



**UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN BUKU PELAJARAN SEKOLAH
DITINJAU DARI ASPEK KINERJA SALESMAN
PADA CV. PERTAMA NAULI SIBOLGA**

Andrian Irsyan¹, Mansur Tanjung², Rifka Hadia Lubis³, Nadya Bella Panjaitan⁴

Prodi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al Washliyah

Abstrak

Para karyawan bagian pemasaran yang selanjutnya disebut dengan salesman harus mempunyai kemampuan menjual dan mempengaruhi konsumen atau pelanggannya (kepala sekolah) untuk tertarik membeli buku-buku pelajaran sekolah yang ditawarkan kepada mereka. Salah satu perusahaan penyalur buku yang mampu dan mengembangkan diri untuk menjawab persaingan pada sektor bisnis ritel adalah CV. Pertama Nauli Sibolga. Perusahaan ini menyadari bahwa distribusi merupakan mata rantai yang lemah dalam dunia bisnis di Indonesia. Penerbit dan percetakan saja tidaklah cukup untuk dapat mendistribusikan produk secara merata keseluruh pelosok tanah air. CV. Pertama Nauli Sibolga saat ini telah tumbuh dan berkembang menyalurkan buku-buku pelajaran di Kota Sibolga Dan Kabupaten Tapanuli Tengah, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kepala sekolah negeri dan swasta di Kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah mulai dari tingkat SD sampai dengan tingkat SMA sederajat (SMA, STM dan SMK) yang berjumlah 571 sekolah yang terdiri dari 99 sekolah di Kota Sibolga dan 472 sekolah di Kabupaten Tapanuli Tengah. Hasil penelitian Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini menunjukkan probabilitas = 0,087 dengan demikian data pada penelitian ini berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk melakukan uji R dan Uji F karena $0,087 > 0,05$. Hasil analisis regresi dengan persamaan $Y = 22,454 + 0,587x$ dapat dijelaskan konstanta sebesar 22,454 bahwa, jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel kinerja salesman, maka nilai penjualan adalah 22,454.

Kata kunci : *meningkatkan penjualan buku, aspek kinerja salesman.*

Abstract

Employees in the marketing department, hereinafter referred to as salesmen, must have the ability to sell and influence consumers or customers (principals) to be interested in buying the school textbooks offered to them. One of the book distribution companies that is capable and developing itself to respond to competition in the retail business sector is CV. The first is Nauli Sibolga. The company realizes that distribution is a weak link in the business world in Indonesia. Publishers and printers alone are not enough to distribute products evenly throughout the country. CV. First, Nauli Sibolga has now grown and developed to distribute textbooks in Sibolga City and Central Tapanuli Regency. This research uses a descriptive quantitative approach. SD to equivalent high school level (SMA, STM and SMK) totaling 571 schools consisting of 99 schools in Sibolga City and 472

schools in Central Tapanuli Regency. The results of the Kolmogorov-Smirnov study in this study showed probability = 0.087, thus the data in this study were normally distributed and could be used to carry out the R test and F test because $0.087 > 0.05$. The results of the regression analysis with the equation $Y = 22.454 + 0.587x$ can be explained by a constant of 22.454 that, if there is no increase in the value of the salesman performance variable, then the sales value is 22.454.

Keywords: increasing book sales, salesman performance aspects.

PENDAHULUAN

Tujuan utama dari setiap perusahaan, apakah itu perusahaan yang digolongkan masih kecil, menengah dan bahkan sudah tumbuh berkembang besar tidak lain tidak bukan adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya dengan disertai oleh tingkat penjualan yang setinggi-tingginya sehingga tercapai kondisi yang ideal antara pencapaian target dengan realisasi penjualan. Dengan terciptanya kondisi yang ideal tersebut, tentu akan mendatangkan serangkaian keuntungan (profit margin) yang memberikan pengaruh ganda (multiplier effect) terhadap kelangsungan operasional perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar dan serta kemampuan perusahaan tersebut dalam memenuhi semua kewajiban-kewajibannya baik itu berupa utang jangka pendek, utang jangka panjang, membayar gaji karyawannya, kewajiban membayar pajak kepada pemerintah, pembelian alat-alat serta barang-barang yang akan dijual kembali ke konsumen sebagai pengguna akhir dari proses perjalanan operasional sebuah perusahaan. Oleh karenanya, setiap perusahaan yang telah disebutkan diatas tadi, tentunya mempunyai strategi tersendiri dalam upaya mengantisipasi kemunduran serta kerugian yang mungkin bakal timbul sebagai akibat adanya pengaruh arus globalisasi di bidang bisnis dan

perdagangan yang sangat mempengaruhi sikap serta pandangan pengambilan keputusan yang dilakukan seorang manajer atau pimpinan perusahaan, sehingga apa yang merupakan cita-cita bersama yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan serta keinginan manajemen memperkecil resiko kerugian bisa segera terealisasi secepatnya. Namun disinilah peran serta fungsi tenaga kerja yang berkecimpung di bidang pemasaran diuji kemampuan dan pemikiran marketing yang dimilikinya untuk bisa mampu bertahan terhadap kondisi ekonomi yang sedang mengalami kelesuan dan berada pada tahap cooling down sehingga mereka para karyawan pemasaran tadi tidak terpengaruh dengan kondisi daya beli masyarakat yang rendah tersebut namun sebaliknya mampu meningkatkan penjualan buku-buku pelajaran sekolah yang merupakan produk utama sumber penghasilan dan pendapatan perusahaannya tersebut tadi. Kinerja yang baik dan mumpuni, diharapkan mampu memberikan kontribusi yang memuaskan terhadap peningkatan penjualan buku-buku pelajaran sekolah tersebut. Para karyawan bagian pemasaran yang selanjutnya disebut dengan salesman harus mempunyai kemampuan menjual dan mempengaruhi konsumen atau pelanggannya (kepala sekolah) untuk tertarik membeli buku-buku pelajaran

sekolah yang ditawarkan kepada mereka. Salah satu perusahaan penyalur buku yang mampu dan mengembangkan diri untuk menjawab persaingan pada sektor bisnis ritel adalah CV. Pertama Nauli Sibolga. Perusahaan ini menyadari bahwa distribusi merupakan mata rantai yang lemah dalam dunia bisnis di Indonesia. Penerbit dan percetakan saja tidaklah cukup untuk dapat mendistribusikan produk secara merata keseluruh pelosok tanah air. CV. Pertama Nauli Sibolga saat ini telah tumbuh dan berkembang menyalurkan buku-buku pelajaran di Kota Sibolga Dan Kabupaten Tapanuli Tengah.

Produk yang ditawarkan pemasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen meliputi barang fisik, jasa, dan lain-lain. Salah satu produk berbentuk fisik adalah buku. Buku merupakan barang yang sangat dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat, khususnya pelajar sebagai sarana pembelajaran. Buku termasuk kedalam golongan shopping goods yang berjenis heterogeneous (heterogeneous shopping goods), yaitu barang yang aspek karakteristik atau cirinya dianggap lebih penting oleh konsumen daripada harganya. Namun disinilah peran serta fungsi tenaga kerja yang berkecimpung di bidang pemasaran diuji kemampuan dan pemikiran marketing yang dimilikinya untuk bisa mampu bertahan terhadap kondisi ekonomi yang sedang mengalami kelesuan dan berada pada tahap cooling down sehingga mereka para karyawan pemasaran tadi tidak terpengaruh dengan kondisi daya beli masyarakat yang rendah tersebut namun sebaliknya mampu meningkatkan penjualan buku-buku pelajaran sekolah yang merupakan produk utama sumber penghasilan dan pendapatan perusahaannya tersebut tadi. Kinerja

yang baik dan mumpuni, diharapkan mampu memberikan kontribusi yang memuaskan terhadap peningkatan penjualan buku-buku pelajaran sekolah tersebut

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kepala sekolah negeri dan swasta di Kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah mulai dari tingkat SD sampai dengan tingkat SMA sederajat (SMA, STM dan SMK) yang berjumlah 571 sekolah yang terdiri dari 99 sekolah di Kota Sibolga dan 472 sekolah di Kabupaten Tapanuli Tengah. Adapun instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah : Pengamatan (observasi), Wawancara (interview), Kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini adalah : Data Primer, Data Sekunder, Penelitian kepustakaan (Library Research), Penelitian lapangan (Field Research). Teknik Analisis Data dalam penelitian ini yaitu : Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Validitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka identitas responden dapat diuraikan seperti berikut :

1) Berdasarkan Usia. Karakteristik Responden dapat dilihat pada tabel-4 yaitu :

Tabel - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
30 - 40	4	4,70
41 - 50	32	37,65
> 51	49	57,65
Jumlah	85	100

Sumber : **Hasil Kuisisioner Penelitian (2022)**

Sesuai dengan tabel-4 dapat diketahui usia responden yang paling dominan pada > 51 tahun sebanyak 49 orang (57,65%), sedangkan responden berusia usia 41–50 tahun sebanyak 32 orang (37,65%) yang usianya lebih 30-40 tahun sebanyak 4 orang (4,70%).

2) Jenis Kelamin.

Untuk lebih jelasnya jenis kelamin dari para pelanggan yang menjadi responden penelitian disajikan dalam tabel-5 dibawah ini :

Tabel - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis	Jumlah	Persentase
Laki - Laki	38	44,71
Perempuan	47	55,29
Jumlah	85	100

Sumber : **Hasil Kuisisioner Penelitian (2022)**

Pada tabel-5 tersebut menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang (55,29%) sedangkan laki-laki sebanyak 33 orang (33%).

3) Pendidikan Terakhir.

Untuk lebih jelasnya tingkat pekerjaan responden disajikan dalam tabel-6 di bawah ini :

Tabel - 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	-	0
SMA	-	0
Diploma	-	0
S1/	72	84,71
S2	13	15,29
Jumlah	85	100

Sumber : **Diolah Hasil Kuisisioner Penelitian (2022)**

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar pendidikan terakhir adalah strata satu (S1) yakni 72 orang

(84,71%) sedangkan strata dua (S2) sebanyak 1 orang (15,29%).

b. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.

Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

Jawaban a diberi nilai	: 5
Jawaban b diberi nilai	: 4
Jawaban c diberi nilai	: 3
Jawaban d diberi nilai	: 2
Jawaban e diberi nilai	: 1

Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut, maka dibuat interval sebesar 5. Rumus yang digunakan menurut **Riduwan (2017 : 71)** sebagai berikut :

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyaknya Kelas Interval}}$$

Keterangan :

Rentang : Nilai Tertinggi – Nilai Terendah
 Banyak Kelas Interval : 5

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat menghitung panjang kelas interval sebagai berikut:

$$P = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah menghitung interval dari kriteria penilaian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

4,20 – 5,00	= Sangat Baik (SB)
3,40 – 4,19	= Baik (B)
2,60 – 3,39	= Kurang Baik (KB)
1,80 – 2,59	= Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,79	= Sangat Tidak Baik (STB)

Uji Asumsi Klasik

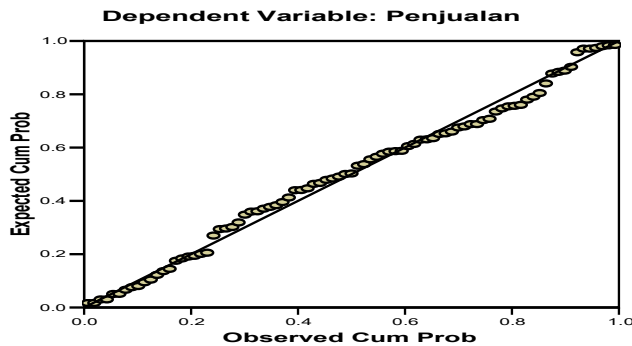
1) Uji Normalitas Data.

a) Pendekatan Grafik

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat normal tidaknya sebaran data yang di analisis. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Untuk melihat

normalitas data digunakan pendekatan grafik histogram dan *Normal Probability Plot*.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2.

Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

Pada output SPSS 26 for windows *Normal Probability Plot of Regression*, dapat dijelaskan bahwa data cenderung lurus mengikuti garis diagonal sehingga data dalam penelitian ini cenderung berdistribusi normal.

b) Analisis Statistik

Tabel - 11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

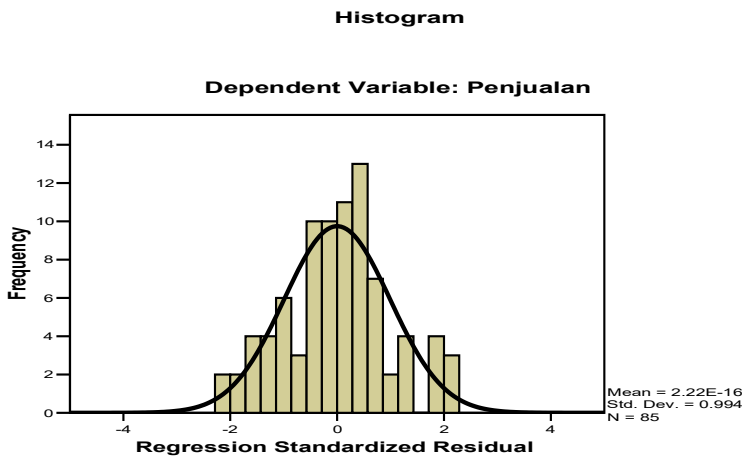
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters(a, b)	Mean	54.92
	Std. Deviation	12.878
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.082
	Negative	-.136
Kolmogorov-Smirnov Z		1.252
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

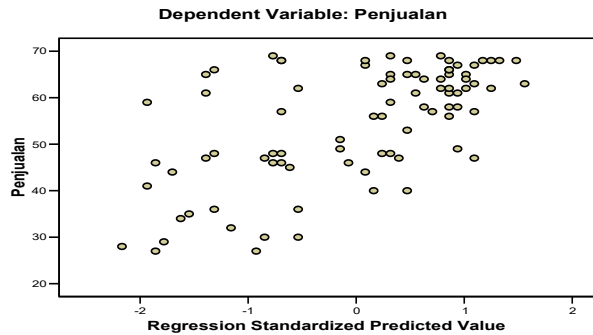
Hasil penelitian Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini menunjukkan probabilitas = 0,087 dengan demikian data pada penelitian ini berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk melakukan uji R dan Uji F karena $0,087 > 0,05$.



Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

Pada *Output SPSS* grafik histogram dapat dijelaskan bahwa data cenderung baik (tidak melenceng ke kanan dan ke kiri) sehingga data dalam penelitian ini cenderung berdistribusi normal.

2) Hasil Uji Heterokedastisitas
 Scatterplot



Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 15,00 for windows

Pada gambar-4 dari grafik *scatterplot* yang disajikan, terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, dengan demikian model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Hal ini berarti model regresi pada penelitian layak digunakan untuk mempredisi penjualan.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26 for windows dengan kriteria sebagai berikut : a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Berikut dijelaskan hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk variabel X (Kinerja Salesman) yang diteliti.

Tabel - 12
Hasil Uji Validitas Variabel X (Kinerja Salesman)

Butir	Corrected Item-Total Correlation	Validitas
Kinerja 1	0.551	Valid
Kinerja 2	0.483	Valid
Kinerja 3	0.525	Valid
Kinerja 4	0.525	Valid
Kinerja 5	0.707	Valid
Kinerja 6	0.615	Valid
Kinerja 7	0.710	Valid
Kinerja 8	0.666	Valid
Kinerja 9	0.445	Valid
Kinerja 10	0.485	Valid
Kinerja 11	0.599	Valid
Kinerja 12	0.638	Valid
Kinerja 13	0.629	Valid
Kinerja 14	0.530	Valid
Kinerja 15	0.619	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

Dari Tabel 12. menunjukkan bahwa nilai *Correlated Item-Total Correlation* pada setiap butir pertanyaan untuk variabel kinerja seluruhnya lebih besar dari 0,30. Sugiyono (2017 : 116) menyatakan bahwa : “Bila harga korelasi dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki tau dibuang.” Maka dapat disimpulkan variabel kinerja salesman adalah valid karena nilai terendah adalah 0,445 atau lebih besar dari 0,30.

Berikut dijelaskan hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk variabel Y (Penjualan) yang diteliti.

Tabel -13 Hasil Uji Validitas Variabel X (Penjualan)

Butir	Corrected Item-Total Correlation	Validitas
Penjualan 1	0.506	Valid
Penjualan 2	0.423	Valid
Penjualan 3	0.470	Valid
Penjualan 4	0.512	Valid
Penjualan 5	0.647	Valid
Penjualan 6	0.722	Valid
Penjualan 7	0.518	Valid
Penjualan 8	0.620	Valid
Penjualan 9	0.628	Valid
Penjualan	0.604	Valid
Penjualan	0.611	Valid
Penjualan	0.599	Valid
Penjualan	0.711	Valid
Penjualan	0.639	Valid
Penjualan	0.762	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

Dari Tabel -13 menunjukkan bahwa nilai *Correlated Item-Total Correlation* pada setiap butir pertanyaan untuk variabel penjualan seluruhnya lebih besar dari 0,30. Dilihat dari hasil uji validitas variabel penjualan *Correlated Item-Total Correlation* yang terendah adalah 0,423 jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan variabel penjualan adalah valid.

2) Uji Reliabilitas. "Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60." (Nugroho 2018 : 32)

Tabel-14
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Variabel

Variabel Penelitian	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kinerja	0.907	0.60	Sangat Reliabil
Penjualan	0.901	0.60	Sangat Reliabil

Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

Berdasarkan *output* yang diperoleh nilai koefisien reliabilitas pada seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60 (> 0,60) yang memberi bahwa instrumen penelitian baik. Maka variabel-variabel yang digunakan pada instrumen tersebut adalah sangat reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

e. Koefisien korelasi

Untuk menentukan besarnya koefisien korelasi atau hubungan antara dua variabel X dan Y, maka dilakukan dengan cara analisa koefisien korelasi product moment. Adapun hasil kuisioner dengan menggunakan bantuan *software SPSS 26 for windows*, sebagai berikut :

Tabel-15
Correlations

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for windows

Berdasarkan tabel-14 diperoleh $r_{xy} = 0,615$ dari tabel Guiford diketahui

		Kinerja	Penjualan
Pearson Correlation	1	.615(**)	
Sig. (2-tailed)	.	.000	
N	85	85	
Pearson Correlation	.615(**)		1
Sig. (2-tailed)	.000		.
N	85		85

hubungan yang berkisar antara 0,60 – 0,79 : Korelasi kuat, berarti hubungan kuat antara variabel X dan variabel Y. Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, hasil tersebut harus dikonsultasikan dengan nilai pada tabel *r-product moment* (terlampir) dengan ketentuan ;

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka hipotesa "a" diterima dan hipotesa nol ditolak.
 2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hipotesa nol diterima dan hipotesa "a" ditolak.
- Pada taraf nilai kepercayaan 5% pada $n = 85$ diperoleh nilai r_{tabel} adalah 0,213 berarti r_{hitung} atau 0,615 $>$ r_{tabel} atau 0,213. Ini berarti bahwa ada korelasi positif antara variabel kinerja terhadap penjualan, dengan demikian hipotesa penelitian yaitu ada pengaruh kinerja salesman dalam upaya meningkatkan penjualan buku pelajaran sekolah di perusahaan CV. Pertama Nauli Sibolga dapat diterima, karena dengan r_{hitung} (0,615) $>$ r_{tabel} (0,213) bernilai korelasi positif, maka semakin baik kinerja salesman maka semakin meningkat penjualan buku CV. Pertama Nauli Sibolga.

f. Koefisien Determinant.

Tabel – 16 Model Summary^(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^(a)	.378	.371	9.751

a Predictors: (Constant), Kinerja

b Dependent Variable: Penjualan

Sumber: **Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for Windows**

1. *R square* disebut juga koefisien determinasi, dapat dilihat bahwa *R square* (R^2) adalah 0,378 atau 37,8%.

2. *Adjusted R Square* 0,371 berarti 37,1% penjualan dapat dipengaruhi oleh kinerja salesman, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh factor-faktor lain dalam penelitian ini.

3. *Std.Error of the Estimate* merupakan kesalahan standar dari penaksiran yang bernilai 9.751.

g. Uji Koefisien korelasi

Uji Koefisien korelasi dilakukan untuk menguji apakah variabel X (kinerja salesman) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (penjualan). Model hipotesis yang digunakan dalam uji-F ini adalah sebagai berikut :

H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Derajat bebas (df) pembilang dan derajat bebas penyebut diperlukan dalam menentukan nilai F, dengan rumus sebagai berikut :

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 2 - 1 = 1$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 85 - 2 = 83$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel dalam penelitian

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

Nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan *software SPSS 26 for windows*, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Berikut ini hasil perhitungan uji F menggunakan program SPSS 26 for windows sebagai berikut :

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4804.434	1	4804.434	50.533	.000 ^(a)
	Residual	7891.213	83	95.075		
	Total	12695.647	84			

Tabel-17
ANOVA^(b)

a Predictors: (Constant), Kinerja

b Dependent Variable: Penjualan

Sumber: **Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for Windows**

Pada Tabel-17 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 50.533 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F_{tabel} adalah 3,96. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50.533 > 3,96$) pada tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05 maka H_a diterima, artinya ada pengaruh antara kinerja salesman dalam upaya meningkatkan penjualan buku pelajaran sekolah pada perusahaan CV. Pertama Nauli Sibolga. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja salesman berpengaruh positif dan signifikan terhadap meningkatkan penjualan buku pelajaran sekolah di perusahaan CV. Pertama Nauli Sibolga

h. Analisis Regresi Linier Sederhana.

Hasil dari regresi linear sederhana dapat dilihat secara ringkas yang diperoleh dari pengolahan data melalui proses program SPSS 26 for Windows sebagai berikut :

Tabel - 18
Variables Entered/Removed^(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kinerja ^(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Penjualan

Sumber : **Hasil pengolahan data melalui program SPSS 26 for Windows**

Pada Tabel-18 dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen dan variabel dependen dimasukkan dalam analisis ini, atau dengan kata lain tidak ada variabel independen yang tidak digunakan, atau yang disebut dengan metode *enter*.

Pembahasan

Implikasi Manajerial

Strategi pelayanan yang baik perlu dilakukan oleh perusahaan melalui sistem kunjungan salesman yang rutin, dimana hal ini akan sangat bermanfaat dalam upaya mengidentifikasi kebutuhan buku sekolah. Kondisi di atas dapat dicapai dengan mempertinggi frekuensi kunjungan ke sekolah – sekolah sehingga komunikasi dengan kepala sekolah dapat terjaga dengan baik. Dengan demikian segala kendala yang dihadapi konsumen yang berkaitan dengan produk buku dapat langsung terpantau dengan cermat.

Setelah diketahui mengenai segala sesuatu yang dibutuhkan oleh sekolah-sekolah dalam kaitannya dengan kuantitas dan kapan sekolah membutuhkan buku, maka efektivitas kunjungan telah tercapai yang ditandai dengan adanya transaksi seperti yang diinginkan sekolah serta adanya peningkatan penjualan dan lebih dari itu akan mendatangkan order ulang (*repeat order*) yang berkesinambungan.

Selain itu kebijakan-kebijakan pembayaran serta penanganan retur yang fleksibel juga banyak berpengaruh dalam meningkatkan penjualan dengan mempermudah mekanisme pembayaran serta pelaksanaan retur barang. Semakin fleksibel pembayaran dan proses pengembalian (*retur*) barang akan mendorong pelanggan untuk membeli produk yang bersangkutan. Bahkan jika memungkinkan dengan menggunakan

strategi melakukan penjualan secara kredit kepada pelanggan dengan syarat tertentu akan mampu menaikkan jumlah pembelian dari pelanggan baik dilihat dari segi ragam produk maupun dari segi kuantitas produk masing-masing ragam. Kemampuan tenaga pemasar (salesman) dapat ditingkatkan dengan memperbanyak sharing maupun diskusi dengan jajaran top manajemen serta praktisi bisnis yang telah banyak berpengalaman.

Dengan demikian tenaga pemasar (salesman) dapat memperoleh wacana baru dalam melaksanakan pekerjaannya. Semakin tinggi kinerja salesman, maka tenaga pemasaran tersebut semakin berpeluang memperoleh penjualan. Modal keterampilan merupakan hal yang mutlak untuk dimiliki oleh tenaga pemasaran karena dengan modal tersebut maka seorang tenaga pemasaran akan sukses dalam melakukan transaksi penjualan. Untuk itu tenaga pemasaran harus mendapatkan pelatihan yang cukup dan kontinyu agar mereka lebih terampil. Kompetensi professional yang diperoleh melalui pengalaman lapangan dan pembelajaran organisasi dipandang berpotensi untuk menghasilkan kemampuan bekerja cerdas. Namun demikian karena tenaga penjual bekerja dalam sebuah organisasi sistem maka dibutuhkan sikap, perilaku dan budaya kerja yang mendukung. Sikap kerja yang positif, kebiasaan kerja berdisiplin yang kemudian berkembang menjadi perilaku rutin organisasi atau budaya kerja organisasi akan membentuk kualitas kerja yang mendukung kinerja salesman.

Bonafiditas merupakan suatu penilaian yang didapatkan karena adanya usaha dari perusahaan untuk bersikap secara profesional kepada pihak-pihak yang berkepentingan

kepada perusahaan. Bonafiditas perusahaan dapat dicapai dengan mengutamakan sikap profesional dari para salesman yang ada. Dengan profesionalitas dari salesman yang ada maka secara otomatis akan membentuk citra perusahaan dengan baik. Selain itu dengan bonafiditas yang dimiliki maka sebuah perusahaan akan mudah dikenali oleh pihak lain. Hal ini tentunya akan sangat menguntungkan perusahaan dimana perusahaan yang memiliki bonafiditas akan menjadi lebih mudah dalam memasarkan produknya.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Kepala ketua STIE Al Washliyah Sibolga/Tapanuli Tengah yang telah memberikan dukungan materil dan moril atas pelaksanaan penelitian ini.
2. Lembaga Penelitian dan pengabdian masyarakat STIE Al Washliyah yang telah memediasi dan mendukung bentuk pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.
3. Ucapan terimakasih kepada CV. Pertama nauli sibolga yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dalam mendukung program tridharma perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Desi, 2008, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya : Amelia
- Astuty Wulandari, 2006, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjual Melalui Kerja Cerdas Dan Kemampuan Menjual Tenaga Penjual Sebagai Intervening Variabel (Studi Kasus*

- Pada Tenaga Penjual PT. Indo Sunmotor Gemilan Semarang*), Tesis, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana, Semarang : Universitas Diponegoro
- Bambang Budiono, 2001, *Strategi Pelayanan Outlet dalam Meningkatkan Kinerja pemasaran*, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana, Semarang : Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan)
- Basu Swastha, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Ferdinan. Augusty T, 2000, *Trategic Selling-In Management*", *Research Paper Series 3*, Program MM, Semarang : UNDIP
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2005, *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat
- Riyanto, Bambang, 2009, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4, Yogyakarta : BPFE
- Kartadinata, 2006, *Dasar-dasar Manajemen penjualan*, Jakarta : Salemba Empat
- Tim Penyusun Bahasa, 2007, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* , Jakarta
- Maulana Rizky dan Amelia Putri, 2007, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Surabaya : Lima Bintang
- Nugroho. Yohannes Anton, 2011, *It's Easy... Olah Data dengan SPSS*, Yogyakarta ; Skripta Media Creative
- Indriantoro Nur, 2003, *Kamus Akuntansi*, Jakarta : Majalah Keuangan
- Prasetyo, B., 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Riduwan, 2003, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung : Alfabeta
- Sistaningrum. Widyaningtyas, 2002, *Manajemen Penjualan Produk*, Yogyakarta : Kanisius