

PENGARUH KEPEMIMPINAN, KEMAMPUAN MANAJERIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN PADA CV. GITA MANDIRI GOWA

Tamrin Meda*)

***Abstract :** This study aims to analyze (1) Effect of leadership, managerial ability and motivation partially on the performance of the sales force; (2) The effect of leadership, managerial ability and motivation simultaneously on the performance of the sales force. This study is a population of the entire sales and non-sales personnel CV. Gita Mandiri Gowa totaling 32 people. Month study period December 2015 to February 2016. The data was collected using questionnaires, interviews and documentation. Methods of data analysis in this study using multiple regression analysis. Data collected were analyzed using the t test and F test results showed that (1) There is a significant and positive influence among the leadership of the performance (value T calculated at 7.784 is greater than t table of 2.045 and 0.0000 significance); (2) There is a significant and positive influence among the managerial capacity of the performance (value T count equal to 2,591 bigger than t table of 2.045 and significance 0.015); (3) There is no significant and positive effect of motivation on performance (value T calculated at 0.353 is greater than t table of 2.045 and 0.727 significance greater than 0.05) .; (4) There is a significant and positive influence among the leadership, managerial ability and motivation together on the performance (value calculated at 104.557 T is greater than t table of 3.340 and 0.000 significance). The factors that most affect the performance is leadership while not influential factor is motivation.*

***Keywords:** Leadership, Managerial Ability, Motivation and Sales Force Performance*

PENDAHULUAN

Ketatnya persaingan antar perusahaan dalam era ekonomi global menuntut perusahaan untuk selalu menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Persaingan yang terjadi merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena dengan adanya persaingan tersebut dapat menjadi salah satu pendorong dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, serta dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan sebagai pendukung keberhasilan perusahaan yaitu sumber daya manusia yang berkualitas.

Dalam hal ini tenaga penjualan merupakan salah satu sumber daya

manusia perusahaan yang cukup memiliki peranan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Pengertian efektivitas menurut Amstrong (2001) adalah dasar dari kesuksesan sedangkan efisiensi merupakan kondisi minimum untuk bertahan setelah kesuksesan dicapai. Pernyataan ini mempunyai maksud bahwa efektivitas lebih penting untuk berhasil dalam pekerjaan, sedangkan untuk tetap bertahan dengan kesuksesan yang telah diperoleh, diperlukan kondisi minimum yakni efisiensi. Efektivitas mempunyai arti melakukan pekerjaan yang tepat dalam bisnis. Seringkali dalam aktivitas penjualan dijumpai pekerjaan yang sia-sia dan tidak membawa hasil yang memuaskan. Agar tenaga penjualan dapat beraktivitas secara efektif, tenaga penjualan tersebut harus memiliki pengetahuan tentang perusahaannya, produk, customers dan kompetitor, presentasi sales yang efektif

serta prosedur dan tanggungjawabnya. Dengan kata lain tenaga penjual harus memiliki keahlian menjual.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan terdahulu, maka rumusan masalah dapat penulis kemukakan sebagai berikut :

- a. Apakah aspek kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan?
- b. Apakah kemampuan manajerial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan?
- c. Apakah motivasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan?
- d. Apakah aspek kepemimpinan, kemampuan manajerial dan motivasi penjualan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan, yakni sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh antara aspek kepemimpinan terhadap kinerja tenaga penjualan.
- b. Menganalisis pengaruh antara kemampuan manajerial tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjualan.
- c. Menganalisis pengaruh antara motivasi terhadap kinerja tenaga penjualan.
- d. Menganalisis pengaruh aspek kepemimpinan, kemampuan manajerial dan motivasi penjualan secara simultan terhadap kinerja tenaga penjualan.

LANDASAN TEORI

Kinerja Tenaga Penjualan

Kinerja berasal dari kata *.to perform*. yang artinya melakukan suatu kegiatan dan menyempurnakan sesuai

dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Sementara itu dalam praktek manajemen sumber daya manusia banyak terminologi yang muncul dengan kata kinerja yaitu evaluasi kinerja (*performance evaluation*), dikenal juga dengan istilah penilaian kinerja (*performance appraisal, performance rating, performance assessment, employe evaluation, rating, efficiency rating, service rating*) pada dasarnya merupakan proses yang digunakan perusahaan untuk mengevaluasi *job performance*.

Kinerja pegawai dalam organisasi mengarah kepada kemampuan pegawai dalam melaksanakan keseluruhan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Tugas-tugas tersebut biasanya berdasarkan indikator-indikator keberhasilan yang sudah ditetapkan. Sebagai hasilnya akan diketahui bahwa seseorang pegawai masuk dalam tingkatan kinerja tertentu. Kinerja merupakan kombinasi antara kemampuan dan usaha untuk menghasilkan apa yang dikerjakan. Supaya menghasilkan kinerja yang baik seseorang harus memiliki kemampuan, kemauan usaha agar serta setiap kegiatan yang dilaksanakan tidak mengalami hambatan yang berat dalam lingkungannya., Amstrong, (2001).

Menurut Mahsun (2006), bahwa kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan, program, kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi yang tertuang dalam perencanaan strategi organisasi sedangkan Churcil, Gilbert, Neil, dan Orville (2001), menyatakan bahwa kinerja adalah tingkatan pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu dalam rangka mewujudkan pencapaian hasil untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Mangkuprawira (2002), bahwa, penilaian kinerja merupakan proses yang dilakukan perusahaan dalam mengevaluasi kinerja pekerjaan

seseorang. Apabila hal itu dilakukan dengan benar maka para karyawan, penyelia mereka, departemen sumber daya manusia dan perusahaan akhirnya akan memperoleh keuntungan dengan jaminan bahwa upaya para individu karyawan mampu berkontribusi pada *focusstrategic* perusahaan. Penilaian kinerja meliputi dimensi kinerja karyawan. Departemen SDM menggunakan informasi yang dikumpulkan melalui penilaian kinerja untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan rekrutmen, seleksi, orientasi penempatan, pelatihan/pengembangan dan kegiatan lainnya.

Kinerja tenaga penjualan sangat vital bagi perusahaan karena akan memberikan sumber pendapatan utama bagi perusahaan. Performa kinerja tenaga penjual mencerminkan suatu performa pelayanan yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen (Johlke, Dale, Dunhandan Wilkes, 2004).

Dalam penelitiannya Castle berryet.al (2001), menggunakan turunan dari skala multiple-item dimana penilaian kinerja tenaga penjualan yang berbasis penilaian-diri (selfreport) ini terdiri dari 6 faktor yaitu:

- a. Penutupan penjualan
- b. Penanganan keluhan pelanggan
- c. Kinerja tenaga penjual secara keseluruhan
- d. Total volume penjualan
- e. Kualitas presentasi penjualan
- f. Mengubah prospek menjadi pelanggan

Sedangkan berdasarkan hasil penelitian Sujan, Weitz dan Kumar (2001, serta Tansu Baker (2000), penilaian laporan kinerja dapat dilakukan dengan evaluasi pribadi dari tenaga penjualan tersebut, dimana penilaian tersebut tidak mengakibatkan hasil penelitian yang biasa. Tenaga penjual dapat menilai kinerja mereka dengan 4 ukuran kinerja tenaga penjualan yaitu:

- a. Melampaui target penjualan tenaga penjualan
- b. Kemampuan menjual produk baru
- c. Kemampuan meyakinkan konsumen
- d. Membantu manajer dalam mencapai tujuan strategi penjualan.

Kinerja merupakan suatu bentuk indikator keberhasilan kerja atau prestasi kerja yang dicapai oleh tenaga penjualan karena mampu melaksanakan tugas penjualan dengan baik. Kinerja penjualan merupakan suatu hasil dari penerapan peran strategik yang dibuat oleh tenaga penjualan, wujud dari peran strategik tersebut berupa tingkat keagresifan tenaga penjualan dalam memberikan perhatian dan pelayanan terhadap konsumen (Sapiro dan Weitz, 2000). Bentuk kinerja tenaga penjual tersebut dapat diukur oleh indikator antara lain:

- a. Volume penjualan
- b. Tingkat pertumbuhan penjualan
- c. Tingkat pertumbuhan pelanggan

Kepemimpinan

Kepemimpinan didefinisikan sebagai kegiatan yang mempengaruhi perilaku orang lain atau seni mempengaruhi orang lain baik perorangan atau kelompok (Harsiwi, 2004). Berdasarkan penelitian Kohli, Shervani dan Challagalla (2004) bahwa ketika supervisor menekankan akan pentingnya hasil akhir, mereka akan memberi kebebasan kepada tenaga penjualan untuk menentukan strategi-strategi penjualan dan upaya-upaya yang dibutuhkan untuk mencapai hasil akhir yang ditentukan. Supervisor dengan orientasi hasil akhir menyediakan sedikit informasi kepada tenaga penjualan mengenai bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai hasil akhir yang ditentukan, atau mengapa hal itu tidak dapat dicapai. Oleh karena itu kepemimpinan yang berorientasi pada hasil akhir akan meningkatkan orientasi belajar tenaga penjualan.

Menurut Kohli, Shervani dan Challagalla (2004), bahwa menyediakan umpan balik yang menitikberatkan pada keterampilan dan kemampuan dapat meningkatkan kemampuan prosedural tenaga penjualan, sehingga akan memungkinkan dan memotivasi mereka untuk mempelajari cara terbaik dalam menyelesaikan sebuah tugas.

Menurut Moeljono (2003), Kegagalan dan keberhasilan suatu organisasi sebagian besar bergantung pada kualitas pemimpinnya, serta bagaimana cara pemimpin tersebut memimpin suatu organisasi. Dengan mengadopsi konsep Guru yang dicetuskan pertamakali oleh Raden Mas Suwardi Surjaningrat atau dikenal dengan Ki Hajar Dewantara, Moeljono mencoba mentransformasikan konsep tersebut secara luas menjadi Konsep Kepemimpinan. Konsep tersebut adalah: Ing ngarsa sung tulada, Ing madya mangun karsa, Tut wuri handayani, yang secara luas dijabarkan sebagai berikut;

- a. Ingngarsa sungtulada, dimana seorang pemimpin harus menjadi teladan atau contoh yang baik bagi bawahannya.
- b. Ing madya mangun karsa, dimana seorang pemimpin harus bertindak secara konsisten dalam memperhatikan dan menjaga bawahannya. Seorang pemimpin juga harus mampu memberikan dukungan dan semangat bagi bawahan.
- c. Tut wurihandayani, dimana seorang pemimpin harus mampu memberikan arahan dan rasa aman. Dengan arahan tersebut sehingga bawahan diberikan suatu peluang untuk berkarya.

Dalam penelitiannya juga Moeljono (2003) mengadopsi konsep kepemimpinan yang dikemukakan oleh Neil Snyder, James J. Dowd Jr dan Diane Morse Houghton dalam buku berjudul "VVC : *Leadership for Quality Management*, tahun 1994, dibahas tentang 3 formula manajemen dikatakan bahwa kepemimpinan

yang unggul harus memiliki *Vision* (Visi), *Value* (Nilai) dan *Courage* (Keberanian).

- a. *Vision*, yaitu seorang pemimpin harus memiliki visi kemana organisasi tersebut akan dibawa sehingga dapat dirumuskan strategi serta implementasinya.
- b. *Value*, merupakan nilai yang dimiliki seorang pemimpin apakah ia mampu menjadi seorang pemimpin yang efektif atau tidak. Mencakup kemampuan personal dari pemimpin tersebut.
- c. *Courage*, dimana seorang pemimpin harus berani dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan perusahaannya.

Kemampuan Manajerial Tenaga Penjual

Sumrall dan Sebastianelli (2001) melakukan penelitian terhadap pengaruh kebijakan orientasi penjualan sales manajer terhadap kepuasan kerja tenaga penjual dengan menggunakan dimensi orientasi penjualan top management, sales manager dan tenaga penjual untuk mengukur kinerja penjualan, menjelaskan orientasi penjualan sebagai upaya mengimplementasikan orientasi pasar dalam kegiatan penjualan melalui tugas penjualan, kebijakan penjualan, melakukan kegiatan penjualan, salescalls, personal selling, sales training, dan pengembangan sales program. Tenaga penjual merupakan faktor kritis yang berperan dalam menjalin hubungan antar penjual dan pembeli.

Dari penelitian Diah, A dan Yoestini (2003), melakukan penelitian terhadap keterkaitan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pada konsumen dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen yang dituju. Sehingga faktor-faktor kemampuan tenaga penjual perlu dicermati dan ditelaah lebih mendalam oleh pihak manajemen.

Keseimbangan yang terbentuk akan dipengaruhi oleh seberapa besar

tingkat kemampuan tenaga penjual dalam melakukan manajemen terhadap tugasnya. Seperti pandangan paradigma penjualan yang efektif, bahwa pelanggan akan loyal pada "salespeople" dari pada perusahaannya (Weitz, Bradford, 2000).

Tanpa adanya keterampilan dan kemampuan tenaga penjualan dalam melakukan manajemen terhadap dirinya (self manajemen) untuk melakukan kegiatan penjualan dengan baik, dapat dipastikan bahwa seseorang tersebut tidak akan mencapai sebuah tingkat kinerja penjualan yang efektif (Kohli, Shervanidan Challagalla, 2004).

Motivasi Penjualan

Motif sering diartikan dengan istilah dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat. Sehingga motif tersebut merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku, dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu.

Teori Hirarki Kebutuhan Maslow

Kebutuhan-kebutuhan manusia menurut Maslow (1984) dapat digolongkan dalam lima tingkatan (*need hierarchy theory*) yaitu sebagai berikut:

- 1) *Physiological needs* (kebutuhan yang bersifat biologis). Misalnya: sandang, pangan dan tempat berlindung, *sex* dan kesejahteraan individu. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang amat primer, karena kebutuhan ini telah ada dan terasa sejak manusia dilahirkan ke bumi ini.
- 2) *Safety needs* (kebutuhan rasa aman). Kalau hal ini dikaitkan dengan kerja maka kebutuhan akan keamanan jiwanya sewaktu bekerja. Selain itu juga perasaan aman akan harta yang ditinggalkan sewaktu mereka bekerja. Perasaan aman juga menyangkut masa depan karyawan.

3) *Social needs* (kebutuhan-kebutuhan sosial). Manusia pada hakekatnya adalah makhluk sosial, sehingga mereka mempunyai kebutuhan-kebutuhan sosial antara lain adalah: Kebutuhan akan perasaan diterima di oleh orang lain dimana ia hidup dan bekerja; Kebutuhan akan perasaan dihormati, karena setiap manusia merasa dirinya penting; Kebutuhan untuk bisa berprestasi; Kebutuhan untuk ikut serta (*sense or participation*).

4) *Esteem needs* (kebutuhan akan harga diri). Situasi yang ideal ialah apabila *prestise* itu timbul akan prestasi. Akan tetapi kenyataannya tidaklah selalu demikian halnya. Dalam hal ini semakin tinggi kedudukan seseorang maka semakin banyak hal yang digunakan sebagai simbol status sosialnya itu.

5) *Self actualization* (ingin berbuat yang lebih baik).

Teori Motivasi Sosial Model Mc Clelland

Menurut Mc Clelland (1961), timbulnya tingkah laku karena dipengaruhi oleh kebutuhan-kebutuhan yang ada dalam diri manusia. Dalam konsepnya mengenai motivasi, dalam diri individu terdapat tiga kebutuhan pokok yang mendorong tingkah lakunya, konsep motivasi ini lebih dikenal dengan "*Social Motives Theory*". Adapun kebutuhan yang dimaksudkan menurut teori motif sosial ini, adalah:

- 1) *Need for achievement*, merupakan kebutuhan untuk mencapai sukses, yang diukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang.
- 2) *Need for affiliation*, merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain.

- 3) *Need for power*, merupakan kebutuhan untuk menguasai dan mempengaruhi terhadap orang lain.

Menurut Michael Amstrong (2001), motivasi merupakan sesuatu yang memulai gerakan yang membuat seseorang bertindak atau berperilaku dalam cara- cara tertentu, faktor motivasi tersebut antara lain:

1. Pekerjaan itu sendiri
2. Gaji
3. Kesempatan Promosi
4. Supervisi
5. Rekan kerja

Schuler dan Jackson (2000) mengemukakan bahwa uang sebagai insentif yang diberikan kepada karyawan merupakan motivator yang ampuh karena dinilai langsung sebagai imbalan serta memudahkan pembelian barang yang diberinilai.

Konsep motivasi kerja adalah suatu proses yang mendorong seseorang menggunakan kemampuan sepenuhnya untuk melakukan tugasnya (Wilson, 2001). Kemampuan untuk mengerjakan tugas secara sungguh-sungguh dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan individu, karena adanya kebutuhan akan finansial dan kebutuhan ingin maju dalam karier sehingga mendorong seseorang bekerja dengan sungguh-sungguh agar mencapai hasil yang memuaskan.

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni :

- a. Aspek kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.
- b. Aspek kemampuan manajerial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.
- c. Aspek motivasi berpengaruh

terhadap kinerja tenaga penjualan.

Aspek kepemimpinan, kemampuan manajerial dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Penelitian ini menggunakan metode sensus dengan populasi sebanyak 32 orang pegawai CV. Gita Mandiri yang juga bertindak sebagai tenaga penjualan. Data jawaban dari responden tersebut kemudian dianalisis kesesuaiannya dengan model penelitian yang dikembangkan dari kerangka teoritis dengan menggunakan analisis Regresi Linear Sederhana.

Teknik Pengumpulan Data

Daftar pertanyaan tertutup, yaitu digunakan untuk mendapatkan data tentang variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini. Sedang daftar pertanyaan terbuka digunakan untuk menggali informasi lebih dalam alasan pemilihan jawaban dari responden. Pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner dibuat dengan menggunakan teknik skala bukan pembandingan (*non-comparative scale*). Dalam teknik skala bukan pembandingan, pengukuran hanya dilakukan pada satu objek saja tanpa memperhatikan objek lain (Istijanto, 2005). Adapun desain skala menggunakan skala 1 hingga 5 kategori dari “sangat setuju” (SS) skala 1, “Setuju (S) skala 2, “Ragu-Ragu” (RR) skala 3, “Tidak Setuju (TS) skala 4, dan “Sangat Tidak Setuju” (STS) skala 5. Selain itu peneliti menambahkan daftar pertanyaan terbuka yang berupa alasan yang mendasari jawaban responden

Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

Regresi

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X₁ dan X₂ = Variabel independen
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂, ..., X_n = 0)
- = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Sehubungan dengan rumusan tersebut diatas, maka dalam rencana penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = Kinerja Penjualan, X₁ = Kepemimpinan, X₂ = Kemampuan manajerial, X₃ = Motivasi, b₀ = intersep, b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi, e = error

UJI t

- Hipotesis statistiknya:

H₀ : β = 0 (X tidak berpengaruh terhadap Y)

H₁ : β ≠ 0 (X berpengaruh terhadap Y)

- Statistik uji: $t = \frac{b}{s_b}$.Sugiyono (2008)

$$s_b = \sqrt{\frac{s_e^2}{\sum_{i=1}^n x_i^2}}$$

$$s_e^2 = \frac{\sum_{i=1}^n e_i^2}{n-2}$$

$$\sum_{i=1}^n e_i^2 = \sum_{i=1}^n y_i^2 - b^2 \left(\sum_{i=1}^n x_i^2 \right)$$

- Kriteria uji: Tolak H₀ jika t_{hit} ≥ t_{tab} atau t_{hit} ≤ -t_{tab} atau terima H₀ jika -t_{tab} < t_{hit} < t_{tab}
Dengan t_{tab} = t_{0.5α, df = n-2}

UJI F

- Hipotesis statistiknya:

H₀ : β = 0 (model regresi Y terhadap X tidak berarti)

H₁ : β ≠ 0 (model regresi Y terhadap X memiliki arti)

- Statistik uji: $F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{\epsilon}}$.Sugiyono (2008)

$$RJK_{reg} = \frac{JK_{reg}}{1} ; JK_{reg} = b \left(\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{n} \right) ; RJK_{\epsilon} = \frac{JK_{\epsilon}}{n-2}$$

$$JK_{\epsilon} = \sum_{i=1}^n Y_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)^2}{n} - JK_{reg}$$

- Kriteria uji: Tolak H₀ jika F_{hit} ≥ F_{tab}
F_{tab} = F_{α; (v₁, v₂)} dimana v₁ = 1 dan v₂ = n - 2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada responden dan setelah dilakukan analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda dan diolah melalui alat SPSS maka kesimpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Output Model Summary (Untuk Mengetahui Korelasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.918	.909	.620

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kemampuan Manajerial, Kepemimpinan

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.

Korelasi antara variabel Motivasi, Kemampuan Manajerial dan Kepemimpinan serta variabel dependennya adalah Kinerja Tenaga Penjualan sebesar 0,958, hal ini terjadi pengaruh yang erat karena nilai korelasinya mendekati 1.

Nilai (R^2) sebesar 0,918, artinya persentasi sumbangan pengaruh variabel Motivasi, Kemampuan Manajerial dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Tenaga Penjualan sebesar 91,8% sedangkan sisanya sebesar 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model ini.

Output ANOVA (Uji F)

Tabel 2. Output ANOVA (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.724	3	40.241	104.557	.000 ^b
	Residual	10.776	28	.385		
	Total	131.500	31			

a. Dependent Variable: Kinerja Tenaga Penjualan

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Kemampuan Manajerial, Kepemimpinan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 22

Anova atau analisis varian, merupakan uji koefisien regresi secara bersama – sama (Uji F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal ini peran ANOVA adalah untuk menguji signifikansi pengaruh variabel Motivasi, Kemampuan Manajerial dan Kepemimpinan terhadap

Kinerja Tenaga Penjualan, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Nilai F hitung > F tabel (104,557 > 3,340) dan signifikansi < 0.05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa *Motivasi, Kemampuan Manajerial dan Kepemimpinan secara bersama – sama berpengaruh terhadap Kinerja*

Output Coefficients

Tabel 4.8. Output Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.437	.626		-.698	.491
	Kepemimpinan	.607	.078	.753	7.784	.000
	Kemampuan Manajerial	.183	.071	.224	2.591	.015
	Motivasi	.021	.059	.028	.353	.727

a. Dependent Variable: Kinerja Tenaga Penjualan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 22.

Nilai – nilai output kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,437 + 607X_1 + 183X_2 + 021X_3$$

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Pengaruh variabel kepemimpinan dibentuk dari 4 (empat) indikator/ pernyataan. Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 7,784 (lebih besar dari t tabel sebesar 2,045) serta signifikansi 0,0000. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin kuat faktor kepemimpinan maka semakin kuat kinerja tenaga penjualan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori dan hasil penelitian bahwa ada beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kinerja. Salah satu variabel yang berpengaruh adalah kepemimpinan. Hal ini konsisten dengan kajian yang dilakukan Moeljono (2003) bahwa kegagalan dan keberhasilan suatu organisasi bergantung pada kualitas pemimpinnya, serta bagaimana cara pemimpin tersebut memimpin suatu organisasi.

Pengaruh Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Pengaruh variabel kemampuan manajerial dibentuk dari 4 (empat) indikator/ pernyataan. Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kemampuan manajerial terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 2,591 (lebih besar dari t tabel sebesar 2,045) serta signifikansi 0,015. Dengan demikian hasil analisis ini

memberikan informasi bahwa kemampuan manajerial berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin kuat faktor kemampuan manajerial maka semakin kuat kinerja tenaga penjualan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori dan hasil penelitian bahwa ada beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kinerja. Salah satu variabel yang berpengaruh adalah kemampuan manajerial. Kemampuan tersebut dimaksudkan sebagai suatu kelebihan yang dimiliki seseorang sehingga dapat diterima, dalam hal ini dapat diterima oleh konsumen. (Parwanti, 2005).

Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Pengaruh variabel motivasi dibentuk dari 4 (empat) indikator/ pernyataan. Hasil analisis membuktikan tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara motivasi terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 0,353 (lebih besar dari t tabel sebesar 2,045) serta signifikansi 0,727 (lebih besar dari signifikansi 0,05). Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator/ pernyataan terkait motivasi yang ada pada kuesioner peneliti tidak berjalan dengan baik.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan teori dan hasil penelitian bahwa ada beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kinerja. Salah satu variabel yang berpengaruh adalah motivasi. Motivasi adalah upaya yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu, motivasi

melibatkan keuletan dan ketekunan dengan pengertian usaha yang lebih keras untuk mencapai sesuatu. Layman Porter dan Raymond Miles (2004) mengatakan bahwa motivasi merupakan suatu sistem yang dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: Individu, Karakteristik Pekerjaan dan Karakteristik situasi kerja.

Teori motivasi yang dikemukakan Federick Herzberg bahwa ada dua faktor yaitu faktor yang membuat orang puas dan tidak puas. Dalam penelitian motivasi ada serangkaian ekstrinsik, keadaan pekerjaan (jobcontent) yang menyebabkan rasa tidak puas diantara para karyawan bila kondisi itu tidak ada. Menurut Michael Amstrong (2001), motivasi merupakan sesuatu yang memulai gerakan yang membuat seseorang bertindak atau berperilaku dalam cara- cara tertentu.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu seperti Emilia Rosyana Putri (2000) dimana faktor motivasi kerja berhubungan positif terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Pengaruh Kepemimpinan, Kemampuan Manajerial dan Motivasi secara Simultan terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikandan positif antara kepemimpinan, kemampuan manajerial dan motivasi secara simultan terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 104,557 (lebih besar dari t tabel sebesar 3,340) serta signifikansi 0,000. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa kepemimpinan, kemampuan manajerial, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori bahwa ada beberapa variabel

yang dapat mempengaruhi kinerja yakni Kepemimpinan, Kemampuan Manajerial dan Motivasi. Serta sejalan dengan penelitian terdahulu dari Augusty Ferdinand dan Agustina Asatuan (2004) bahwa semakin besar perhatian orientasi pasar manajemen pada tenaga penjualan dengan kebijakan yang mendukung seperti kejelasan komitmen pada pelanggan, kejelasan sistem internal perusahaan menyangkut sistem reward serta sistem pengembangan kemampuan sales force, meningkatnya kemampuan melalui orientasi belajar secara kreatif dapat mendorong daya saing meningkatkan motivasi dalam bekerja sehingga kemungkinan meningkatnya kinerja penjualan semakin besar.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh signifikandan positif antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 7,784 (lebih besar dari t tabel sebesar 2,045) serta signifikansi 0,0000. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin kuat faktor kepemimpinan maka semakin kuat kinerja tenaga penjualan. Hal ini merupakan jawaban dari rumusan masalah tentang apakah aspek kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan
2. Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kemampuan manajerial terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 2,591 (lebih besar dari t tabel sebesar 2,045) serta signifikansi 0,015. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa kemampuan manajerial berpengaruh signifikan

- dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin kuat faktor kemampuan manajerial maka semakin kuat kinerja tenaga penjualan. Hal ini merupakan jawaban dari rumusan masalah tentang apakah aspek kemampuan manajerial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara motivasi terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 0,353 (lebih besar dari t tabel sebesar 2,045) serta signifikansi 0,727 (lebih besar dari signifikansi 0,05). Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator/ pernyataan terkait motivasi yang ada pada kuesioner peneliti tidak berjalan dengan baik. Hal ini merupakan jawaban dari rumusan masalah tentang apakah aspek motivasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan
 4. Terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kepemimpinan, kemampuan manajerial dan motivasi secara simultan terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan dari nilai T hitung sebesar 104,557 (lebih besar dari t tabel sebesar 3,340) serta signifikansi 0,000. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa kepemimpinan, kemampuan manajerial, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan.

Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan terkait penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Mengingat besarnya hubungan dan tingkat signifikansi variabel kepemimpinan terhadap kinerja karyawan, diharapkan agar model kepemimpinan yang ada saat ini dapat dipertahankan sambil tetap membuka diri untuk peka dan inovatif dalam merespon dinamika yang ada dalam perusahaan
2. Secara berkala mengasah tingkat kemampuan manajerial tenaga penjualan dalam merespon perubahan pasar, perilaku pasar, konsumen, pesaing dan internal perusahaan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator/pernyataan terkait motivasi yang ada pada kuesioner peneliti tidak berjalan dengan baik. Untuk itu disarankan agar manajemen merancang sistem baru yang lebih menstimulasi para tenaga penjualan untuk termotivasi dalam memaksimalkan omzet penjualan.
4. Disarankan agar perbaikan dalam pola dan variabel motivasi dilakukan secara terarah sehingga secara simultan variabel kepemimpinan, kemampuan manajerial dan motivasi dapat lebih kuat hubungan dan tingkat signifikansinya dengan kinerja tenaga penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, Teresa M, Regina Conti, Heather Coon, Jefferey Lazenby dan Michael Herron, 2001, "Assesing The Work Environment for Creativity", Academy of Management, Journal.
- Amstrong, Michael, 2001, "Seri Pedoman Manajemen :Manajemen Sumber Daya Manusia", alih bahasa :Sofyan Cikmat dan Hariyanto, Elek Media Komputindo, Jakarta.

- Baldauf, et al (2001). *Performance consequences of brand equity management: evidence from organizations in the value chain*.
- Challagalla,GN. Shervani, Tassaduq, A (2001), "*Dimension and Type of Supervisory Control: Effect on Sales person Performance and Satisfaction*", Journal of Marketing, Vol.60 (January 2001)
- Churchil Jr, Gilbert A., Neil M. Ford and Orville C. Walker, Jr. (2001), "*Salesforce Management: Planning, Impelentation and Control*", Irwin, Boston.
- Cooper, D.R. and Emory, C.W., 2002, "*Metode Penelitian Bisnis*", Jilid 1, edisi kelima, Penerbit Erlangga.
- Tanner, (2002). "*Sales Force Management*", 6th ed, Chicago : McGraw-Hill.
- Darmawan, Rahmat (2008), "*Strategi Membangun Kinerja Tenaga Penjualan Kartu Kredit pada PT. Bank BRI Tbk Cabang Kudus*", Jurnal Manajemen Undip Semarang.
- Dwitanto, Agus. (2004), "*Analisis Pengaruh Kejelasan Peran Tenaga Penjualan dan Kepemimpinan Terhadap Orientasi Pembelajaran dan Kinerja Tenaga Penjualan*", UNDIP, Semarang.
- Ferdinand, Augusty (2002), "*Sales Management & Supervisory Process*", Universitas Diponegoro Pess, Semarang
- Ferdinand, Augusty dan Asatuan, Agustina. (2004), "*Studi Mengenai Pengelolaan Tenaga Penjualan*", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.III, No.1
- Mangkuprawira, (2002), "*Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Stratejik*", Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Martono (2004), "*Studi Mengenai Perilaku Manajer Penjualan dan Performa Penjualan*", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.III, No.6
- Hasibuan, M. S.P. (2005). "*Manajemen Sumber Daya Manusia*", Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- House, R.J. and Shamir, B. (2004), "*Toward the Integration of Trans-formational, Charismatic, and Visi-onary Theories*", In M.M. Chemers and R. Ayman (Eds.), *Leadership Theory and Research: Perspective and Directions*, New York: Academy Press.
- Johlke Mark. C, Dunhan Dale.S., Howell Roy.D., Wilkes Robert. W., (2004), "*An Integrated Model of Sales Managers Communication Practices*", Journal of The Academy of Marketing Science, Volume 28, No.2.
- Siagian, P Sondang 2008, "*Manajemen Sumber Daya Manusia*", Edisi revisi, Jakarta, Penerbit Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2008, "*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*", Penerbit Alfabeta, Jakarta
- *) Penulis adalah Dosen Tetap Yayasan STMIK Handayani Makassar**