

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai model kompetensi pada sales agent di PT. "X" Kota Bandung. Variabel penelitian ini adalah model kompetensi dengan menggunakan metode studi deskriptif. Model kompetensi adalah deskripsi tertulis dari kompetensi-kompetensi yang harus dimiliki dan digunakan oleh individu untuk menghasilkan kesuksesan atau performansi yang patut dicontoh, tanggung jawab dan hubungan dalam organisasi dan lingkungan internal serta eksternal (Dubois & Rothwell, 2004). Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan seluruh populasi sales agent PT. "X" di Kota Bandung yaitu berukuran 6 orang.

Penelitian ini didasarkan pada teori mengenai 12 General Competency for Salespeople dari Spencer & Spencer (1993). Alat ukur yang digunakan merupakan pedoman wawancara kompetensi yang disusun berdasarkan visi, misi, dan job description dari sales agent PT. "X" Kota Bandung. Hasil yang dipeoleh dari penelitian ini diolah dengan metode kualitatif dengan melihat isi dari hasil wawancara yang dibandingkan dengan 12 General Competency for Salespeople dari Spencer & Spencer (1993).

Hasil dari penelitian ini berupa frekuensi kemunculan kompetensi dari jawaban sales agent PT. "X" Kota Bandung yang memiliki urutan sebagai berikut customer service orientation (49), impact and influence (43), interpersonal understanding (38), achievement orientation (35), initiative (31), analytical thinking (24), information seeking (23), relationship building (21), self-confidence (19), technical expertise (12), organizational awareness (7), dan conceptual thinking (7).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kompetensi yang memiliki frekuensi kemunculan tertinggi adalah customer service orientation, artinya pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam penjualan barang bila menginginkan customer menjadi pelanggan setia dan kompetensi yang memiliki frekuensi kemunculan terendah adalah conceptual thinking, artinya berdasarkan pengalaman masa lalu, mereka dapat menemukan inti atau kunci permasalahan dengan cepat dan menyelesaikan permasalahan yang dialami dengan customer berdasarkan solusi yang sudah pernah berhasil di masa lalu.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan membandingkan model kompetensi dari sales agent perusahaan satu dengan lainnya dalam bidang usaha yang sama maupun berbeda. Bagi pihak pimpinan PT. "X" Kota Bandung disarankan untuk menggunakan hasil penelitian sebagai dasar untuk melakukan seleksi dan pengembangan sales agent dan bagi sales agent untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan tuntutan kompetensi yang paling diperlukan.

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR BAGAN..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 9 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | |
| 1.3.1 Maksud Penelitian..... | 9 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | |
| 1.4.1 Kegunaan Ilmiah..... | 9 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 10 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran..... | 10 |
| 1.6 Asumsi..... | 18 |

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|--|----|
| 2.1 Kompetensi..... | 19 |
| 2.1.1 Devinisi Kompetensi..... | 19 |
| 2.1.2 Karakteristik Manusia yang Mendasari Kompetensi..... | 21 |
| 2.1.3 <i>Criterion Reference</i> | 24 |
| 2.1.4 Kategori Kompetensi..... | 24 |
| 2.1.5 Hubungan Kompetensi dengan Kinerja..... | 25 |
| 2.2 Model Kompetensi..... | 26 |
| 2.2.1 Definisi Model Kompetensi..... | 26 |
| 2.2.2 Membangun Model Kompetensi..... | 28 |
| 2.2.3 Kriteria Model Kompetensi..... | 30 |
| 2.2.4 Aplikasi Dari Model Kompetensi..... | 32 |
| 2.2.5 Manfaat Dari Model Kompetensi..... | 33 |
| 2.3 Penjualan..... | 36 |
| 2.3.1 Definisi Penjualan..... | 36 |
| 2.3.2 Motif Pembelian..... | 36 |
| 2.4 <i>Salesmanship</i> | 38 |
| 2.4.1 Definisi <i>Salesmanship</i> | 38 |
| 2.4.2 <i>Personal Selling</i> | 38 |
| 2.4.3 Tipe Pokok Posisi Penjualan (<i>Sales Position</i>)..... | 39 |
| 2.5 <i>Sales Agent</i> | 40 |
| 2.5.1 Definisi <i>Sales Agent</i> | 40 |

| | | |
|--------------------------------|---|----|
| 2.5.2 | Faktor-faktor Keberhasilan <i>Sales Agent</i> | 41 |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN | | |
| 3.1 | Rancangan Penelitian..... | 43 |
| 3.2 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 43 |
| 3.2.1 | Variabel Penelitian..... | 43 |
| 3.2.2 | Definisi Operasional..... | 44 |
| 3.3 | Alat Ukur..... | 46 |
| 3.3.1 | Wawancara..... | 46 |
| 3.3.2 | Validitas Alat Ukur..... | 47 |
| 3.4 | Populasi Sasaran..... | 48 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data..... | 48 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 49 |
| 4.2 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 68 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 77 |
| 5.2 | Saran..... | 78 |
| 5.2.1 | Kegunaan Ilmiah..... | 78 |
| 5.2.2 | Kegunaan Praktis..... | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 80 |
| DAFTAR RUJUKAN..... | | 81 |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR BAGAN

| | |
|---|----|
| Bagan 1.1 Bagan Kerangka Pikir..... | 17 |
| Bagan 3.1 Bagan Rancangan Penelitian..... | 43 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Frekuensi Kompetensi <i>Sales Agent</i> PT. “X” Kota Bandung..... | 49 |
| Tabel 4.2 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Customer Service Orientation</i> | 50 |
| Tabel 4.3 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Impact and Influence</i> | 52 |
| Tabel 4.4 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Interpersonal Understanding</i> | 54 |
| Tabel 4.5 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Achievement Orientation</i> | 56 |
| Tabel 4.6 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Initiative</i> | 57 |
| Tabel 4.7 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Analytical Thinking</i> | 59 |
| Tabel 4.8 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Information Seeking</i> | 61 |
| Tabel 4.9 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Relationship Building</i> | 63 |
| Tabel 4.10 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Self-Confidence</i> | 64 |
| Tabel 4.11 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Technical Expertise</i> | 65 |
| Tabel 4.12 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Organizational Awareness</i> | 67 |
| Tabel 4.13 <i>Key Action Sales Agent</i> Kompetensi <i>Conceptual Thinking</i> | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>Central and Surface Competencies</i> | 23 |
| Gambar 2.2 <i>Competency Causal Flow Model</i> | 25 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Tabel Model Kompetensi *Sales Agent*