkat penjualan.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23 sebagai alat untuk meregresikan modal yang telah dirumuskan diatas. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat perlu pengujian hipotesis baik secara simultan dan parsial. Pengujian hipotesis dapat dilakukan setelah regresi bebas dari gejala-gejala asumsi klasik agar hasil penelitian ini dapat di interpresentasikan secara akurat, efisien dan bebas dari kelemahan yang terjadi akibat adanya gejala-gejala tersebut.

Menurut Sugiyono (2010:275) “Regresi Linier Berganda merupakan alat analisis untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat (kriterium), bila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)”.

**Tabel 3**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,516	3,061		1,149	,261
	X1_Sikap	,083	,109	,146	,763	,452
	X2_Kemampuan	,321	,106	,580	3,028	,005

a. Dependent Variable: Y\_Tingkat Penjualan

(Sumber: Data Diolah, 2020)

Berdasarkan tabel 3 diperoleh persamaan regresi sikap tenaga penjual ( $X_1$ ) dan kemampuan tenaga penjual ( $X_2$ ) terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ) sebagai berikut :

$$Y = 3,516 + 0,083 X_1 + 0,321 X_2 + e$$

Diketahui :

$$\alpha = 3,516 \text{ (nilai dari konstanta pada } \textit{unstandarized coefficients B})$$

$$X_1 = 0,083$$

$$X_2 = 0,321$$

$$b_1, b_2 = \text{koefisien masing-masing dari nilai variabel}$$

$$e = \text{error}$$

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh hasil persamaan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta sebesar 3,516 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa apabila variabel terikat dianggap konstan maka tingkat penjualan telah mengalami peningkatan sebesar 3,516 atau 35,16%.
- b) Pengaruh sikap tenaga penjual ( $X_1$ ) terhadap tingkat penjualan ( $Y$ )  $b_1 = 0,083$   
Nilai koefisien sikap tenaga penjual ( $X_1$ ) sebesar 0,083 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan sikap tenaga penjual akan diikuti oleh kenaikan tingkat penjualan sebesar 0,083 atau 8,3% dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- c) Pengaruh kemampuan tenaga penjual ( $X_2$ ) terhadap tingkat penjualan ( $Y$ )  $b_2 = 0,321$   
Nilai koefisien kemampuan tenaga penjual ( $X_2$ ) sebesar 0,321 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan kemampuan tenaga penjual akan diikuti oleh kenaikan tingkat penjualan sebesar 0,321 atau 32,1% dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

## Pengujian Hipotesis

**Tabel 4**  
**Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 <sup>a</sup>	,474	,435	1,717

a. Predictors: (Constant), X2\_Kemampuan, X1\_Sikap

b. Dependent Variable: Y\_Tingkat Penjualan

(Sumber: Data Diolah, 2020)

- 1) Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa hasil koefisien korelasi, menunjukkan bahwa nilai  $R = 0,689$  yang berarti bahwa hubungan antara variabel bebas sikap tenaga penjual  $X_1$  dan kemampuan tenaga penjual  $X_2$  terhadap tingkat penjualan  $Y$  adalah terletak diantara  $0,60 - 0,799$  artinya mempunyai kategori hubungan kuat.
- 2) Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,435$  ( $43,5\%$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel bebas yaitu variabel sikap tenaga penjual dan kemampuan tenaga penjual memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan sebesar  $43,5\%$ , sedangkan sisanya sebesar  $56,5\%$  berhubungan dengan faktor lain atau variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.
- 3) Berdasarkan tabel 3, hasil analisis regresi linier berganda diatas, diketahui bahwa hasil yang diperoleh variabel sikap nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,763$  lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  sebesar  $2,05183$  dengan taraf signifikansi  $0,452$  lebih besar daripada  $0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sikap tenaga penjual ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ) dan hasil yang diperoleh variabel kemampuan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,028$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  sebesar  $2,05183$  dengan taraf signifikansi  $0,005$  lebih kecil daripada  $0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan tenaga penjual ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ).

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F simultan**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71,785	2	35,892	12,177	,000 <sup>b</sup>
	Residual	79,582	27	2,947		
	Total	151,367	29			

a. Dependent Variable: Y\_Tingkat Penjualan

b. Predictors: (Constant), X2\_Kemampuan, X1\_Sikap

(Sumber: Data Diolah, 2020)

- 4) Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$   $12,177$  lebih besar dari  $F_{tabel}$   $3,34$  dengan nilai signifikan  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$  sehingga signifikan dan hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel sikap tenaga penjual ( $X_1$ ) dan kemampuan tenaga penjual ( $X_2$ ) terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ), hal ini menunjukkan model yang diajukan layak digunakan untuk

memprediksi adanya pengaruh sikap tenaga penjual dan kemampuan tenaga penjual terhadap tingkat penjualan.

## Pembahasan

PT. Graha Arta Kaltim Sentosa (GAKS) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi suku cadang otomotif. Pembahasan ini akan menguraikan hasil dari deskripsi data dan hasil penelitian yang dilakukan pada responden tenaga penjual Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda. Dari hasil data deskripsi responden pada tabel 4.1 menyatakan bahwa tenaga penjual berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki (80% atau 24 orang) dan pada tabel 4.2 menyatakan bahwa mayoritas tenaga penjual berumur lebih dari 30 tahun (67% atau 20 orang). Sedangkan, pada tabel 4.3 menyatakan bahwa mayoritas tenaga penjual berpendidikan terakhir SMA (73% atau 22 orang).

Variabel Sikap Tenaga Penjual ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,763 lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  sebesar 2,05183, kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,452 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 yang artinya bahwa variabel sikap tenaga penjual berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Pertama ditolak.

Sikap tenaga penjual tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan Oli Shell karena pelanggan lebih fokus kepada manfaat dari produk dan program transaksi produk yang sedang berjalan.

Variabel Kemampuan Tenaga Penjual ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,430 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  sebesar 2,06866, kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai sig 0,05 yang artinya bahwa variabel kemampuan tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Kedua diterima.

Kemampuan tenaga penjual yang semakin meningkat dalam hal menguasai jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan, menjelaskan keunggulan produk Oli Shell, berusaha memberikan solusi terhadap masalah dan keluhan pelanggan mengenai produk Oli Shell dan dapat mempengaruhi calon pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap dapat mempengaruhi pencapaian target penjualan setiap bulannya dan ketepatan waktu pengiriman produk untuk meningkatkan penjualan.

Variabel sikap dan kemampuan tenaga penjual memperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12,177 lebih besar daripada  $F_{tabel}$  sebesar 3,34, kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai sig 0,05 yang artinya bahwa variabel sikap dan kemampuan tenaga penjual berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Ketiga diterima. Dari hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran tenaga penjual Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

Hasil penelitian tersebut memberikan implikasi bahwa untuk meningkatkan penjualan, maka tenaga penjual perlu kemampuan menguasai jenis dan karakteristik produk yang akan ditawarkan, program transaksi produk yang sedang berjalan, memberikan solusi terhadap masalah dan keluhan pelanggan, penghantaran produk dengan tepat waktu dan dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan dan pembahasan mengenai Peran Tenaga Penjual Terhadap Tingkat Penjualan Oli Shell Pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa Di Samarinda, maka dihasilkan simpulan sebagai berikut :

- 1) Variabel sikap tenaga penjual tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan. Penelitian ini membuktikan bahwa pelanggan lebih fokus kepada manfaat dari produk dan program transaksi produk yang sedang berjalan, maka sikap tenaga penjual tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.
- 2) Variabel kemampuan tenaga penjual memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan. Penelitian ini membuktikan bahwa kemampuan tenaga penjual dalam menguasai jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan, memberikan solusi terhadap masalah dan keluhan pelanggan serta dapat mempengaruhi calon pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap berpengaruh terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.
- 3) Variabel sikap tenaga penjual dan kemampuan tenaga penjual berpengaruh secara bersama-sama terhadap tingkat penjualan Oli Shell pada PT. Graha Arta Kaltim Sentosa di Samarinda.

### Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- 1) Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi suku cadang otomotif, maka peran tenaga penjual perlu ditingkatkan kemampuan menguasai jenis dan karakteristik produk yang akan ditawarkan, program transaksi produk yang sedang berjalan, memberikan solusi terhadap masalah dan keluhan pelanggan, penghantaran produk dengan tepat waktu dan dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan .
- 2) Bagi penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah variabel lain atau menggunakan variabel lain dan menambahkan sampel agar hasil penelitian selanjutnya menjadi lebih tepat dan akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Cetakan 10. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asri, Marwan. 2013. *Marketing*, Edisi 1. Yogyakarta: BPFE UGM
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Kelima. Semarang: Universitas Diponegoro
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- Riduwan. 2012. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset

- Sudaryono. 2017. *Pengantar Manajemen: Teori dan Kasus*. Yogyakarta: Center for Academic Publising Service
- Sugiyanto. 2012. *Prof Sales, Kiat Sukses Menjadi Tenaga Penjualan Perbankan*, Cetakan Pertama. Jakarta: Raih Asa Sukses
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- .2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu. 2014. *Manajemen Penjualan*, Edisi 3, Cetakan ke 8. Yogyakarta: BPFE UGM