

**TINJAUAN PENGELOLAAN TENAGA PENJUALAN PADA
AUTO2000 KHATIB SULAIMAN PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh :

**DEAQILAH
2021/21134020**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITA NEGERI PADANG
2024**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN PENGELOLAAN TENGA PENJUALAN PADA AUTO2000 KHATIB SULAIMAN PADANG

Nama : Deaqilah
NIM : 21134020/2021
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Diketahui Oleh:

Koordinator Program Studi
Diploma Tiga (D3) Manajemen Perdagangan

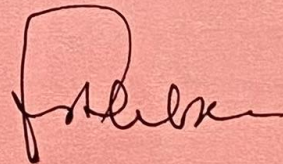


Yuki Fitria, S.E. M.M
NIP. 19820722 20101 22002

Padang, Oktober 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Tugas Akhir



Gesit Thabrani, SE, MT
NIP. 19760606200212 1 005

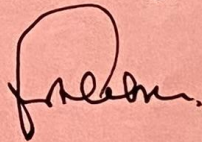
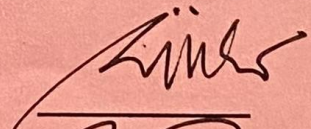
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN PENGELOLAAN TENAGA PENJUALAN PADA AUTO2000 KHATIB SULAIMAN PADANG

Nama : Deaqilah
NIM/TM : 21134020/2021
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma Tiga (D3) Manajemen Perdagangan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang*

Padang, Oktober 2024

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Gesit Thabrani, SE, MT	(Ketua)	 _____
Rini Sarianti, SE. M.Si	(Anggota)	 _____
Okki Trinanda, SE, MM	(Anggota)	 _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deaqilah
NIM/TM : 21134020/2021
Tempat/ Tanggal Lahir : Bengkulu, 10 Maret 2003
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Argamakmur, Bengkulu Utara
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Pengelolaan Tenaga Penjualan Pada Auto2000 Khatib Sulaiman Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Oktober 2024 Yang
menyatakan,



Deaqilah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Tinjauan Pengelolaan Tenaga Penjualan Pada Auto2000 Khatib Sulaيمان Padang”** dengan lancar dan tepat waktu. Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan bantuan baik moral maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.
2. Teristimewa kepada Orang Tua penulis, Ayahanda Zainudin dan Ibunda Wati Elfita yang selalu memberikan do'a dan dukungan baik secara moral maupun materi selama menempuh Pendidikan serta proses penyusunan Tugas Akhir.
3. Bapak Krismadinata, Ph.D selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Yuki Fitria, SE, MM selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, didikan dan masukan kepada Penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Ibu Rini Sarianti ,SE, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan kepada Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Okki Trinanda, SE,MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan kepada Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Ibu Astri Yuza Sari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini menjadi pembimbing selama penulis menjalani masa kuliah.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis, Grashelia Friska Kinanti, Andini Tiara Putri Arisandi, Angelina Aurora, Afifah Astrinina dan Fikria Dian Nisa atas semua support, motivasi, dan meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini, sekaligus tempat canda tawa dan keceriaan, yang telah memberikan pengalaman berkesan selama masa sekolah sampai saat ini.
11. Kepada teman seperjuangan penulis, Firmiana, Elsa, Devila, Aulia, Ella, Anisa, dan Anggita yang telah mendukung, membantu dan memberikan semangat selama masa perkuliahan penulis dan dalam penyusunan tugas akhir.
12. Kepada pihak Auto2000 Khatib Sulaiman Padang telah memberikan waktu dan kesediaanya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.

Akhir kata dengan segala keterbatasan penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua terutama di Program Studi D3 Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, Oktober 2024

Deaqilah

ABSTRAK

**Deaqilah , 2024 : Tinjauan Pengelolaan Tenaga Penjualan
Pada Auto2000 Khatib Sulaiman Padang
Pembimbing : Gesit Thabrani, SE, MT**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan meninjau pengelolaan tenaga penjualan di Auto2000 Khatib Sulaiman, Padang. Metode yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dan data dikumpulkan melalui observasi serta wawancara dengan *supervisor* dan anggota tim *sales* di Auto2000 Khatib Sulaiman, Padang. Penelitian ini dilaksanakan di Jl. Khatib Sulaiman No.2000, Kec. Padang Utara, Kota Padang.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan tenaga penjualan yang dilakukan oleh Auto2000 telah menerapkan fungsi manajemen sesuai dengan teori Terry (Napitupulu, 2023) yang meliputi *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Di Auto2000 Khatib Sulaiman memiliki 2 *supervisor* yang bertanggung jawab untuk mengatur para anggota *sales*. *Planning*, dengan menerapkan target *supervisor* dapat dengan mudah menilai kinerja anggota. Pada *organizing*, adanya pembagian tugas di setiap level *sales* berdampak terhadap kinerja yang memberikan kesempatan kepada *supervisor* untuk menilai kemampuan *sales* secara objektif berdasarkan pencapaian target yang ditetapkan. *Actuating*, pendekatan jenjang *sales* melalui empat tipe kepemimpinan (*direction*, *coaching*, *supporting*, dan delegasi) memungkinkan *supervisor* untuk menyesuaikan gaya kepemimpinan sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pengalaman *sales*. Dalam *controlling*, sistem SAM yang berfungsi sebagai *Sales Monitoring System* efektif memantau aktivitas. Arahan melalui briefing pagi dan evaluasi sore memfasilitasi komunikasi, meski kejujuran *sales* menjadi tantangan. Program *training* bertahap meningkatkan keterampilan para *sales*. Di penelitian ini menemukan bahwa Auto2000 Khatib Sulaiman memiliki jumlah tenaga penjualan yang terbatas yang merupakan penyebab utama belum tercapainya target penjualan.

Kata Kunci : Manajemen Penjualan, Tenaga Penjualan, dan Strategi Penjualan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Penjualan	8
B. Strategi Penjualan	17
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Tempat dan Objek Penelitian	24
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	24
D. Sampel	24
E. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	24
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Objek Penelitian	27
B. Hasil Penelitian	38
C. Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56

A.	Kesimpulan	56
B.	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jabatan Karyawan <i>sales</i> & target penjualan mobil Perbulan (Januari – Maret 2024)	3
Tabel 2. Data penjualan Auto2000 Khatib Sulaiman Bulan Januari-Maret 2024 ...	5
Tabel 3. Profil Perusahaan PT. Astra Internasional Tbk-TSO	28
Tabel 4. Jenjang para <i>Sales</i> & Target penjualan	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. PT. Auto2000 Khatib Sulaiman Padang	28
Gambar 2. Struktur Organisasi Auto2000 Khatib Sulaiman	29
Gambar 3. Struktur Bagian Penjualan (<i>Sales</i>).....	31
Gambar 4. Briefing pagi dan Evaluasi sore	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi Penelitian	60
Lampiran 2. Transkrip Informan 1.....	59
Lampiran 3. Transkrip Informan 2.....	65
Lampiran 4. Transkrip Informan 3.....	71
Lampiran 5. Transkrip Informan 4.....	73

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di masa sekarang ini, perkembangan industri otomotif di Indonesia merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat. Dilihat dari penjualan mobil di Indonesia terus meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil. Toyota Auto2000 Khatib Sulaiman Padang ini merupakan salah satu pemain utama dalam industri otomotif di Sumatra Barat sebagai distributor resmi Toyota di Indonesia. Perusahaan ini memiliki jaringan distribusi yang kuat dan luas serta merupakan salah satu merek mobil yang paling diminati di Indonesia terkhususnya di Sumatra barat, dengan fokus pada penjualan, servis, suku cadang (bengkel) dan tukar tambah (*trade-in*).

Penjualan menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan mengingat penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Untuk membekali pengetahuan mengenai strategi penjualan, sebuah perusahaan akan bisa bertahan apabila penjualan selalu meningkat. Strategi yang efisien merupakan salah satu aspek yang penting untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Menurut (Octa, 2019) , manajemen penjualan adalah proses untuk mengembangkan tenaga penjualan dimulai dari perencanaan, implementasi, pengendalian dan analisa atas berbagai aktivitas penjualan, yang mencakup perancangan strategi penjualan, penyusunan struktur tenaga penjualan,

melakukan seleksi, perekrutan, dan pelatihan serta penyusunan sistem kompensasi yang menantang dan memotivasi tenaga penjualan.

Inti dari penjualan adalah proses pertukaran barang atau jasa dengan imbalan uang atau nilai lain yang dianggap setara. Dalam konteks bisnis, penjualan merupakan salah satu aktivitas utama yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan. Strategi menentukan keunggulan bersaing jangka panjang. Untuk hal yang baik maupun buruk, keputusan strategi memiliki konsekuensi multifungsi yang besar dan berdampak panjang pada perusahaan.

Dalam menjalankan tugasnya, setiap tenaga penjualan tentunya berharap pekerjaannya berjalan lancar dan mendapat apresiasi baik dari pelanggan maupun atasan. Mereka selalu dihadapkan dengan tantangan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, agar dapat memberikan layanan terbaik. Oleh karena itu, para *sales* bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan bersaing secara sehat dengan kompetitor.

Secara umum, perusahaan termasuk Toyota Auto2000 Khatib Sulaiman menerapkan strategi pengelolaan tenaga penjualan agar dapat memasarkan produk dengan kompetitif. Persaingan tidak hanya terjadi antar perusahaan, tetapi juga di antara tim *sales*, terutama dalam upaya mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Perusahaan memiliki target penjualannya tersendiri untuk per-bulannya, karyawan *sales* juga memiliki target masing-masing tergantung dengan tingginya jenjang atau jabatan para *sales*.

**Tabel 1. Jabatan Karyawan *sales* & target penjualan mobil Perbulan
(Januari – Maret 2024)**

No.	Jabatan karyawan <i>sales</i>	Jumlah Karyawan Tim 1	Jumlah Karyawan Tim 2	Target penjualan mobil perbulan
1.	S1	6	2	3
2.	S2	3	5	4
3.	S3	-	1	7
4.	<i>Counter</i>	1	1	10
Jumlah Karyawan		10	9	

Sumber : PT Auto2000 Khatib Sulaiman Padang

Tabel 1. di atas menunjukkan bahwa pada periode Januari hingga Maret, Toyota Auto2000 Khatib Sulaiman memiliki dua tim *sales*, di mana tim 1 terdiri dari 10 anggota, sementara tim 2 memiliki 9 anggota. Sebelum seorang *sales* mencapai jabatan S1, mereka harus melewati masa percobaan (*probation*). Selama masa percobaan ini, target yang harus dicapai adalah menjual 3 unit dalam 3 bulan. Jika berhasil mencapai target, *sales* akan menjadi pegawai tetap dengan jabatan S1. Di jabatan S1 tersebut para *sales* memiliki target penjualan 3 unit per bulan. Ketika para *sales* berhasil menjual 18 unit dalam satu semester (6 bulan), mereka akan dipromosikan ke jabatan S2. Pada jabatan S2, tim 1 memiliki lebih banyak anggota, yakni 6 *sales*, sedangkan tim 2 hanya memiliki 2 *sales*.

S2 adalah posisi untuk *sales* yang sudah berpengalaman atau memiliki penjualan mobil yang cukup banyak, serta dianggap sebagai *sales* senior. *Sales* pada jabatan S2 memiliki target minimum 4 unit per bulan, atau 18 unit dalam satu semester (6 bulan). Pada jabatan S2 ini, tim 2 memiliki 5 anggota, sedangkan tim 1 hanya memiliki 3 anggota, dengan perbedaan 2 orang. Dan

selanjutnya yaitu Jabatan tertinggi di bawah *supervisor* (SPV) adalah S3, yang dipegang oleh *sales* senior yang biasanya menangani penjualan mobil dalam jumlah besar, seperti mobil berplat merah. *Sales* S3 memiliki target minimum 7 unit per bulan, atau 24 unit dalam satu semester. Di jabatan ini, tim 2 memiliki 1 anggota dengan jabatan S3, sementara tim 1 tidak memiliki anggota di jabatan tersebut. Terakhir yaitu jabatan *sales counter* memiliki target yang lebih tinggi dibandingkan dengan *sales* lainnya, yaitu minimal 10 unit per bulan, yang berarti mereka harus menjual 60 unit dalam satu semester (6 bulan). Selain itu, *sales counter* juga menjadi representasi perusahaan, bertugas melayani pelanggan yang datang ke *showroom* atau yang menghubungi melalui telepon. Setiap tim memiliki satu *sales counter*. Di Toyota Auto2000 Khatib Sulaiman Padang juga memiliki karyawan *freelance* yang merupakan karyawan tidak tetap. Menurut (Fadila Yasa et al., 2019) Pekerja lepas atau biasa disebut dengan istilah inggris populernya *freelance* adalah pekerja yang mengabdikan kepada klien pada jangka waktu tertentu sesuai dengan ketentuan pada kontrak.

Persaingan tim *sales* juga sangat berpengaruh terhadap target mereka. Maka dari itu setiap *sales* pasti mempunyai strategi penjualan nya masing-masing yang menurut mereka cocok dan dapat memancing pelanggan agar membeli kepada mereka, dalam memenuhi keinginan pelanggan maka harus bisa meningkatkan strategi penjualan.

Data penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi penjualan, karena memberikan wawasan yang mendalam dan faktual untuk mendukung

pengambilan keputusan. Hal ini meningkatkan akurasi dalam menargetkan pasar dan merancang pendekatan yang tepat untuk pelanggan.

Berikut merupakan data penjualan di Toyota Auto2000 Khatib Sulaiman Padang pada bulan Januari – Maret 2024 :

Tabel 2. Data penjualan Auto2000 Khatib Sulaiman Bulan Januari-Maret 2024

No	Bulan	Target Per-Team	Tim 1		Tim 2	
			Penjualan	% Pencapaian	Penjualan	% Pencapaian
1.	Januari	46	13 unit	28%	56 unit	122%
2.	Februari	53	36 unit	68%	37 unit	70%
3.	Maret	60	15 unit	25%	25 unit	42%

Sumber : PT. Auto2000 Khatib Sulaiman Padang

Berdasarkan Tabel 2. di atas dapat dilihat bahwa dari target yang ada dikedua tim belum mencapai target walaupun pada Januari tim 2 pencapaiannya lebih besar dari target. Disamping itu juga terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam pencapaian penjualan antara kedua tim. Penyebab utama perbedaan pencapaian penjualan di antara tim adalah karena tim 1 memiliki lebih banyak *sales* dengan jabatan S1, yang dimana dengan jabatan *sales* tersebut memiliki target penjualan lebih rendah. Di sisi lain, tim 2 memiliki lebih banyak *sales* dengan jabatan yang lebih tinggi dengan target penjualan yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan penjualan antara kedua tim.

Penjualan mengalami ketidakstabilan atau fluktuasi selama 3 bulan yang dapat dilihat dalam penjualan tertinggi dan terendah terjadi pada bulan Januari,

di mana tim 2 mencatat penjualan tertinggi sebanyak 56 unit, sementara tim 1 mengalami penjualan terendah dengan 13 unit. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan tenaga penjualan yang diterapkan memiliki dampak signifikan terhadap hasil penjualan setiap bulan, namun belum sepenuhnya efektif dalam mencapai target yang telah ditentukan.

Dalam penjualan, harus terlebih dahulu mendidik pasar atau segmen pasar secara menyeluruh sebelum menerapkan berbagai taktik atau strategi. Sebagian besar kegagalan perusahaan disebabkan oleh ketidakmampuan mengenali pasar sasaran dan potensinya (Azizah, 2021). Menurut Kotler dan Armstrong (2008), strategi penjualan merupakan pengetahuan penjualan dimana sebuah usaha berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Strategi yang efisien antar *sales* memiliki peranan penting agar mencapai tujuan penjualan. Untuk memberikan hasil baik diperlukannya perencanaan secara menyeluruh sehingga bisa di jadikan pedoman bagi setiap *sales* dalam menjalani kegiatan hariannya untuk mencapai target yang telah di tentukan oleh perusahaan.

Berdasarkan data tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Pengelolaan Tenaga Penjualan Pada Toyota Auto2000 Khatib Sulaiman Padang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas memberikan dasar bagi penelitian untuk merumuskan masalah penelitian yaitu “Apa saja pengelolaan tenaga penjualan yang digunakan oleh Auto2000 Khatib Sulaiman Padang?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat dan meninjau bagaimana cara pengelolaan tenaga penjualan di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini membantu penulis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengelolaan tenaga penjualan dalam merencanakan karier atau mengembangkan pengetahuan dibidang ini.

2. Bagi Pembaca

Pembaca akan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep pengelolaan tenaga penjualan, termasuk strategi dan praktik efektif yang dapat meningkatkan kinerja *sales*. Selain itu, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih rinci tentang pengelolaan tenaga penjualan dan mengidentifikasi metode terbaik yang telah terbukti berhasil di lapangan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan :

1. Penyebab penjualan belum mencapai target disebabkan oleh jumlah tenaga penjualan yang masih terbatas.
2. Adanya perbedaan pencapaian penjualan diantara tim penjualan dikarenakan tim satu memiliki lebih banyak *sales* dijabatan S1 dengan target yang lebih rendah. Di sisi lain, tim dua memiliki lebih banyak *sales* dengan jabatan S2 dengan target penjualan yang banyak. Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan pencapaian penjualan antara kedua tim.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis ingin memberikan saran untuk mempertimbangkan perekrutan atau penambahan tenaga penjualan, jumlah tenaga penjualan yang cukup akan membantu meningkatkan pencapaian target secara keseluruhan. Selain itu, pembagian anggota disetiap tim penjualan sebaiknya dilakukan secara merata berdasarkan tingkat jenjang para *sales*, agar tidak terjadi perbedaan yang terlalu mencolok dalam pencapaian penjualan di setiap tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyah, L. D. (2021). *Manajemen Penjualan*. Malang: Tim UB Press.
- Alfisyahr, L. D. (2021). *Manajemen Penjualan*. Malang: Tim UB Press.
- Azizah, N. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Thai Tea (Studi Kasus Pada Zamzamtime Purwokerto)*. Purwokerto.
- Boyd, W. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global, Edisi Kedua Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Darmanto, A. (2011). *Pengembangan Minat Beli Merk Ekstensi*. Semarang Bitar: Badan Penerbit Universitas Diponorogo .
- Farid. (2017). *Kewirawusahaan Syariah*. Depok: Fajar Interpratama Mandiri.
- Fred R. David, F. R. (2017). *Manajemen Strategik, Edisi 15- Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT GloraAksara Pratama.
- Kartajaya, H. (2010). *Modul Tutorial Selling Operation. Mark Plus*.
- Kotler, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- kotler, P. d. (2009). *"Manajemen Pemasaran. Jilid 2.Edisi 13 "*. Jakarta : Erlangga.
- Kunaini, K., Sudirwo, &, Tinggi, S., Ekonomi, I., & Banjarmasin,P. (n.d). *Analisi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Daihatsu Banjarmasi*
- Martin, S. W. (2012). *Heavy Hitter Selling "SALESMEN SUPER"*. Jakarta Barat : PT Indeks.
- Mar' atusholihah, H., Priyanto, W., Damayani, A.T., Studi, P., Guru, P., Dasar, S., & Pendidikan., I (n.d) *Pengembangana Media Pembelajaran Tematik Ular Tangga Berbagai Pekerjaan*.
- Napitupulu, Wijayanti, Wicaksana (2023). *Impelentasi Fungsi Manajemen George R Terry Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan*.
- Nurcholifah, I. (2014). *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. Journal Of Islamic Studies*, h.75.

- Octa, A. (2019). Selling Distribution 2. *Sekilas Tentang Manajemen Penjualan (sales management)*, 6.
- Ruwiana. (2016). *"Pengaruh Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Tingkat Penjualan Dan Laba pada PT. Wahana Megahputra Makasar"*. Makassar.
- Sopiah, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, S. (2019). Pengaruh Skill Salesman Terhadap Volume Penjualan PT Borwita Citra Prima Makassar. 5.
- Sumarni, S. (2019). Pengaruh Skill Salesman Terhadap Volume Penjualan PT Bowita Citra Prima Makassar.
- Surawati. (2017). Pengaruh Salesmen Terhadap Volume Penjualan PT. Borwita Prima Makassar.
- Yasa, A., Rusdianto, D.S., & Brata, K. C. (2019). Pembangunan Sistem Freelance Marketplace Untuk Bidang Pengembangan Perangkat Lunak Berbasis Web (Vol.3, Issue 11).

