

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri smartphone, mengembangkan dan meningkatkan jasa kinerjanya tidak dapat dioptimalkan tanpa melalui faktor pendukung karena setiap perubahan membutuhkan upaya untuk merubahnya. Ada banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan, misalnya penggunaan media pendukung kerja, pelatihan, motivasi eksternal/internal dan lain sebagainya.

Seiring dengan peningkatan kompetisi dan kemajuan teknologi, perusahaan-perusahaan terus mencari cara untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis. Hal ini berlaku dalam konteks personal selling dimana tenaga penjual merupakan kunci sukses dalam menghasilkan proses pembelian. “Personal selling merupakan sarana efektif untuk membangun preferensi, keyakinan dan tindakan pembelian”.¹

Persaingan yang ketat saat ini mengacu pada pasar global dan teknologi yang terus berkembang sehingga harus menggerakkan tenaga penjual dengan adanya sistem kontrol oleh manajer perusahaan. Kontrol manajer ini dapat dipaparkan menjadi tiga jenis. Pertama, kontrol hasil. Kedua, kontrol aktivitas. Ketiga, kontrol kemampuan tenaga penjual. “Dalam sistem kontrol oleh manajer penjualan, kepuasan terhadap desain wilayah penjualan dan cakupan produk pasar mempengaruhi kinerja tenaga penjual akan lebih bersandar pada penggunaan aktivitas memonitor dan mengarahkan, sehingga penjual memperoleh kejelasan dalam melakukan pekerjaannya”.²

Selain sistem kontrol tenaga penjual juga harus dibekali dengan peningkatan keahlian yang didapatkan melalui sales training. Era globalisasi yang berkembang dengan pesat

¹ Kotler dan Philip, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia, Hal.580

² Elly, Aprillia, K. dan Mursid, Ali. 2015, *Pengaruh Pengawasan, Kepuasan pada Pimpinan, dan Komitmen Tenaga Penjual dan Kinerja Tenaga Penjual*, Semarang : Jurnal EEBANK, Hal.20

menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Kemajuan teknologi yang memudahkan konsumen justru membuat layanan komunikasi nyata yang semakin diperlukan. Hal ini karena informasi yang semakin cepat serta mudah didapat oleh konsumen, menimbulkan banyak pilihan terhadap produk yang diminati. Guna memikat konsumen dari banyaknya pilihan, maka dibutuhkan keahlian komunikasi dalam pelayanan serta kemampuan efektif melakukan penjualan yang didapat melalui sales training dalam sebuah perusahaan.

Promotor merupakan ujung tombak dalam industri smartphone, begitu juga dengan Perusahaan Smartphone Realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara. Peran tenaga penjual dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan telah lama menjadi salah satu strategi pemasaran. "Dengan peran tenaga penjual maka perusahaan akan mampu menjalin hubungan yang dekat dan baik dengan pelanggan".³ Disamping itu, perusahaan Smartphone Realme meningkatkan penjualan dan profitabilitas dan loyalitas pelanggan melalui tenaga penjual yang unggul. Produk-produk Perusahaan Smartphone Realme mungkin masih asing bagi kebanyakan orang yang berada di Indonesia khususnya di Kota Medan mengingat Smartphone Realme baru menginjak satu tahun empat bulan meramaikan industri smartphone di tanah air. Untuk dapat menjawab segala pertanyaan konsumen dan mampu memasarkan produk-produk smartphone realme tersebut maka Perusahaan Smartphone Realme PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan-Sumatera Utara sangat membutuhkan peran dari tenaga penjual (promotor smartphone). Peran dari promotor smartphone di Perusahaan Smartphone Realme PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan-Sumatera Utara yaitu untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk tersebut kepada konsumen sehingga memberikan penjualan kepada perusahaan. Oleh karena itu, peran dari promotor smartphone harus mendapat perhatian sehingga kinerja dari promotor smartphone tersebut dapat meningkat.

Dalam memasarkan produk-produk tersebut seorang promotor smartphone harus meningkatkan pengetahuan dan keahliannya melalui sales training dan menggunakan fasilitas yang memadai. Dengan adanya sales training ini diharapkan akan meningkatkan kinerja para promotor smartphone di Perusahaan Smartphone Realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara. Pentingnya peran dari promotor smartphone harus diimbangi dengan adanya sistem kontrol manajer sehingga dapat semakin mendukung keberhasilan perusahaan.

³ *Ibid*, hal.29

Diharapkan dengan adanya sistem kontrol perilaku, maka para promotor smartphone akan mempelajari cara-cara yang lebih baik dalam melaksanakan kinerja mereka.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana kinerja promotor smartphone. Dari masalah penelitian tersebut muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh sistem kontrol terhadap kinerja promotor smartphone realme pada PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara?
2. Apakah ada pengaruh sales training terhadap kinerja promotor smartphone realme pada PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara?
3. Apakah sistem kontrol dan sales training secara simultan berpengaruh terhadap kinerja promotor smartphone realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Untuk melihat pengaruh sistem kontrol terhadap kinerja promotor smartphone realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara.
2. Untuk melihat pengaruh sales training terhadap kinerja promotor smartphone realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara.
3. Untuk melihat pengaruh sistem kontrol dan sales kontrol secara simultan terhadap kinerja promotor smartphone realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara.

1.3.2 Manfaat

1. Manfaat teoritis, yaitu penelitian ini diharapkan berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan manajemen pemasaran.
2. Manfaat praktis, yaitu penelitian ini mempunyai implikasi sebagai bahan pertimbangan kebijaksanaan dalam memahami kinerja tenaga penjual dalam hal ini adalah promotor smartphone realme PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Medan-Sumatera Utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Kontrol

2.1.1. Pengertian Sistem Kontrol

Suatu sistem merupakan cara tertentu untuk melaksanakan suatu atau serangkaian aktifitas. Sistem kontrol manajemen adalah proses dimana seorang manajer mempengaruhi anggota organisasi lainnya untuk melaksanakan strategi organisasi. Kontrol manajemen difasilitasi oleh suatu sistem formal yang merupakan siklus aktifitas yang terus berulang. Sistem Kontrol adalah Perolehan dan penggunaan informasi untuk membantu mengkoordinasikan proses pembuatan perencanaan dan pembuatan keputusan melalui organisasi dan untuk memandu perilaku manajemen. Proses Hubungan Atasan dalam kontrol manajemen yaitu komunikasi agar bawahan bertindak secara efektif, maka mereka harus tahu apa yang harus dikerjakan, motivasi bawahan diberi motivasi untuk menyelesaikan tugasnya dan evaluasi efisien dan efektifnya bawahan dalam melakukan tugasnya harus dievaluasi oleh manajer. “ Sistem Kontrol adalah suatu sistem yang digunakan untuk merencanakan sasaran masa depan yang hendak dicapai oleh organisasi, merencanakan kegiatan untuk mencapai sasaran tersebut, serta mengimplementasikan dan memantau pelaksanaan rencana yang telah ditetapkan.”⁴“Sistem Kontrol adalah Sistem yang digunakan oleh manajemen untuk mengendalikan aktifitas suatu organisasi disebut sistem pengendalian manajemen”⁵. “Sistem Kontrol dalam melaksanakan kegiatan produksi diperlukan manajemen yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan

⁴Mulyadi, 2007, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, Jakarta : Salemba Empat, Hal. 3

⁵Anthony dan Govindarajan, 2005, *Management Control System*, Cetakan Kedua, Edisi Kesebelas, Jakarta : Salemba Empat, Hal. 20

dalam upaya mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya dalam proses produksi untuk mencapai tujuan organisasi”⁶.

Dari beberapa definisi diatas dapat diambil satu kesimpulan bahwa Sistem Kontrol merupakan suatu sistem yang digunakan oleh para manajer untuk mengarahkan anggota organisasi agar melakukan kegiatan secara efektif dan efisien sesuai strategi yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan dan sasaran serta membantu dalam membuat perencanaan dan pembuatan keputusan organisasi.

2.1.2. Unsur-unsur Sistem Kontrol

Unsur-unsur pengendalian sistem manajemen terdiri dari tiga, yaitu :

“a.Keahlian karyawan sesuai dengan tanggung jawabnya. Faktor paling penting dalam pengendalian adalah adanya karyawan yang dapat menunjang suatu sistem agar dapat berjalan dengan baik.Karyawan dikatakan ideal apabila tingkat pendidikan dan keahlian yang dimiliki sesuai dengan tanggung jawabnya.Tingkat perputaran karyawan yang terlalu tinggi sering menimbulkan permasalahan dalam pengendalian manajemen.Karyawan baru yang belum berpengalaman memiliki potensi membuat kesalahan dibandingkan dengan karyawan lama yang telah berpengalaman.Oleh karena itu, diperlukan pengembangan mutu karyawan dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sehingga karyawan dapat memberikan kontribusinya secara maksimal disamping memiliki etika yang tinggi.

b. Pemisahan tugas.

Terdapat 3 jenis tanggung jawab fungsi yang harus dilaksanakan oleh bagian atau paling tidak orang yang berlainan, yaitu :

- Otorisasi untuk melaksanakan transaksi
- Pencatatan Transaksi
- Penyimpanan Aktiva

Pemisahan tugas/fungsi tersebut bertujuan supaya tidak ada seorang karyawan yang merangkap untuk mengendalikan dua atau tiga tanggung jawab tugas/fungsi sekaligus yang dapat menimbulkan potensi terjadinya kelemahan pengendalian dan bermuara pada kerugian pada organisasi.

⁶Handoko T. Tani, 2008, *Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Yogyakarta : BPFE, Hal. 2

c. Sistem pemberian wewenang, tujuan, dan teknik serta pengawasan yang wajar untuk mengadakan pengendalian atas harta, utang, penerimaan dan pengeluaran. Setiap manajemen bertanggung jawab untuk menentukan pemberian wewenang, tujuan dan teknik serta pengawasan di lingkungan organisasinya. Demikian juga setiap manajemen bertanggung jawab untuk menentukan, melaksanakan dan memelihara serta meningkatkan sistem pengendalian manajemennya. Manajemen harus menentukan ukuran besaran tertentu secara bertingkat untuk setiap jenjang dalam sistem pencatarannya dan prosedur pengawasan untuk persetujuannya. Pemberian wewenang tersebut dapat bersifat umum dapat didelegasikan ke tingkat manajemen yang lebih rendah. Tetapi wewenang yang sifatnya sangat penting masih perlu dipegang oleh manajemen tinggi”⁷.

2.1.3. Tujuan dan Manfaat Sistem Kontrol

“Tujuan utama dari Sistem Kontrol adalah Memastikan (sejauh mungkin) tingkat keselarasan tujuan (goal congruence) yang tinggi. Dalam proses yang sejajar dengan tujuan, manusia diarahkan untuk mengambil tindakan yang sesuai dengan kepentingan pribadi mereka sendiri, yang sekaligus juga merupakan kepentingan perusahaan. Manfaat Sistem Kontrol adalah sebagai berikut :

- Pelacak (detector) atau sensor-suatu perangkat yang mengukur apa yang sesungguhnya terjadi dalam proses yang sedang dikendalikan
- Penilai (assessor)-suatu perangkat yang menentukan signifikansi dari peristiwa aktual dengan cara membandingkannya dengan beberapa standar atau ekspektasi dari apa yang seharusnya terjadi
- Effector-suatu perangkat (yang sering disebut sebagai “umpan balik”) yang mengubah perilaku jika assessor mengidentifikasi kebutuhan untuk melakukan hal tersebut dan
- Jaringan komunikasi-perangkat yang meneruskan informasi antara detector dan assessor dan antara assessor dan effector”⁸.

2.1.4. Indikator Sistem Kontrol

Indikator sistem kontrol ialah sebagai berikut :

- “Sistem perencanaan adalah suatu kegiatan yang telah ditentukan caranya dan biasanya dilakukan berulang-ulang.
- Sasaran masa depan yang hendak dicapai adalah menunjukkan secara jelas mengenai apa yang hendak dicapai oleh organisasi dan bidang kegiatan utama dari organisasi yang bersangkutan.

⁷Thomas Sumarsan, 2010, *Sistem Pengendalian Manajemen*, Edisi kedua, Jakarta : Raja Grafindo Persada, Hal. 9

⁸Anthony dan Govindarajan, *Op.Cit*, Hal. 109

- Merencanakan kegiatan untuk mencapai sasaran adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan itu, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi.
- Mengimplementasikan adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci.
- Memantau pelaksanaan rencana yang telah ditetapkan, kegiatan ini bertujuan untuk memantau suatu kegiatan penelitian dan pengembangan dalam pencapaian sasaran”⁹.

2.2 Sales Training

2.2.1 Pengertian Sales Training

“Sales Training adalah sesuatu yang mengacu pada hal-hal yang berhubungan dengan usaha-usaha berencana yang dilaksanakan untuk mencapai penguasaan keterampilan, pengetahuan, dan sikap karyawan atau anggota organisasi”¹⁰.Difokuskan pada peningkatan keterampilan dalam mengambil keputusan dan hubungan. “Sales Training adalah suatu proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir dimana para karyawan non-manajerial mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dalam tujuan terbatas”¹¹. “Sales Training lebih berorientasi pada pekerjaan saat ini untuk meningkatkan keterampilan-keterampilan tertentu”¹².

“Sales Training juga diberikan dalam bentuk pemberian bantuan. Bantuan dalam hal ini dapat berupa pengarahan, bimbingan, fasilitas, penyampaian informasi, latihan keterampilan, pengorganisasian suatu lingkungan belajar, yang pada dasarnya peserta telah memiliki potensi dan pengalaman, motivasi untuk melaksanakan sendiri kegiatan latihan dan memperbaiki dirinya sendiri sehingga dia mampu membantu dirinya sendiri”¹³.

Istilah pemberian bantuan lebih bersifat humanistik (manusiawi) dan tidak memperlakukan peserta sebagai mesin (mekanistik). Bimbingan merupakan proses bantuan yang diberikan kepada individu. Bimbingan bermanfaat bagi karyawan dalam membantu agar mereka siap menerima pekerjaan atau penugasan yang memerlukan keterampilan baru.sehingga dapat meningkatkan produktifitas sehingga tercapailah kesejahteraan hidup.

⁹Mulyadi, 2007, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, Edisi Kedua, Jakarta : Salemba Empat, Hal. 27

¹⁰Anwar Prabu Mangkunegara, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung : Refika Aditama, Hal. 43

¹¹Susilo Martoyo, 2000, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : BPFE. Hal. 55

¹²Mutiara S. Panggabean, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bogor : Ghalia Indonesia, Hal. 51

¹³Oemar Hamalik, 2007, *Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan*, Jakarta : Bumi Aksara, Hal. 11

“Adanya kesesuaian antara tuntutan pekerjaan dengan dengan apa yang ada dalam diri individu. Oleh karena itulah sales training sebagai wujud pemberian bantuan (bimbingan karir) kepada karyawan agar dapat menyesuaikan diri dengan berbagai tuntutan pekerjaan yang ada”¹⁴. Setelah ditelaah pada intinya bahwa sales training dimaksudkan untuk membantu meningkatkan keterampilan para karyawan melaksanakan tugas sekarang. sales training yang ditempuh sekarang dapat berlanjut sepanjang karir seseorang. Berarti suatu sales training dapat bersifat pengembangan bagi karyawan yang bersangkutan karena digunakan sebagai upaya untuk mempersiapkannya dalam memikul tanggungjawab yang lebih besar di kemudian hari.

2.2.2 Tujuan Sales Training

Tujuan umum pelatihan dan pengembangan bagi karyawan adalah sebagai berikut :

- a. “Meningkatkan kinerja (improve performance). Karyawan yang kinerjanya kurang memuaskan karena minimnya kecakapan merupakan target utama dalam program pelatihan dan pengembangan.
- b. Memperbaharui keterampilan karyawan (update employee’s skill). Manajer diharuskan tanggap pada perkembangan teknologi yang akan membuat fungsi organisasinya lebih efektif. Perubahan teknologi berarti perubahan lingkup pekerjaan yang menandakan bahwa harus adanya pembaharuan pengetahuan yang telah ada sebelumnya.
- c. Menghindari keusangan manajerial (avoid managerial obsolescence). Banyak ditemukan sebagai kegagalan dalam mengikuti proses dan metode baru. Perubahan teknis dan lingkungan sosial yang cepat berpengaruh pada kinerja. Bagi karyawan yang gagal menyesuaikan diri maka apa yang mereka miliki sebelumnya menjadi ‘usang’.
- d. Memecahkan permasalahan organisasi (solve organizational problems). Di setiap organisasi tentulah banyak sekali konflik yang terjadi dan pastinya dapat diselesaikan dengan beragam cara. Pelatihan dan pengembangan memberikan keterampilan kepada karyawan guna mengatasi konflik yang terjadi.
- e. Mempersiapkan diri untuk promosi dan suksesi manajerial (prepare for promotion, and managerial succession). Hal penting guna menarik, mempertahankan dan memotivasi karyawan yaitu dengan program pengembangan karir. Dengan mengikuti program pelatihan dan pengembangan karyawan dapat memperoleh keterampilan-keterampilan yang diperlukan untuk promosi, dan memudahkan dalam perpindahan ke tanggungjawab

¹⁴Bimo Walgito, 2005, *Bimbingan dan Konseling*, Yogyakarta, CV Andi, Hal. 194

pekerjaan yang lebih tinggi. f. Memenuhi kebutuhan kepuasan pribadi (satisfy personal growth needs)”¹⁵.

Banyak karyawan yang berorientasi lebih kepada prestasi dan butuh tantangan baru pada pekerjaannya. Adapun tujuan sales training meliputi :

- a) “Memperbaiki kinerja.
- b) Memutakhirkan keahlian para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi.
- c) Mengurangi waktu belajar bagi karyawan baru supaya menjadi kompeten.
- d) Membantu memecahkan persoalan operasional.
- e) Mempersiapkan karyawan untuk promosi.
- f) Memenuhi kebutuhan-kebutuhan pribadi”¹⁶.

Menurut Anwar Prabu Mangkunegar tujuan dari sales training yaitu :

- a) “Meningkatkan penghayatan jiwa dan ideologi.
- b) Meningkatkan produktivitas kerja.
- c) Meningkatkan kualitas kerja.
- d) Meningkatkan ketetapan perencanaan sumber daya manusia
- e) Meningkatkan sikap moral dan semangat kerja
- f) Meningkatkan rangsangan agar pegawai mampu berprestasi secara maksimal.
- g) Meningkatkan kesehatan dan keselamatan kerja.
- h) Menghindarkan keusangan (obsolescence).
- i) Meningkatkan perkembangan pegawai”¹⁷.

Dari tujuan sales training yang telah dikemukakan diatas pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa pada intinya tujuan sales training yaitu untuk meningkatkan kemampuan karyawan baik secara afektif (sikap), kognitif (pengetahuan) dan psikomotoriknya (perilaku) serta mempersiapkan karyawan dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi sehingga dapat mengatasi hambatan-hambatan yang sekiranya muncul dalam pekerjaan.

2.2.3. Analisis Kebutuhan Sales Training

Sales training karyawan dirancang untuk membantu organisasi mencapai tujuan-tujuannya. Oleh karena itu, penentuan dari kebutuhan training mencerminkan tahapan diagnostik dari penentuan tujuan-tujuan pelatihan. Penilaian ini melihat pada masalah-masalah kinerja karyawan dan organisasional untuk menentukan apakah dengan diadakannya pelatihan akan menolong. “Suatu organisasi perlu melibatkan karyawannya pada aktivitas sales training hanya

¹⁵ Carrel dkk, 1982, *Pelatihan Tenaga Kerja*, Jakarta : PT. Pradnya Georgopolous dan Tannembaum, Hal. 401

¹⁶ Ambar Teguh, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : Graha Ilmu, Hal. 176

¹⁷ Anwar Mangku Prabu, *Op.Cit*, Hal. 45

jika hal itu merupakan keputusan terbaik dari manajer”¹⁸. Sales training diharapkan dapat mencapai hasil lain daripada memodifikasi perilaku karyawan. Hal ini juga perlu mendapat dukungan secara organisasi dan tujuan, seperti produksi, distribusi barang dan pelayanan lebih efisien, menekan biaya operasi, meningkatkan kualitas, dan hubungan pribadi lebih efektif. “Tujuan dari kegiatan analisis kebutuhan antara lain untuk mencari atau mengidentifikasi kemampuan-kemampuan apa yang diperlukan oleh karyawan dalam rangka menunjang kebutuhan organisasi”¹⁹. “Tujuan dari penentuan kebutuhan yaitu untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang relevan guna mengetahui dan menentukan apakah perlu tidaknya pelatihan dan pengembangan dalam organisasi tersebut”²⁰.

2.3 Kinerja Promotor

2.3.1 Pengertian Kinerja Promotor

“Kinerja apabila dikaitkan dengan *performance* sebagai kata benda (*noun*), maka pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika”²¹. Dilihat dari sudut pandang ahli yang lain, “kinerja adalah banyaknya upaya yang dikeluarkan individu pada pekerjaannya”²². “Kinerja promotor didefinisikan sebagai kemampuan promotor dalam melakukan sesuatu keahlian tertentu”²³. Kinerja promotor sangatlah perlu, sebab dengan kinerja ini akan diketahui seberapa jauh kemampuan pegawai dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Untuk itu diperlukan penentuan kriteria yang jelas dan terukur serta ditetapkan secara bersama-sama yang dijadikan sebagai acuan. “Kinerja promotor adalah tingkat terhadap mana para karyawan

¹⁸ *Ibid*, Hal. 46

¹⁹ Soekidjo Notoadmojo, 2003, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Rineka Cipta, Hal. 33

²⁰ Faustino Cardoso Gomes, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Andi Offset, Hal. 205

²¹ Veitzal Rivai, 2004, *Manajemen Sumber Daya untuk Perusahaan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, Hal. 14

²² Stephen Robbins, 2001, *Perilaku Manajemen Organisasi*, Jilid satu, Edisi Kedelapan, Jakarta : Prenhallindo, Hal.

37

²³ Lijan Sinambela, 2012, *Kinerja Pegawai*, Yogyakarta : Graha Ilmu, Hal 80

mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan”²⁴. “Kinerja merupakan derajat penyusunan tugas yang mengatur pekerjaan seseorang”²⁵.

Jadi, kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan kegiatan atau menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. “Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan”²⁶.

“Kinerja adalah sejauh mana seseorang telah memainkan baginya dalam melaksanakan strategi organisasi, baik dalam mencapai sasaran khusus yang berhubungan dengan peran perorangan dan atau dengan memperlihatkan kompetensi yang dinyatakan relevan bagi organisasi. Kinerja adalah suatu konsep yang multi dimensional mencakup tiga aspek yaitu sikap (attitude), kemampuan (ability) dan prestasi (accomplishment)”²⁷.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dengan pencatatan hasil kerja (proses) yang dicapai oleh seseorang promotor dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja promotornya, maka kinerja promotor harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi. Mutu kerja promotor secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan. Guna mendapatkan kontribusi karyawan yang optimal, manajemen harus memahami secara mendalam strategi untuk mengelola, mengukur dan meningkatkan kinerja, yang dimulai terlebih dahulu dengan menentukan tolak ukur kinerja. Ada beberapa syarat tolak ukur kinerja yang baik, yaitu:

- a. Tolak ukur yang baik, haruslah mampu diukur dengan cara yang dapat dipercaya.
- b. Tolak ukur yang baik, harus mampu membedakan individu-individu sesuai dengan kinerja mereka.
- c. Tolak ukur yang baik, harus sensitif terhadap masukan dan tindakantindakan dari pemegang jabatan.
- d. Tolak ukur yang baik, harus dapat diterima oleh individu yang mengetahui kinerjanya sedang dinilai.

²⁴Hendry Simamora, 1995, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : YKPN, Hal. 64

²⁵Riniwati Harsuko, 2011, *Mendongkrak Motivasi dan Kinerja*, Malang : UB Press, Hal. 73

²⁶Moh As'ad, 1998, *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : Liberty Assauari, Hal. 98

²⁷Riniwati Harsuko, *Op.Cit*, Hal. 82

2.3.2 Kriteria-Kriteria Kinerja

Kriteria kinerja adalah dimensi-dimensi pengevaluasian kinerja seseorang pemegang jabatan, suatu tim, dan suatu unit kerja. Secara bersama-sama dimensi itu merupakan harapan kinerja yang berusaha dipenuhi individu dan tim guna mencapai strategi organisasi.

“Menurut Schuler dan Jackson bahwa ada 3 jenis dasar kriteria kinerja yaitu:

- 1) Kriteria berdasarkan sifat memusatkan diri pada karakteristik pribadi seseorang karyawan. Loyalitas, keandalan, kemampuan berkomunikasi, dan keterampilan memimpin merupakan sifat-sifat yang sering dinilai selama proses penilaian. Jenis kriteria ini memusatkan diri pada bagaimana seseorang, bukan apa yang dicapai atau tidak dicapai seseorang dalam pekerjaannya.
- 2) Kriteria berdasarkan perilaku terfokus pada bagaimana pekerjaan dilaksanakan. Kriteria semacam ini penting sekali bagi pekerjaan yang membutuhkan hubungan antar personal. Sebagai contoh apakah SDM-nya ramah atau menyenangkan.
- 3) Kriteria berdasarkan hasil, kriteria ini semakin populer dengan makin ditekannya produktivitas dan daya saing internasional. Kriteria ini berfokus pada apa yang telah dicapai atau dihasilkan ketimbang bagaimana sesuatu dicapai atau dihasilkan”²⁸.

“Menurut Bernandin & Russell kriteria yang digunakan untuk menilai kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

- Quantity of Work (kuantitas kerja): jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode yang ditentukan.
- Quality of Work (kualitas kerja): kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan ditentukan.
- Job Knowledge (pengetahuan pekerjaan): luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.
- Creativeness (kreativitas): keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul
- Cooperation (kerja sama): kesediaan untuk bekerjasama dengan orang lain atau sesama anggota organisasi.
- Dependability (ketergantungan): kesadaran untuk mendapatkan kepercayaan dalam hal kehadiran dan penyelesaian kerja.
- Initiative (inisiatif): semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggung jawabnya.
- Personal Qualities (kualitas personal): menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramah-tamahan dan integritas pribadi”²⁹.

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

²⁸ **Ibid**, Hal. 93

²⁹ Riani Asri Laksmi, 2011, *Manajemen Kinerja*, Jakarta : Pustaka Belajar, Hal.30

“ Menurut Steersfaktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah:

1. Kemampuan, kepribadian dan minat kerja.
2. Kejelasan dan penerimaan atau kejelasan peran seseorang pekerja yang merupakan taraf pengertian dan penerimaan seseorang atas tugas yang diberikan kepadanya.
3. Tingkat motivasi pekerja yaitu daya energi yang mendorong, mengarahkan dan mempertahankan perilaku³⁰.

Menurut McCormick dan Tiffin menjelaskan bahwa terdapat dua variabel yang mempengaruhi kinerja yaitu:

1. Variabel individu Variabel individu terdiri dari pengalaman, pendidikan, jenis kelamin, umur, motivasi, keadaan fisik, kepribadian.
2. Variabel situasional Variabel situasional menyangkut dua faktor yaitu:
 - Faktor sosial dan organisasi, meliputi: kebijakan, jenis latihan dan pengalaman, sistem upah serta lingkungan sosial.
 - Faktor fisik dan pekerjaan, meliputi: metode kerja, pengaturan dan kondisi, perlengkapan kerja, pengaturan ruang kerja, kebisingan, penyinaran dan temperatur³¹.

2.3.4 Penilaian Kinerja

Pada prinsipnya penilaian kinerja adalah merupakan cara pengukuran kontribusi-kontribusi dari individu dalam instansi yang dilakukan terhadap organisasi. Nilai penting dari penilaian kinerja adalah menyangkut penentuan tingkat kontribusi individu atau kinerja yang diekspresikan dalam penyelesaian tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Penilaian kinerja intinya adalah untuk mengetahui seberapa produktif seorang karyawan dan apakah ia bisa berkinerja sama atau lebih efektif pada masa yang akan datang, sehingga karyawan, organisasi dan masyarakat memperoleh manfaat. Tujuan dan pentingnya penilaian kinerja berdasarkan sebuah studi yang dilakukan akhir-akhir ini mengidentifikasikan dua puluh macam tujuan informasi kinerja yang berbeda-beda, yang dikelompokkan dalam 4 kategori yaitu:

1. Evaluasi yang menekankan perbandingan antar orang
2. Pengembangan yang menekankan perubahan-perubahan dalam diri seseorang dengan berjalannya waktu
3. Pemeliharaan sistem

³⁰Cahyono Suharto, 2005, *Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Erlangga, Hal. 14

³¹Cahyono Suharto, *Loc.Cit.*

4. Dokumentasi keputusan-keputusan sumber daya manusia.

“Kinerja dapat dinilai dari kuantitas, kuantitas kerja yang dihasilkan dari sumber daya manusia dan level dari pelayanan pelanggan”³². Kuantitas kerja yang dimaksud adalah jumlah pekerjaan yang terselesaikan, sedangkan kualitas kerja yang dimaksud adalah mutu dari pekerjaan. “Robbins menyatakan bahwa ada tiga kriteria dalam melakukan penilaian kinerja individu yaitu Tugas individu, Perilaku individu, dan Ciri individu”³³.

2.3.6. Tujuan Penilaian Kinerja

“Tujuan penilaian kinerja menurut terdapat pendekatan ganda terhadap tujuan penilaian prestasi kerja sebagai berikut:

1. Tujuan Evaluasi Hasil-hasil penilaian prestasi kerja digunakan sebagai dasar bagi evaluasi reguler terhadap prestasi anggota-anggota organisasi, yang meliputi:

- **Telaah Gaji**
Keputusan-keputusan kompensasi yang mencakup kenaikan merit-pay, bonus dan kenaikan gaji lainnya merupakan salah satu tujuan utama penilaian prestasi kerja.
- **Kesempatan Promosi**
Keputusan-keputusan penyusunan pegawai (staffing) yang berkenaan dengan promosi, demosi, transfer dan pemberhentian karyawan merupakan tujuan kedua dari penilaian prestasi kerja.

2. Tujuan Pengembangan :

- Informasi yang dihasilkan oleh sistem penilaian prestasi kerja dapat digunakan untuk mengembangkan pribadi anggota-anggota organisasi.
- **Mengukuhkan dan Menopang Prestasi Kerja**
Umpan balik prestasi kerja (performance feedback) merupakan kebutuhan pengembangan yang utama karena hampir semua karyawan ingin mengetahui hasil penilaian yang dilakukan.
- **Meningkatkan Prestasi Kerja**
Tujuan penilaian prestasi kerja juga untuk memberikan pedoman kepada karyawan bagi peningkatan prestasi kerja di masa yang akan datang.
- **Menentukan Tujuan-Tujuan Progresi Karir**
Penilaian prestasi kerja juga akan memberikan informasi kepada karyawan yang dapat digunakan sebagai dasar pembahasan tujuan dan rencana karir jangka panjang.
- **Menentukan Kebutuhan-Kebutuhan Pelatihan**

³²Riniwati Harsuko, **Op.Cit**, Hal. 108

³³**Ibid**, Hal. 109

Penilaian prestasi kerja individu dapat memaparkan kumpulan data untuk digunakan sebagai sumber analisis dan identifikasi kebutuhan pelatihan”³⁴.

2.4 Kerangka Pikir Teoritis

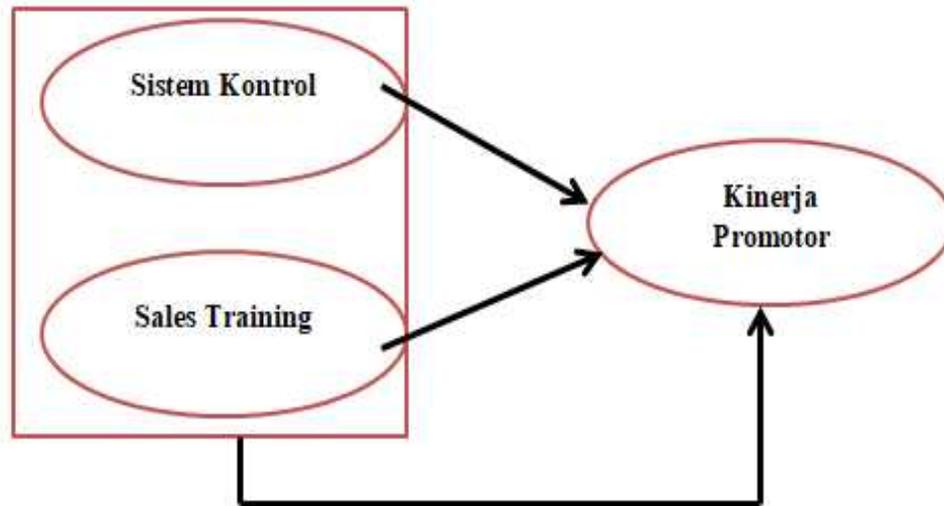
“Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan”³⁵.

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

³⁴Riani Asri Laksmi, **Op. Cit**, Hal. 35

³⁵Uma Sekaran, 2009, **Metodologi Penelitian Untuk Bisnis**, Jakarta : Salemba Empat, Hal. 73



2.5 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan pustaka yang telah diuraikan diatas.

Maka dapat diajukan sebagai berikut :

1. Hipotesis pengaruh sistem kontrol terhadap kinerja promotor

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sisitem kontrol terhadap kinerja promotor

H_a : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sistem kontrol terhadap kinerja promotor

2. Hipotesis pengaruh sales training terhadap kinerja promotor

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sales training terhadap kinerja promotor

H_a : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sales training terhadap kinerja promotor

3. Hipotesis pengaruh sistem kontrol dan sales training secara simultan terhadap kinerja promotor

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sistem kontrol dan sales training secara simultan terhadap kinerja promotor

H_a : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sistem kontrol dan sales training secara simultan terhadap kinerja promotor

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini dengan jenis penelitiannya yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent)”.³⁶ Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala”.³⁷ Pendekatan penelitian asosiatif ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis bentuk hubungan ini bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dari dua variabel independen terhadap satu variabel dependen, yang masing-masing variabel telah diketahui nilai-nilainya sebagai petunjuk untuk mengetahui pengaruh dari variabel dependen baik itu pengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap variabel independen yang diteliti tersebut. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada promotor realme smartphone yang aktif pada PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2020 sampai selesai.

³⁶Sugiyono, 2006, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta, Hal. 11

³⁷Ahmad Tanzeh dan Suyitno, 2006, *Dasar-Dasar Penelitian*, Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (eLKAF), Hal. 45

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa ” populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.³⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah promotor realme smartphone yang aktif pada PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan-Sumatera Utara.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh promotor realme smartphone yang aktif pada PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan-Sumatera Utara terhitung sejak Februari 2020 hingga penelitian selesai yaitu berjumlah 163 promotor.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono “ sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu harus betul-betul representative (mewakili).”³⁹ Pada penelitian ini menggunakan metode simple random sampling, yaitu pengambilan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian. Sehingga selama promotor realme smartphone pada PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan Sumatera Utara sedang aktif pada saat proses penelitian berkesempatan menjadi sampel pada penelitian ini. Menurut Slovin, untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang ada dapat digunakan rumus sebagai berikut:⁴⁰

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{163}{1+163(0,05)^2}$$

$n = 115,80$ dibulatkan menjadi 116

³⁸ Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, Hal. 79

³⁹ *Ibid*, Hal. 90

⁴⁰ Husein Umar, 2011, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : Rajawali Pers, Hal. 78

dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel.

Jadi jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 116.

Tabel 3.1

Jumlah masing-masing promotor Realme Smartphone per area SVP

No	Area SVP	Populasi	Sampel
1	Pakam – Galang	18	$18/163 \times 116 = 13$
2	Medan Out City - Dedek	46	$46/163 \times 116 = 33$
3	Plaza Millenium - Ane	34	$34/163 \times 116 = 25$
4	Plaza Medan Fair - Jefri	22	$22/163 \times 116 = 15$
5	Street Area - Rusman	43	$43/163 \times 116 = 30$
	Jumlah	163	116

Sumber : PT. Karunia Berlian Makmur Cabang Madan-Sumatera Utara

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan dilakukan penelitian, data tersebut diperoleh dari wawancara maupun penyebaran kuesioner yang nantinya berupa tanggapan promotor realme smartphone yang aktif pada PT. Karunia Berlian Makmur cabang Medan Sumatera Utara.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang sudah diolah, berupadata-data dari jurnal artikel di internetyang membahas terkait pengaruh sistem kontrol dan sales training terhadap kinerja promotor.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Sumber data dari penelitian ini dari area per supervisor yang terdiri dari lima area supervisor yaitu Pakam, Medan Out City, Plaza Millenium, Plaza Medan Fair dan Street Area.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Alasan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan angket adalah karena selain efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, juga cocok untuk jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas dan ini juga bisa berupa pertanyaan ataupun pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung, dikirim melalui pos ataupun lewat internet.

3.6 Identifikasi variabel

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah sistem kontrol (X1), dan sales training (X2).

2. Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat pada penelitian ini adalah kinerja promotor (Y)

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, “ Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dilakukan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”.⁴¹ Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data berupa angket yang berisi daftar pertanyaan yang telah disusun untuk memenuhi pengukuran variabel dan diukur dengan skala likert.

Dalam hal ini yang menjadi instrumen penelitian dapat lihat dalam tabel berikut ini:

⁴¹Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, Hal. 222

Tabel 3.2

Instrumen Penelitian

Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Skala Likert
Sistem kontrol (X1)	suatu sistem yang digunakan untuk merencanakan berbagai kegiatan perwujudan visi organisasi melalui misi yang telah dipilih dan untuk mengimplementasikan dan memantau pelaksanaannya rencana kegiatan tersebut	<ol style="list-style-type: none">1. Pengawasan kepada promotor2. Pengarahan kepada promotor3. Pengevaluasian kepada promotor	Skala Likert
Sales training (X2)	pendekatan sistematis untuk pembelajaran mengenai pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu dalam rangka meningkatkan efektivitas individu, tim, dan organisasi.	<ol style="list-style-type: none">1. Intensitas training2. Aplikasi training dalam pekerjaan	Skala Likert
Kinerja Promotor (Y)	suatu tingkat dimana tenaga penjualan dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan pada dirinya.	<ol style="list-style-type: none">1. Volume penjualan2. Kemampuan mengidentifikasi pelanggan potensial	Skala Likert

		3. Kemampuan menambah nasabah 4. Kemampuan menambah loyal konsumen	
--	--	---	--

3.8 Skala Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Tujuan pengukuran adalah menerjemahkan karakteristik data empiris kedalam bentuk yang dapat dianalisis oleh peneliti. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Penelitian ini menggunakan skala likert dari 1-5 untuk setiap jawaban responden selanjutnya dibagikan kedalam lima kategori yaitu:

1. Jawaban sangat setuju (SS), dengan bobot nilai 5
2. Jawaban setuju (S), dengan bobot nilai 4
3. Jawaban Cukup Setuju (CS), dengan bobot nilai 3
4. Jawaban tidak setuju (TS), dengan bobot nilai 2
5. Jawaban sangat tidak setuju (STS), dengan bobot nilai 1

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen Data Penelitian

1. Uji Validitas

“Uji validitas adalah pertanyaan sampe sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat diukur apa yang ingin diukur. Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana validitas sebuah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Uji validitas sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu menggunakan kolerasi product moment pearson’s, yaitu dengan cara mengkolerasikan tiap pertanyaan dengan skor

total, kemudian hasil kolerasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5%, kemudian hasil kolerasi dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan, dengan menggunakan rumus⁴²:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - \sum x^2)(n \sum y^2 - \sum y^2)}}$$

Pengukuran validitas dilakukan dengan menguji taraf signifikan product moment pearson's suatu variabel dikatakan valid, apabila variabel tersebut memiliki nilai signifikan <5% (<0,05)

2. Uji Reliabilitas

“Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih. Reabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi besar pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran kendali terhadap subjek yang sama. Pengujian kendala alat ukur dalam alat penelitian menggunakan reabilitas metode alpha (α) yang menggunakan metode cronbach dengan rumus⁴³

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right)$$

Di mana:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- S_t^2 = deviasi standar total
- $\sum S_b^2$ = jumlah deviasi standar butir

Pengukuran realibilitas dilakukan dengan menguji statistic Cronback's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable apabila variabel tersebut memberikan nilai Cronbach Alpha >0,60.

3.9.2 Analisis Data Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis data regresi linear berganda. Sebelum dilakukan analisis data regresi linear berganda, terlebih dahulu data di uji kenormalannya dengan uji normalitas maka selanjutnya dapat dilakukan analisis data regresi linear berganda. “Analisis linear berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui

⁴² *Ibid*, Hal. 131

⁴³ *Ibid*, Hal. 170

pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Fungsi atau persamaannya sebagai berikut:⁴⁴

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

\hat{Y} — variabel dependen (nilai yang diprediksi)

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ — variabel independen

a — konstanta (nilai \hat{Y} apabila $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n = 0$)

b_1, b_2 dan b_n — koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Nilai-nilai $a, b_0, b_1,$ dan b_2 pada persamaan regresi ganda untuk dua variabel bebas dapat ditentukan dari rumus-rumus berikut:

$$\sum x_1y = b_1 \sum x_1^2 + b_2 \sum x_2^2$$

$$\sum x_2y = b_1 \sum x_1x_2 + b_2 \sum x_2^2$$

$$a = \bar{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2$$

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinieritas dan gejala autokolerasi. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bisa jika memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan autokolerasi.

1. Uji Normalitas Model

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residualnya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Sebab, model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada grafik histogram yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Apabila distribusi kumulatif dari data sesungguhnya yang ditunjukkan oleh grafik histogram mengikuti pola distribusi kumulatif dari distribusi normal yang ditunjukkan oleh kurva normal, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap layak dan memenuhi asumsi normalitas. Selain dilihat pada grafik histogram, dapat juga dilihat dari grafik *normal probability plot*. Apabila titik-titiknya menyebar di

⁴⁴*Ibid*, Hal. 126

sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi yang digunakan dianggap layak dan memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Salah satu cara untuk melihat terjadinya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dengan ketentuan apabila nilai $VIF > 5$, maka terjadi multikolinieritas. Begitupun sebaliknya, jika nilai $VIF < 5$, maka tidak terjadi multikolinieritas”.⁴⁵

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamat lain. Untuk mengetahui ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakuka dengan menggunakan uji Glejser atau uji Park. Dalam penelitian ini uji yang digunakan untuk mendeteksi adanya Heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual terhadap seluruh variabel bebas. Jika nilai signifikan lebih besar 0,05 (5%), berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Atau apabila hasil regresi absolute terhadap seluruh variabel bebas mempunyai nilai t hitung yang tidak signifikan, maka dapat dikatakan bahwa model penelitian lolos dari adanya heteroskedisitas.

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menguji apakah variabel independen (sistem kontrol dan sales training) terhadap variabel dependen (kinerja promotor) secara terpisah ataupun secara bersama-sama. Untuk menguji variabel yang berpengaruh X_1 , X_2 terhadap Y secara terpisah maupun bersama-sama, maka digambarkan uji t. rumusnya adalah :

$$t = \frac{bi}{Se (bi)}$$

Dimana :

t = test signifikan dengan angka kolerasi

bi = koefisien regresi

⁴⁵ **ibid**, Hal. 177

Se (bi) = standar error dari koefisien regresi

Formulasi hipotesis uji t:

1. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : b_i = 0, I = 1, 2, 3$

H_0 diterima dan H_a ditolak, tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_i \neq 0, I = 1, 2, 3$

H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

2. Level Of Significance 95 % dengan $\alpha = 5\%$

3. Kriteria pengambilan keputusan

3.9.4.2 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1, X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). F hitung

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

dapat dicari dengan rumus berikut :

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data

k = jumlah variabel independen Hasil

uji F dapat dilihat pada output Anova dari hasil analisis regresi linier berganda. Melakukan uji F untuk mengetahui pengujian secara bersama-sama signifikansi hubungan antara variable independent dan variable dependen. Kriteria pengujian dan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas F kurang dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara bersama-sama variabelvariabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas F lebih dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara bersama-sama variabelvariabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas.

3.9.5. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), peneliti menggunakan pula uji koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas yaitu Sistem Kontrol dan Sales Training mempengaruhi Kinerja Promotor Smartphone Realme.