

**HUBUNGAN ANTARA SALES SELF EFFICACY DENGAN
KINERJA DALAM MENCAPAI TARGET PADA
AVENGERS DI PLASA TELKOM
BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Psikologi Sebagai Salah Satu
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi*



**Oleh:
Windar Ningsih
NIM. 15011155**

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2020**

PERSETUJUAN SKRIPSI

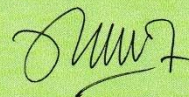
**HUBUNGAN ANTARA *SALES SELF EFFICACY* DENGAN KINERJA
DALAM MENCAPAI TARGET PADA *AVENGERS*
DI PLASA TELKOM BUKITTINGGI**

Nama : Windar Ningsih
Nim : 15011155
Jurusan : Psikologi
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Bukittinggi, Februari 2020

Diketahui Oleh :

Pembimbing,



Yanladila Yeltas Putra S.Psi., M.A

NIP. 198306212010121005

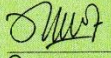
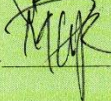
PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Padang

Judul : *Hubungan Sales Self Efficacy dengan Kinerja dalam Mencapai Target pada Avengers di Plasa Telkom Bukittinggi*
Nama : Windar Ningsih
NIM : 15011155
Jurusan : Psikologi
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Bukittinggi, Februari 2020

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Yanladila Yeltas Putra, S.Psi., M.A	1. 
2. Anggota : Zulian Fikry, S.Psi., M.A	2. 
3. Anggota : Mario Pratama, S.Psi., M.A	3. 

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Windar Ningsih dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut.

Bukittinggi, Februari 2020

Saya yang menyatakan,



Windar Ningsih

ABSTRAK

Judul : Hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi

Nama : Windar Ningsih

Pembimbing : Yanladila Yeltas Putra

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan desain penelitian adalah kuantitatif korelasi. Populasi pada penelitian adalah seluruh *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Sampel penelitian berjumlah 28 orang, dengan teknik total *sampling*. Penelitian ini menggunakan skala *sales self efficacy* dan data pencapaian target *avengers* bulan juli, agustus dan september 2019. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi (r) sebesar 0.487 dan $p=0,009$ ($p<0,01$) yang menunjukkan hubungan positif antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi.

Kata kunci: *Sales self efficacy*, kinerja, target.

ABSTRACT

Title : *The Relationship of sales self efficacy with the performance of achieving targets on the avengers*

Name : *Windar Ningsih*

Advisor : *Yanladila Yeltas Putra*

The purpose of this study was to determine the relationship between sales self efficacy and performance in achieving the target of the avengers in Plasa Telkom Bukittinggi. This research uses quantitative methods and research design is quantitative correlation.. The population in this study is all of the avengers in Plasa Telkom Bukittinggi. The research sample consisted of 28 people, with a total sampling technique. This study uses sales self efficacy scale and avengers target achievement data for July, August and September 2019. The data analysis technique used is product moment correlation. The results of this study show a correlation coefficient (r) of 0.487 and $p=0.009$ ($p<0.01$) which shows a positive relationship between sales self efficacy and performance in achieving the target of Avengers Plasa Telkom Bukittinggi.

Keyword: *Sales self efficacy, performance, target*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan pertolongannya peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Hubungan antara *Sales Self Efficacy* dengan Kinerja dalam Mencapai Target pada *Avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus di tempuh untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) pada Jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang.

Peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, pengarahan dan semangat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Ganefri, PH. D, selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Prof. Dr. Rusdinal, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dr. Farah Aulia, S.Psi., M.Psi., Psikolog dan Bapak Rinaldi, S.Psi., M.Si selaku ketua dan sekretaris Jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Yanladila Yeltas Putra, S.Psi., M.A selaku pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, petunjuk, saran dan pengarahan dalam penyusunan skripsi dan juga selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti selama menuntut ilmu di Jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang.

5. Bapak Zulian Fikry, S.Psi., M.A dan Bapak Mario Pratama, S.Psi., M.A selaku tim penguji skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk penyempurnaan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf administrasi Program Studi Psikologi yang telah memberikan bantuan baik dalam pengajaran, perkuliahan dan ilmu pengetahuan bagi penulis selama dalam perkuliahan.
7. Teristiwanya kepada diri sendiri yang telah luar biasa berjuang dalam banyak rintangan hingga skripsi ini selesai dikerjakan.
8. Teruntuk yang terkasih kedua orangtua yang telah mendoakan, menyemangati, mengasahi dan mendukung hingga akhirnya peneliti sampai pada titik ini.
9. Teruntuk Yakult Indonesia dan Plasa Telkom Bukittinggi, tempat peneliti melakukan penelitian. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih karena telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian.
10. Teruntuk *Avengers* yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian, peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya karena telah bersedia berbagi waktu, cerita dan pengalamannya kepada peneliti. Semoga sukses dalam menjalankan pekerjaannya.
11. Teruntuk rekan-rekan seperjuangan psikologi angkatan 2015, terima kasih karena sudah ada dan menjadi bagian cerita yang tidak akan pernah terlupakan.

12. Teuntuk semua pihak yang telah membantu selama masa-masa penyelesaian skripsi ini. Terima kasih banyak telah menjadi bagian dan saksi perjuangan.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi bagi pembaca.

Bukittinggi, Februari 2020

Peneliti

Windar Ningsih

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kinerja.....	12
1. Pengertian kinerja.....	12
2. Dimensi-dimensi kinerja	14
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja	16

B. <i>Sales Self Efficacy</i>	20
1. Pengertian <i>sales self efficacy</i>	20
2. Dimensi-dimensi <i>sales self efficacy</i>	21
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>sales self efficacy</i>	22
C. Gambaran <i>Avengers</i> Plasa Telkom Bukittinggi	23
D. Dinamika Hubungan antara <i>Sales Self Efficacy</i> dengan Kinerja <i>Avengers</i> Plasa Telkom Bukittinggi	24
E. Kerangka Konseptual	25
F. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Variabel Penelitian	28
C. Definisi Operasional.....	28
D. Populasi dan Sampel	28
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	29
F. Validitas dan Reliabilitas	31
G. Teknik Analisis data.....	33
H. Prosedur penelitian.....	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian	35
B. Analisis Data	40
C. Pembahasan.....	42

BAB V. PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skor setiap jawaban <i>sales self efficacy</i>	30
Tabel 2. Blueprint skala <i>sales self efficacy</i>	31
Tabel 3. Blueprint skala <i>sales self efficacy</i> setelah uji coba	33
Tabel 4. Rerata hipotetik dan empirik skala <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	36
Tabel 5. Kategori skor kelas interval	36
Tabel 6. Kategori skala <i>sales self efficacy</i>	37
Tabel 7. Rerata hipotetik dan rerata empirik dimensi <i>sales self efficacy</i>	38
Tabel 8. Kategori skor skala <i>sales self efficacy</i> berdasarkan dimensi.....	38
Tabel 9. Kategoriskor kinerja	39
Tabel 10. Uji normalitas variabel <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	40
Tabel 11. Uji linieritas variabel <i>sales self efficacy</i> dan kinerja.....	41
Tabel 12. Uji hipotesis variabel <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka konseptual	25
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner uji coba	57
Lampiran 2. Data uji coba skala <i>sales self efficacy</i>	60
Lampiran 3. Reliabilitas dan validitas uji coba skala <i>sales self efficacy</i>	62
Lampiran 4. Identitas subjek uji coba	63
Lampiran 5. Kuesioner penelitian	65
Lampiran 6. Data penelitian <i>sales self efficacy</i>	68
Lampiran 7. Data penelitian kinerja.....	70
Lampiran 8. Data deskriptif <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	71
Lampiran 9. Uji deskriptif berdasarkan aspek <i>sales self efficacy</i>	72
Lampiran 10. Uji normalitas variabel <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	73
Lampiran 11. Uji linieritas variabel <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	74
Lampiran 12. Uji hipotesis variabel <i>sales self efficacy</i> dan kinerja	75
Lampiran 13. Identitas subjek penelitian	76
Lampiran 14. Stuktur organisasi <i>avengers</i> Plasa Telkom bukittinggi	78
Lampiran 15. Karir plan <i>avengers</i>	79
Lampiran 16. Z Score hasil kerja <i>avengers</i>	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia merupakan aset yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Perusahaan yang memiliki sarana dan prasarana yang baik tanpa adanya sumber daya manusia yang berkualitas tidak bisa mencapai tujuan dari perusahaan. Sumber daya manusia harus diperhatikan dan dikelola dengan maksimal agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan tujuannya (Findarti, 2016). Keberhasilan suatu perusahaan untuk bertahan menghadapi situasi yang ada sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang ada didalam perusahaan tersebut. Bagaimana cara suatu perusahaan memperoleh, mengelola dan memperlakukan sumber daya yang ada adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan agar dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Setiap perusahaan diharuskan untuk mengoptimalkan dan mengelola sumber daya manusia sebaik mungkin (Mukrodi & Reza, 2018).

Pentingnya sumber daya manusia didalam suatu perusahaan mengharuskan setiap perusahaan memiliki karyawan yang berkualitas agar dapat mencapai tujuan perusahaan (Kalangi, 2015). Persaingan sumber daya manusia pada saat ini sangat ketat, sehingga sumber daya manusia dituntut untuk lebih mengembangkan potensi yang dimilikinya. Perusahaan diharuskan untuk mengetahui cara mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan dapat mempertahankan keberlangsungan

suatu perusahaan (Noviawati, 2016). Pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan berdampak pada tujuan dari suatu perusahaan, yang harus dilakukan oleh manajemen sumber daya manusia adalah dengan memperhatikan keterampilan dan kemampuan dari karyawan. Perusahaan dapat menentukan strategi untuk mengembangkan sumber daya manusia dengan memperhatikan keterampilan dan kemampuan karyawan (Limawandoyo & Simanjutak, 2013).

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan diharuskan memiliki sumber daya manusia sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pesaing yang dihadapi oleh suatu perusahaan tidak hanya dari dalam negeri tapi juga dari luar negeri yang ikut meramaikan dan berkompetensi untuk menarik minat dari konsumen agar menggunakan atau tertarik dengan suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Larasati & Gilang, 2016). Persaingan bisnis juga berpengaruh pada perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia atau yang biasa disebut Telkom Indonesia. Telkom Indonesia adalah perusahaan telekomunikasi dan informasi terbesar di Indonesia. Dalam usahanya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, Telkom mengandalkan karyawannya sebagai pusat pengendalian, sehingga dibutuhkan karyawan yang memiliki kinerja yang baik dan dapat memberikan kontribusi bagi Telkom Indonesia (Amandawati, 2016).

Salah satu cabang dari Telkom Indonesia yang berada di wilayah Sumatera Barat adalah Plasa Telkom Bukittinggi. Plasa Telkom Bukittinggi memberikan layanan berupa pasang baru (PSB) jaringan Telepon *Wireline*, pasang baru (PSB) Indihome dan mutasi, serta penanganan keluhan pelanggan dan pembayaran telepon maupun Indihome. Produk unggulan dari PT. Telkom adalah indihome.

Noor (Detikinet, 28 April 2018) mengatakan pada bisnis fixedline, Telkom terus mengembangkan layanan fixed broadband Indihome. Akhir 2017 pelanggan Indihome mencapai hampir 3 juta pelanggan dan tumbuh sebesar 82,6% dari tahun sebelumnya, dari sisi pendapatan Indihome mencatatkan pendapatan sebesar Rp8,2 triliun, tumbuh 48,1% dibanding tahun 2016. Pertumbuhan bisnis Indihome tersebut diharapkan menjadi pendorong pertumbuhan Telkom di masa yang akan datang. Menurut Carlos, Zamralita & Nisfiannoor (2006) keberhasilan tersebut tidak lepas dari kerja keras dan usaha para karyawan khususnya bagian *marketing*, *marketing* adalah suatu proses merencanakan harga, konsepsi, promosi, distribusi dan menciptakan peluang yang sesuai dengan tujuan perusahaan, melalui *marketing* produk dari sebuah perusahaan dapat diperkenalkan dan dibeli oleh konsumen dan agar produk dapat di perkenalkan kepada konsumen harus ada tenaga penjualnya sehingga produk dapat di kenalkan kepada konsumen.

Tenaga penjual yang baik dan tepat menjadi unsur penting bagi keberhasilan bisnis suatu perusahaan, sehingga tenaga penjual dituntut agar mampu untuk melakukan pekerjaan dengan maksimal sesuai dengan target yang diberikan oleh pihak perusahaan. Keberhasilan dan kesuksesan kinerja tenaga penjual ditentukan oleh seberapa besar pencapaian target yang dapat diraih oleh tenaga penjual tersebut dalam kurun waktu yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Jika tenaga penjual tidak dapat mencapai target yang telah ditentukan, akan berpengaruh pada kemajuan perusahaan (Bakti & Harun, 2011).

Arif (Marketeers, 9 Februari 2015) mengatakan bahwa tenaga penjual di Telkom terdiri dari *avengers* dan regular. *Avengers* adalah tenaga penjual yang sudah tersertifikasi atau pada perusahaan lain disebut sales. Di Plasa Telkom Bukittinggi terdapat empat tim *avengers* yaitu *avengers* SPM, atlantik, tusamatel dan infomedia. Setiap bulan *avengers* di targetkan untuk memperoleh 10 konsumen, jika target telah terpenuhi maka *avengers* akan mendapatkan bonus dan jika target tidak tercapai maka *avengers* akan mendapatkan teguran dari perusahaan. Adanya target konsumen yang telah ditentukan mengharuskan setiap *avengers* memiliki kemampuan agar dapat bersaing dengan rekannya dan dapat mencapai target yang ada.

Herdy Harman (Sindonews, 28 januari 2016) menjelaskan setiap tahun jumlah pelamar di Telkom mencapai 6.000 orang. Telkom menemukan sejumlah faktor yang menggugah pencari kerja mengirim surat lamaran ke perusahaan. Berdasarkan survei internal, mereka memilih Telkom dengan alasan untuk menjamin masa depannya, serta ada beberapa faktor yang mempengaruhi pencari kerja mengirim surat lamaran ke Telkom seperti keuntungan yang diterima dari pemberian tunjangan, citra perusahaan, minat pribadi, *career oportunity* serta *working environment*. Telkom akan menumbuhkan komitmen dalam mempersiapkan sumber daya manusia untuk keberlangsungan perusahaan menghadapi dinamika bisnis dalam persaingan yang semakin ketat. Selama ini Telkom fokus pada membangun pegawai dan budaya kerja untuk peningkatan kinerja pegawai sehingga berdampak positif pada kinerja perusahaan.

Santoso (2012) mengatakan masalah kinerja adalah sesuatu yang sangat penting. Oleh karena itu, diperlukan usaha-usaha untuk mengatasinya. Menurut Wirawan (2015) kinerja adalah hasil yang didapatkan oleh fungsi-fungsi atau dimensi pekerjaan atau profesi yang dilakukan oleh karyawan dalam waktu tertentu. Santoso (2012) menjelaskan upaya karyawan dalam meningkatkan kinerja dapat dilakukan dengan cara penilaian diri sendiri. Penilaian diri merupakan suatu penilaian karyawan terhadap dirinya dengan harapan karyawan dapat mengidentifikasi aspek-aspek perilaku kerja yang dapat diperbaiki untuk masa yang akan datang. Aspek-aspek penilaian kerja menurut Soeprihanto (2001) adalah adanya pengetahuan dan keterampilan, inisiatif, kerjasama, kehadiran, disiplin dan kejujuran. Adanya aspek pengetahuan dan keterampilan membuat karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dengan efektif dan efisien sehingga sesuai target yang diinginkan.

Kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepuasan karyawan, motivasi, kepemimpinan, lingkungan kerja dan kemampuan karyawan (Kuswandi, 2004). Kusjainah & Listyorini (2015) mengatakan kepuasan karyawan yang tinggi akan meningkatkan kinerja karyawan tersebut sedangkan kepuasan karyawan yang rendah akan menimbulkan dampak negatif seperti malas bekerja dan pindah kerja. Motivasi karyawan ketika bekerja dapat menentukan kinerja karyawan itu, motivasi merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk melakukan sesuatu. Adanya motivasi dari karyawan akan membuat karyawan berlaku positif dalam menjalankan pekerjaannya.

Nabila, Suryoko & Listyorini (2013) menjelaskan kepemimpinan juga dapat mempengaruhi kinerja karyawan karena dengan kepemimpinan karyawan akan melakukan dan menunjukkan kinerjanya, kepemimpinan juga dapat mempengaruhi karyawan untuk melakukan apa yang diperintah. Lingkungan kerja juga mempengaruhi kinerja, dengan lingkungan kerja yang baik akan membuat karyawan betah bekerja sehingga akan timbul semangat dalam menjalankan pekerjaannya sehingga kinerjanya menjadi baik. Kemudian ada kemampuan, menurut Sugiharta (2017) karyawan yang memiliki kemampuan yang baik akan menjadi lebih mudah dalam menjalankan setiap pekerjaan yang diberikan. Kemampuan kerja yang dimiliki karyawan akan berpengaruh kepada tujuan dan sasaran dari suatu perusahaan. Terkadang seseorang mampu melakukan suatu pekerjaan yang orang lain tidak dapat melakukannya karena perbedaan kemampuan yang dimiliki, kemampuan merupakan kecakapan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan baik dalam kegiatan fisik maupun mental.

Mangkunegara (2009) mengatakan ketidakmampuan karyawan melakukan pekerjaan akan berdampak pada kinerjanya, akibat kinerja yang menurun akan merugikan suatu perusahaan. Karyawan yang kurang memiliki kemampuan akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya, sehingga karyawan akan kesulitan dalam meningkatkan jabatan kerjanya dan disisi lain dengan pekerjaan yang tidak terselesaikan akan merugikan perusahaan tempat karyawan bekerja karena pelayanan yang kurang baik dan

tujuan dari perusahaan tidak tercapai. Sebaliknya, jika karyawan memiliki kinerja yang tinggi maka tujuan dari perusahaan itu akan tercapai.

Krishnan, Netemeyer & Boles (2002) mengatakan kinerja tenaga penjual telah ditentukan dan diukur menggunakan jumlah penjualan atau target yang telah dicapai, kualitas hubungan pelanggan yang dipertahankan dan ukuran laporan diri tentang efektivitas penjualan. Sama halnya dengan hasil pengumpulan data awal yang peneliti lakukan di Plasa Telkom Bukittinggi melalui wawancara pada tanggal 5 Agustus 2018, saat melakukan pekerjaan kendala yang dihadapi *avengers* adalah merasa jika kemampuan yang dimiliki tidak mendukung pekerjaan yang dibebankan kepada mereka dan tidak yakin dengan kemampuan yang ada, sehingga berpengaruh pada kinerjanya yaitu target yang tidak tercapai. Kendala yang dihadapi *avengers* seperti tidak mampu menguasai produk yang hendak ditawarkan sehingga jika ada pertanyaan dilapangan oleh calon pembeli, *avengers* kurang mampu menjelaskan dengan baik dan memiliki kesulitan dalam meyakinkan calon pembeli. Kinerja *avengers* dilihat berdasarkan jumlah konsumen yang diperoleh setiap bulannya, target yang harus dicapai oleh *avengers* adalah 10 konsumen dan masih banyak *avengers* yang tidak dapat mencapai target yang telah ditentukan. Banyaknya *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi mengharuskan setiap *avengers* memiliki kemampuan yang mendukung agar dapat bersaing dengan rekannya. Bagi *avengers*, dalam memasarkan produk diperlukan keyakinan dan kepercayaan terhadap kemampuan pada dirinya khususnya kemampuan penjualan, sehingga dengan adanya

keyakinan yang penuh maka *avengers* akan lebih efektif dalam mencapai target yang ditetapkan.

Febriantini (2011) mengatakan suatu perusahaan selalu mengharapkan kinerja yang optimal dari karyawannya, untuk mencapai kinerja yang optimal salah satunya dapat dicapai dengan adanya *self efficacy* yang baik pada karyawan. *Self efficacy* sangat diperlukan oleh karyawan dan dengan adanya *self efficacy*, karyawan akan mampu menyelesaikan tanggung jawab yang ditugaskan kepada dirinya. Judge, Jackson, Shaw, Scott & Rich (2007) mengatakan bahwa *self efficacy* itu berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan adanya kepercayaan terhadap diri, karyawan akan bekerja lebih giat menjalankan tugasnya dan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaannya. Seorang karyawan yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan tanggung jawab dalam pekerjaannya dibandingkan dengan karyawan yang memiliki *self efficacy* yang rendah.

Wang & Netemeyer (2002) juga mengatakan bahwa tenaga penjual yang sukses, dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kompetensi kerja yang dirasakan atau *self efficacy* dan belajar secara terus-menerus. Gupta, Ganster & Kepes (2013) menjelaskan bahwa *sales self efficacy* dapat dijadikan prediksi untuk mengetahui kinerja karyawan. *Sales Self Efficacy* dapat dipandang sebagai keyakinan seseorang bahwa ia memiliki kemampuan untuk menjual produk atau layanan dan bahwa ia menikmati tugas-tugas yang terlibat dalam penjualan produk atau layanan. Pengalaman tenaga penjual selama melakukan penjualan juga dapat dijadikan prediksi dari kinerjanya. Pengalaman menjual memberikan pengetahuan

yang bisa diandalkan oleh tenaga penjual sehingga mereka dapat menangani berbagai masalah penjualan secara efektif sehingga meningkatkan level *sales self efficacy* mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa permasalahan tentang kinerja menurun dapat merugikan karyawan dan perusahaan. *Sales self efficacy* dapat dijadikan prediksi untuk mengetahui kinerja sehingga penulis akan menggunakan variabel yang sama dengan penelitian terdahulu, namun melibatkan subjek, tema serta tempat penelitian yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul "Hubungan antara *Sales Self Efficacy* dengan Kinerja dalam Mencapai Target pada *Avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi".

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya kemampuan yang dimiliki *avengers* dalam mengerjakan tanggung jawab yang diberikan sehingga berdampak pada hasil kerjanya
2. Ketidaksesuaian antara kemampuan yang dimiliki *avengers* dengan pekerjaan yang sedang dijalaninya
3. Pentingnya *sales self efficacy* pada diri *avengers* untuk meningkatkan hasil kerjanya sehingga akan memiliki dampak yang positif terhadap dirinya maupun perusahaan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapatkan dari hasil latar belakang, maka peneliti membatasi penelitian ini yang berkaitan dengan hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran *sales efficacy* pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi?
2. Bagaimana gambaran kinerja dalam mencapai target pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi?
3. Bagaimana hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk melihat gambaran *sales self efficacy* pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi
2. Untuk melihat gambaran kinerja dalam mencapai target pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi
3. Untuk melihat hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* Plasa Telkom Bukittinggi

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah pengaplikasian ilmu psikologi, khususnya psikologi industri dan organisasi, sehingga hasil penelitian nantinya dapat dijadikan sebagai penunjang untuk bahan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi Plasa Telkom Bukittinggi, serta menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi dalam pelaksanaan pengembangan kinerja pada *avengersnya*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kinerja

1. Pengertian kinerja

Menurut Wirawan (2015) kinerja adalah hasil yang didapatkan oleh fungsi-fungsi atau dimensi pekerjaan atau profesi yang dilakukan oleh karyawan dalam waktu tertentu. Kemudian Abdullah (2014) mengatakan kinerja berkenaan dengan melakukan suatu pekerjaan dan hasil yang didapatkan dari pekerjaan tersebut, dapat juga berkenaan dengan apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Kinerja dari suatu perusahaan tidak bisa didapatkan secara tiba-tiba, tetapi didapatkan melalui adanya proses kerja yang disebut manajemen. Jadi intinya, kinerja itu adalah hasil yang didapat dari pelaksanaan proses manajemen (manajemen kinerja). Kinerja memiliki tujuan umum dan tujuan khusus, tujuan umum kinerja adalah untuk menciptakan budaya karyawan dan unit-unit kerja dalam menjalani tanggung jawab bagi usaha peningkatan proses kerja dan kemampuan yang berkesinambungan, sedangkan tujuan khusus dari kinerja adalah mendapatkan peningkatan kerja yang berkesinambungan, meningkatkan motivasi dan komitmen dari karyawan, memfokuskan perhatian pada kompetensi yang diperlukan sehingga dapat meningkatkan kinerja serta menghargai dan mempertahankan karyawan yang memiliki prestasi dan berkualitas.

Rahardi (2010) mengatakan kinerja adalah suatu penampilan untuk melakukan, menggambarkan dan menghasilkan sesuatu, baik secara fisik maupun non fisik dengan adanya suatu petunjuk, fungsi dan tugasnya yang dilandasi oleh

pengetahuan, sikap serta keterampilan. Setiap perusahaan memiliki tujuan yang akan dicapai dengan menetapkan target atau sasaran. Keberhasilan individu dalam melaksanakan target atau sasaran tersebut merupakan kinerja. Kemudian Indrasari (2017) menjelaskan kinerja merupakan seperangkat hasil yang didapat serta mengacu pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan yang diberikan. Kinerja diartikan sebagai hasil dari usaha seseorang yang didapatkan melalui kemampuan dan perbuatannya dalam situasi tertentu. Salah satu penentu kemajuan kinerja bisnis dan organisasi adalah kemampuan dalam mengelola kinerja karyawannya. Sedangkan Lebas & Euske (2004) mengatakan kinerja dapat diukur dengan angka atau menggunakan ekspresi yang memungkinkan terjadinya sebuah komunikasi, kinerja bertujuan untuk mencapai sesuatu, kinerja adalah hasil dari suatu tindakan dan kinerja adalah kemampuan untuk mencapai sesuatu atau potensi dalam menciptakan hasil (contohnya kepuasan pelanggan bisa dijadikan potensi bagi perusahaan untuk menciptakan penjualan di masa yang akan datang).

Kinerja penjualan selalu dapat dipandang sebagai hasil dari dijalankannya sebuah peran strategik tertentu, bagi seorang tenaga penjualan kinerja itu dihasilkan sebagai akibat dari keagresifan *salesforce* mendekati dan melayani dengan baik customernya (Spiro & Weitz, 1990). Kinerja ini dapat mengambil berbagai macam bentuk indikator antara lain volume penjualan, tingkat pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pelanggan (Ferdinand, 2002). Kinerja tenaga penjualan adalah suatu evaluasi dari kontribusi tenaga penjualan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi, Kinerja hasil tenaga penjualan sering dianggap sebagai kinerja tenaga penjualan. Kinerja tenaga penjual yang tinggi dipengaruhi

oleh sikap dan karakteristik-karakteristik lainnya yang dimiliki tenaga penjual. Keahlian tenaga penjual sangat diperlukan dalam menjalankan tugasnya agar lebih efektif. Selain itu, pengetahuan tenaga penjual mengenai produk dengan berbagai kualitas dan fasilitas yang dimiliki sebuah produk juga menjadi salah satu faktor yang diperlukan (Baldauf, 2001).

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah sebuah hasil yang didapat untuk mencapai tujuan dari pekerjaan yang kita lakukan melalui kemampuan yang dimiliki dan kinerja tenaga penjual dilihat berdasarkan dari hasil penjualan.

2. Dimensi-dimensi kinerja

Wirawan (2015) mengelompokkan dimensi kinerja karyawan menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil kerja

Hasil kerja merupakan kualitas dan kuantitas karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Hasil kerja dalam bentuk barang dan jasa bisa diukur kuantitas dan kualitasnya. Contohnya, berapa banyak kemeja dan celana yang dapat dihasilkan oleh seorang penjahit setiap harinya dan bagaimana kualitasnya, apakah telah memenuhi standar yang ada. Kinerja dokter dapat dilihat dari berapa banyak pasien yang diperiksa dan berapa pasien yang dapat disembuhkan oleh dokter tersebut.

2. Perilaku kerja

Saat berada ditempat kerja atau sedang melakukan pekerjaan, karyawan akan melakukan dua jenis perilaku yaitu perilaku kerja dan perilaku

pribadi. Saat dokter sedang memeriksa pasien di kliniknya di rumah sakit, Ia akan berperilaku kerja sesuai dengan kode etik kedokteran. Seperti, cara berbicara dengan pasien, cara memeriksa pasien, cara memberi resep pasien. Tetapi, saat Ia akan memesan makanan di kantin, Ia akan berperilaku pribadi.

3. Sifat pribadi yang ada hubungannya dengan pekerjaan

Sifat pribadi yang ada hubungannya dengan pekerjaan adalah sifat pribadi yang diperlukan oleh karyawan ketika melaksanakan pekerjaannya. Contohnya, seorang pilot pesawat tempur harus memiliki sifat pribadi yang tak takut di ketinggian, berani menghadapi musuhnya, berani menghadapi risiko dan tewas dalam pertempuran.

Baldauf (2001) juga menjelaskan bahwa dimensi kinerja ditunjukkan sebagai kinerja hasil. Kinerja tenaga penjual dikendalikan oleh tenaga penjual itu sendiri yaitu berdasarkan hasil dari yang diperoleh tenaga penjual. Anglin (1990) mengatakan dimensi tenaga penjual diukur berdasarkan kinerja secara objektif yaitu menitikberatkan pada hasil kerja seperti volume penjualan yang dicapai dan peningkatan jumlah penjualan produk.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi kinerja terdiri dari hasil kerja yang dapat diukur melalui pencapaian penjualan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja

Wirawan (2015) mengemukakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor internal pegawai

Faktor internal pegawai adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri pegawai yang merupakan faktor bawaan dari lahir maupun faktor yang didapatkan ketika ia berkembang. Faktor bawaan contohnya bakat, sifat pribadi serta keadaan fisik dan kejiwaan. Sedangkan faktor yang diperoleh adalah pengetahuan, keterampilan, etos kerja dan motivasi kerja. Setelah dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal organisasi, faktor internal pegawai dapat menentukan kinerja pegawai.

2. Faktor-faktor lingkungan internal organisasi

Dalam melaksanakan pekerjaan, pegawai memerlukan dukungan organisasi tempat ia bekerja. Faktor internal organisasi contohnya strategi organisasi, dukungan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan, sistem manajemen dan kompensasi. Oleh karena itu, manajemen organisasi harus menciptakan lingkungan organisasi internal yang baik sehingga dapat mendukung produktivitas karyawan.

3. Faktor lingkungan eksternal organisasi

Faktor lingkungan eksternal organisasi adalah keadaan, kejadian dan situasi yang terjadi di lingkungan eksternal organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Contohnya, krisis ekonomi dan keuangan yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997 meningkatkan inflasi,

sehingga mengakibatkan menurunnya nilai rupiah dan gaji karyawan.

Budaya masyarakat juga merupakan faktor eksternal organisasi.

Kuswandi (2004) mengemukakan beberapa hal yang mempengaruhi kinerja, yaitu sebagai berikut:

1. Kepuasan karyawan

Salah satu faktor yang sangat penting untuk memperoleh hasil kerja yang optimal adalah adanya kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan adalah cerminan dari perasaannya terhadap pekerjaannya. Saat karyawan merasakan kepuasan dalam bekerja, Ia akan memaksimalkan kemampuan yang di milikinya untuk menyelesaikan tugas dari pekerjaannya sehingga menghasilkan kinerja yang baik.

2. Kemampuan karyawan

Kemampuan yang di miliki oleh karyawan sangat mempengaruhi kinerjanya. Karyawan yang memiliki kemampuan teknis maupun operasional yang tinggi dalam mengerjakan tugas dari pekerjaannya, akan meningkatkan semangat kerjanya. Karyawan akan merasa termotivasi dan memiliki kinerja yang baik, ketika mempunyai pengetahuan yang memadai dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab pekerjaannya.

3. Kepemimpinan

Kepemimpinan memegang peran penting di suatu perusahaan maupun organisasi dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Baik buruknya kepemimpinan akan berdampak pada kinerja karyawan. Kepemimpinan yang baik merupakan sumber semangat, sumber motivasi dan sumber

disiplin bagi karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Perusahaan yang ingin sukses dan dapat bersaing dengan baik harus memiliki pemimpin yang berkualitas sehingga karyawan memiliki semangat yang tinggi dalam bekerja untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

4. Motivasi

Perusahaan harus mengelola karyawannya dengan baik agar tujuan dari perusahaan tercapai. Perusahaan harus memelihara dan mempertahankan kinerja karyawan, usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara memberikan motivasi kepada karyawan agar dapat bekerja dengan optimal.

5. Lingkungan kerja

Lingkungan kerja baik fisik maupun non fisik yang kondusif dan nyaman akan meningkatkan kinerja karyawan. Sebaliknya, lingkungan kerja yang tidak memadai akan menurunkan kinerja karyawan dan akhirnya dapat menurunkan motivasi kerja karyawan.

Abdullah (2014) juga mengemukakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor internal organisasi

Faktor internal organisasi terbagi menjadi dua yaitu yang berasal dari dalam diri karyawan dan diluar diri karyawan. Faktor yang berasal dari dalam diri karyawan seperti pengetahuan dan keterampilan karyawan, kemampuan yang dimiliki masing-masing karyawan, kepribadian, sikap,

dan perilaku. Sedangkan, yang berasal diluar diri karyawan tetapi ada dalam lingkup internal organisasi yaitu kepemimpinan dan gaya kepemimpinan. Semua ini mempengaruhi kinerja masing-masing karyawan.

2. Faktor eksternal organisasi

Faktor eksternal organisasi terkadang jarang diperhatikan, padahal pengaruhnya sangat besar bagi kinerja karyawan. Faktor-faktor tersebut adalah fluktuasi nilai rupiah terhadap dollar AS, fluktuasi harga minyak internasional, kenaikan harga BBM didalam negeri, kenaikan suku bunga BI dan suku bunga bank-bank nasional serta kondisi dan situasi kepemimpinan yang kurang mendukung. Hal-hal seperti itu akan mengganggu konsentrasi karyawan sehingga berdampak pada penurunan kinerja karyawan.

Sedangkan menurut Sobirin (2014) faktor individu merupakan faktor yang sangat dominan dalam mempengaruhi kinerja karyawan. Faktor-faktor individu karyawan seperti kompetensi, kemampuan menjalankan tugas yang diberikan, pengetahuan, sikap kerja, motivasi serta efikasi diri karyawan. Kemudian menurut Indrasari (2017) faktor situasi kerja juga berpengaruh terhadap kinerja karyawan, situasi yang mendukung kinerja karyawan seperti kondisi kerja yang mendukung, sarana yang menunjang, ruangan yang terang dan luas, adanya pengakuan atas prestasi yang ada, pemimpin yang mengerti apa kebutuhan karyawan, serta sistem kerja yang baik. Hal tersebut akan mendukung pencapaian kinerja yang tinggi bagi

karyawan, serta peran pemimpin yang teliti dan mendukung kebutuhan karyawan akan menunjang peningkatan kinerja karyawan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka disimpulkan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah faktor individu dan faktor situasi kerja. Bagaimana cara karyawan dalam mengembangkan dan menggunakan apa yang dimilikinya serta kondisi di lingkungan kerja yang dapat meningkatkan kinerja karyawan.

B. Sales Self Efficacy

1. Pengertian sales self efficacy

Menurut Bandura (1995) *self efficacy* mengacu pada keyakinan dalam kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mengelola situasi yang akan datang. Keyakinan mempengaruhi seseorang dalam berpikir, merasa, memotivasi diri serta dalam bertindak. Pencapaian kinerja seseorang akan bergantung pada pendapat mereka tentang kemampuannya, kesulitan yang dirasakan terhadap tugas yang ada, jumlah bantuan eksternal yang mereka dapatkan, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, serta situasi dimana mereka melakukannya. Sedangkan Gupta, Ganster & Kepes (2013) mengatakan *self efficacy* merupakan keyakinan seseorang tentang kemampuannya dalam menjalankan tugas tertentu.

Gupta, Ganster & Kepes (2013) juga menjelaskan bahwa *Sales Self Efficacy* (SSE) dapat dipandang sebagai keyakinan seseorang bahwa ia memiliki kemampuan untuk menjual produk atau layanan dan bahwa ia menikmati tugas-

tugas yang terlibat dalam penjualan produk atau layanan. *Sales self efficacy* dapat dijadikan prediksi untuk mengetahui kinerja karyawan.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *sales self efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menjalankan kegiatan penjualan.

2. Dimensi *sales self efficacy*

Gupta, Ganster & Kepes (2013) mengelompokkan dimensi *sales self efficacy* menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. *Skill/Ability*

Seseorang tidak dapat mengembangkan keterampilan tanpa kemampuan, tetapi kita dapat melatih *skill/ability* secara bersama sehingga *skill/ability* dapat berkembang bersama dan mengembangkan keterampilan yang baru akan meningkatkan keterampilan yang ada. Jika kita tertarik untuk mempromosikan sesuatu, maka kita perlu mempunyai *skill/ability*. *Skill* merupakan tingkatan keahlian individu dalam mengerjakan tugas yang diberikan dengan baik, sedangkan *ability* merupakan keahlian umum yang dimiliki oleh individu.

2. *Interest/Enjoyment*

Seseorang yang memiliki kemampuan tanpa didukung dengan adanya minat, maka kecil kemungkinan bagi mereka untuk melakukan sesuatu. *Enjoyment* merupakan tingkatan dalam melakukan kegiatan yang dianggap memberikan kesenangan atau kebahagiaan didalam diri individu atau kesenangan dalam melakukan suatu kegiatan. Sedangkan *interest* adalah

suatu perasaan yang menilai suatu kegiatan atau pekerjaan atau sesuatu yang berarti bagi individu, *interest* merupakan motivasi yang kuat untuk melakukan suatu pekerjaan. Dari sudut pandang *human capital* dimensi *interest/enjoyment* dapat dipertimbangkan sebagai *human capability*.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi *self efficacy* terdiri dari *skill/ability* (keterampilan/kemampuan), *interest/enjoyment* (minat/kesenangan).

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi *sales self efficacy*

Gupta, Ganster & Kepes (2013) mengatakan faktor yang mempengaruhi *sales self efficacy* adalah pengalaman. Pengalaman dapat berupa hasil mengerjakan tugas penjualan di masa lalu maupun melihat pengalaman orang lain dalam melakukan tugas penjualan. Semakin sering melakukan aktivitas penjualan, maka individu akan bertambah pengalamannya yaitu bisa berupa kegagalan atau keberhasilan dalam melakukan penjualan. Setiap individu akan belajar dari pengalaman, karena pengalaman merupakan pelajaran berharga yang bisa merubah sikap seseorang dalam menghadapi berbagai macam situasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kohli (1998) menyatakan bahwa aktivitas penjualan akan lebih efektif bila dilakukan oleh tenaga penjualan yang lebih memiliki kemampuan dan pengalaman. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh tenaga penjualan adalah belajar dari pengalaman, hal ini penting sekali untuk mengetahui belajar dari setiap pengalaman bagi tenaga penjual. Langkah yang dapat dilakukan yaitu menyediakan waktu, sumber, dan kesempatan bagi para tenaga penjualan untuk berbagi pengalaman dan diskusi bersama dalam mencari

jalan keluar atas persoalan-persoalan yang menyangkut aktivitas penjualan, misalnya membentuk wadah diskusi atau focus group discussion, dimana merupakan wadah para tenaga penjualan saling bertukar pengalaman dan transfer pengetahuan. Keahlian umumnya dikembangkan melalui kombinasi dari pengalaman) dan training.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengalaman sangat berpengaruh terhadap *sales self efficacy*, seseorang yang memiliki pengalaman yang baik akan memberikan dampak positif bagi dirinya.

C. Gambaran Avengers Plasa Telkom Bukittinggi

PT Telekomunikasi Indonesia atau biasa disebut Telkom adalah perusahaan milik negara yang menyediakan layanan telekomunikasi, data, internet dan merupakan jaringan terbesar yang ada di Indonesia (Horison & Tussyadiah, 2016). Salah satu cabang dari Telkom Indonesia yang berada di wilayah Sumatera Barat adalah Plasa Telkom Bukittinggi. Plasa Telkom Bukittinggi memberikan layanan berupa pasang baru (PSB) jaringan Telepon *Wireline*, pasang baru (PSB) Indihome dan mutasi, serta penanganan keluhan pelanggan dan pembayaran telepon maupun Indihome dan produk unggulan dari PT. Telkom adalah indihome.

Arif (Marketeers, 9 Februari 2015) mengatakan bahwa tenaga penjual di Telkom terdiri dari avengers dan regular. *Avengers* adalah tenaga penjual yang sudah tersertifikasi dan nama avengers memang terinspirasi dari film superhero asal Amerika. *Avengers* harus dapat menguasai dan menyampaikan pesan kepada konsumen seperti tahu keunggulan dari Indihome. Jika keunggulan yang ada tidak

di komunikasikan maka keunggulan itu tidak berguna. Telkom berharap *avengers* menjadi tenaga penjual yang tangguh sehingga target dari penjualan dapat tercapai.

Tugas *avengers* adalah melakukan penjualan paket indohome secara langsung kepada pelanggan dan bertanggung jawab kepada target penjualan. *Avengers* merupakan pekerjaan *freelance* dan tidak mendapatkan gaji tetap sehingga pengukuran kinerjanya hanya dilihat berdasarkan pencapaian target. *Avengers* diberikan target minimal oleh perusahaan, sehingga *avengers* harus mencapai target tersebut agar memiliki kinerja yang baik dan mendapatkan gaji yang sesuai keinginannya, jika kinerja *avengers* tidak baik akan diturunkan menjadi *salesforce*. *Avengers* yang memiliki kinerja baik akan mendapatkan *reward* dari perusahaan.

D. Dinamika Hubungan Antara Sales Self Efficacy Dengan Kinerja Avengers

Kinerja berkenaan dengan melakukan suatu pekerjaan dan hasil yang didapatkan dari pekerjaan tersebut, dapat juga berkenaan dengan apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya (Abdullah, 2014). Kemampuan yang dimiliki oleh individu akan berguna di dunia kerja, dengan adanya kemampuan yang baik akan membantu karyawan dalam mengerjakan tugasnya dengan efektif dan efisien sesuai target yang ditentukan. Karyawan yang memiliki kemampuan yang baik dapat mempengaruhi kinerjanya (Santoso, 2012). Kepercayaan terhadap kemampuan diri, keyakinan terhadap keberhasilan akan

membuat seseorang menjadi lebih giat bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik (Prasetya, Handayani & Purbandari, 2013).

Krishnan, Netermeyer & Boles (2002) mengatakan kinerja tenaga penjual telah ditentukan dan diukur menggunakan jumlah penjualan atau target yang telah dicapai, kualitas hubungan pelanggan yang dipertahankan dan ukuran laporan diri tentang efektivitas penjualan. Gupta, Ganster & Kepes (2013) menjelaskan *sales self efficacy* dapat dijadikan prediksi untuk mengetahui kinerja karyawan. *Sales self efficacy* adalah faktor yang memungkinkan seorang tenaga penjual untuk mengatasi kegagalan penjualan dan terus bertahan dalam tugas penjualan. Berdasarkan pemaparan di atas dapat dipahami bahwa tenaga penjual yang memiliki *sales self efficacy* maka kinerjanya akan lebih baik.

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan dinamika hubungan antara *sales self efficacy* dengan *avengers* diatas, maka dapat digambarkan dalam kerangka berikut:



Gambar 1. Kerangka konseptual hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja *avengers*

Kerangka konseptual diatas menunjukkan bahwa *sales self efficacy* memiliki tingkatan, yaitu *sales self efficacy* rendah, *sales self efficacy* sedang dan

sales self efficacy tinggi. Sehingga tingkat *sales self efficacy* yang ada akan berpengaruh terhadap kinerja *avengers*.

F. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat hubungan positif yang signifikan antara *sales self efficacy* dengan kinerja *avengers*

H_a : Adanya hubungan positif yang signifikan antara *sales self efficacy* dengan kinerja *avengers*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian hipotesis tentang hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum *sales self efficacy* pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti subjek penelitian memiliki keyakinan akan kemampuan dalam menjual produk dan menikmati tugas-tugas yang berkaitan dengan penjualan. Subjek penelitian juga merasa mampu dalam menghadapi tuntutan tugas penjualan dan memungkinkan subjek menghadapi tuntutan stres dengan kepercayaan.
2. Secara umum kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi berada pada kategori sedang.
3. Secara keseluruhan hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Artinya semakin tinggi *sales self efficacy* maka semakin tinggi kinerja dalam mencapai target, begitupun sebaliknya. Semakin rendah *sales self efficacy* semakin rendah pula tingkat kinerja dalam mencapai target pada *avengers*.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan topik yang sama ada baiknya mempertimbangkan faktor lain untuk dijadikan variabel yang dapat dihubungkan dengan kinerja dalam mencapai target. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah subjek penelitian dan memiliki metode pengumpulan data yang berbeda guna memperkaya hasil penelitian terkait dengan *sales self efficacy* dan kinerja dalam mencapai target.
2. Bagi *avengers* disarankan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan *sales self efficacy*, karena adanya *sales self efficacy* akan membantu *avengers* lebih percaya diri dalam melaksanakan tugas penjualan dan mempermudah komunikasi dengan konsumen. Komunikasi dengan konsumen sangat penting, karena akan berdampak pada tercapainya target yang ditetapkan. Tingginya *sales self efficacy* akan berdampak pada tingginya pencapaian kinerja.
3. Bagi perusahaan disarankan untuk membantu karyawan mempertahankan dan meningkatkan *sales self efficacy*, salah satunya dengan cara memberikan program pelatihan yang dapat meningkatkan keahlian atau keterampilan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Sehingga apabila karyawan dihadapkan langsung pada situasi yang sulit dalam pekerjaannya, karyawan akan memiliki kemampuan untuk menguasai situasi dengan baik

dan memberikan seminar yang dapat memberikan keyakinan *avengers* pada kemampuannya, karena tingginya kinerja tenaga penjual akan berdampak pada tingginya kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). *Manajemen bisnis syariah*. (B. R. Hakim, ed) Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ahmad, S. Z., Sah, B. M., & Kitchen, P. J. (2010). The relationship between sales skills and salesperson performance, and the impact of organizational commitment as a moderator: An empirical study in a Malaysian telecommunications company. *International Journal of Economics and Management*, 4(2), 181–211.
- Anglin A. (1990). The congruence of manager perception of salesperson performance and knowledge-Based measures of adaptive selling. *Journal of personal selling & sales management*, 81-90.
- Amandawati, R. (2016). Pengaruh motivasi kerja dan efikasi diri (self efficacy) terhadap kinerja karyawan dengan budaya kolektivisme sebagai moderator. *Skripsi. Semarang: Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Arif, S. (2015, Februari 9). Ubah fokus produk telkom siapkan tenaga penjual yang mumpuni. *Marketeers*. Retrieved from <http://marketeers.com/ubah-fokus-produk-telkom-siapkan-tenaga-penjual-yang-mumpuni/>
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aswar, Tawany, B. (2015). Hubungan pelatihan dan kemampuan komunikasi karyawan serta kepuasan pelanggan pada perusahaan circle k cabang makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 4(1), 10–18.
- Azwar, S. (1999). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh orientasi pasar dan nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran maskapai penerbangan lion air. (effect of market orientation and customer value on marketing performance of lion airlines corporation). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–14.
- Baldauf, A. (2001). Examining business strategy, sales management, and salesperson antecedents of sales organization effectiveness. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 109-122.
- Bandura, A. (1995). Exercise of personal and collective efficacy in changing