

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian hubungan antara pelatihan dengan produktivitas tenaga kerja pada tenaga penjual divisi *Time Life* PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung, maka penulis mengambil kesimpulan untuk setiap variabel sebagai berikut.

5.1.1 Pelatihan

5.1.1.1 Aspek Kognitif

Pada gambaran aspek kognitif, skor tertinggi dicapai pada tingkat pengetahuan produk sebesar 931. Responden mengetahui dan dengan mudah menjelaskan ke calon konsumen dengan detail paket-paket buku dan mainan edukatif yang dipasarkan beserta kelebihan dibandingkan buku-buku yang dijual di toko-toko. Hal tersebut bisa dilakukan karena produk-produknya dimanfaatkan juga oleh responden. Sedangkan skor terendah berada pada tingkat memahami tipe konsumen sebesar 104. Hal ini karena hanya sebagian kecil responden atau sebesar 23,3% yang sudah bekerja di atas 10 tahun dan mempunyai banyak pengalaman dalam memahami karakter calon konsumen.

Selain itu posisi kedua, tingkat *company profile* dengan skor sebesar 486, responden mengetahui mengenai sejarah berdirinya PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung. Kemudian posisi ketiga diperoleh tingkat memahami konsumen. Responden memahami cara bagaimana konsumen tidak merasa dipaksa untuk membeli.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja divisi *Time Life* PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi. Sehingga secara keseluruhan mencerminkan tingginya tingkat pengetahuan mengenai

strategi penjualan, pengetahuan produk, tipe-tipe konsumen, dan pengetahuan mengenai profil perusahaan.

5.1.1.2 Aspek Afektif

Aspek afektif terdiri dari, motivasi diri, memahami profesi, percaya diri menjual, loyalitas terhadap perusahaan, dan membantu konsumen. Hampir seluruh responden menyatakan sangat perlu membantu konsumen dengan skor terbesar 134. Sedangkan skor terendah 111 berada pada tingkat loyalitas terhadap perusahaan, hal ini terlihat pada sebagian kecil responden bekerja di atas 10 tahun (pada tabel 4.3).

Secara keseluruhan aspek afektif berada pada interval tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja divisi *Time Life* PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi. Sehingga secara keseluruhan mencerminkan tingginya tingkat pengetahuan mengenai strategi penjualan, pengetahuan produk, tipe-tipe konsumen, dan pengetahuan mengenai profil perusahaan.

5.1.1.3 Aspek Keterampilan

Keterampilan melayani konsumen memperoleh skor yang paling tinggi sebesar 126 yaitu membantu konsumen untuk lebih memanfaatkan produknya, melayani secara tanggap apabila terjadi kekurangan pada produknya, dan memberitahukan konsumen bila ada seminar-seminar atau acara-acara yang dapat mendukung pemanfaatan produk.

Kemampuan responden dalam meyakinkan konsumen untuk membeli produk-produk perusahaan dan melakukan presentasi, termasuk pada kategori tinggi berturut-turut sebesar 107 dan 101. Hal ini terlihat dari sebagian besar penjualan di atas target perusahaan.

Tingkat keterampilan komunikasi responden dalam memberikan seminar dan bernegosiasi dengan berbagai lembaga pendidikan tidak terlalu tinggi sebesar 75 dan 85. Hal ini dikarenakan tidak semua responden bisa berbicara di hadapan banyak orang dan hanya sebagian kecil yang berhasil menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan atau sekolah-sekolah.

5.1.2 Produktivitas Tenaga Kerja

Tingkat produktivitas tenaga kerja pada tenaga penjual divisi *Time Life* PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung bervariasi, ada yang di atas target yang ditentukan perusahaan sebesar 17,5 *sales unit* atau sekitar 150 juta rupiah setiap tahunnya, ada yang di bawah target perusahaan. Namun pada umumnya banyak yang mencapai target perusahaan sekitar 60% dari total responden. Adapun tenaga penjual yang tidak mencapai target perusahaan dikarenakan berbagai alasan tertentu, seperti cuti melahirkan, menikah, sakit, dan lain sebagainya. Hal ini sangat dimaklumi oleh pihak manajemen perusahaan karena status tenaga penjual adalah sebagai tenaga kerja tidak tetap pada perusahaan *direct selling* dan tidak terikat seperti layaknya pegawai negeri sipil (PNS) atau karyawan swasta.

5.1.3 Hubungan Pelatihan dengan Produktivitas Tenaga Kerja

Hubungan pelatihan dengan produktivitas tenaga kerja pada tenaga penjual divisi *Time Life* PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung adalah sebesar 0,9224. Adapun hasil dari pengujian hipotesis *Jaspens's* dengan mengubah terlebih dahulu menjadi nilai *Pearson* (r), menunjukkan r_{hitung} sebesar 0,8580 dan r_{tabel} 0,374 dengan asumsi $db=n-2$ dan taraf nyata 5% ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Hal tersebut memiliki makna bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dapat dikatakan terdapat hubungan yang sangat signifikan antara pelatihan dengan

produktivitas tenaga kerja (kajian pada tenaga penjual divisi *Time Life* PT TOP cabang Bandung).

Adapun tingkat hubungan variabel pelatihan (X) dengan variabel produktivitas tenaga kerja (Y) adalah termasuk pada kategori sangat kuat, hal ini didasarkan pada hasil koefisien hasil *Jaspens's* (M) sebesar 0,9224. Selain itu hasil dari uji hipotesis *Pearson* (r) memiliki arti bahwa tinggi rendahnya produktivitas tenaga penjual ada kaitannya dengan pelatihan yang diikuti oleh masing-masing tenaga penjual pada divisi *Time Life* PT TOP cabang Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan rekomendasi kepada PT Tigaraksa Optima Perkasa cabang Bandung sebagai berikut:

A. Rekomendasi yang berhubungan dengan variabel pelatihan, adalah sebagai berikut:

1. Prestasi responden pada indikator keterampilan lebih kecil skornya dibandingkan indikator afektif dan kognitif. Oleh karena itu, hendaknya perusahaan lebih banyak memberikan jenis pelatihan yang bisa mengembangkan keterampilan yang bisa menunjang responden untuk lebih banyak menjual (produktif), di antaranya:

a. *Telephone Skill*

Jenis pelatihan yang mengajarkan keterampilan tenaga penjual agar ahli membuat janji/pertemuan dengan calon konsumen untuk melakukan presentasi penjualan. Pelatihan ini termasuk pada model pelatihan *induction training* yang bertujuan untuk melengkapi keterampilan lain yang mendukung pekerjaan sebagai tenaga penjual.

b. *Basic Selling Skill*

Pelatihan dasar penjualan yang sangat berguna untuk seseorang yang berprofesi dibidang penjualan. Adapun materi-materi pelatihan diantaranya, teknik presentasi

penjualan yang baik, teknik *closing* atau melakukan transaksi, dan lain sebagainya. Dengan melihat materi pelatihan, *basic selling skill* termasuk model pelatihan *understudy training*.

c. *Intermediate Selling Skill*

Tahapan kedua setelah tenaga penjual berhasil lulus pada pelatihan *basic selling skill* dan memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan, biasanya isi materi lebih kepada teknik menjual yang lebih tinggi, sehingga lebih banyak lagi menjual. *Intermediate selling skill* termasuk model pelatihan *understudy training*.

d. *Advance Selling Skill*

Pelatihan tahap akhir yang bisa diikuti oleh tenaga penjual tingkat manajer untuk lebih mengoptimalkan keahlian menjual tingkat tinggi, artinya bisa menjual lebih banyak dengan cepat dan membuat konsumen nyaman dan puas terhadap produknya. Karena setelah mengikuti pelatihan ini tenaga penjual diharapkan mencapai posisi/jabatan lebih tinggi, maka termasuk pada model *supervisory training*.

2. Kurangnya pengetahuan responden mengenai tipe-tipe konsumen mengakibatkan besarnya rasio/perbandingan antara presentasi dengan *closing* (terjadinya transaksi jual beli). Oleh karena itu, untuk memperkecil jumlah rasio tersebut, maka diperlukan pelatihan yang memberikan pengetahuan untuk melakukan presentasi dan menghasilkan penjualan secara cepat (maksimal 45 menit).

B. Dilihat dari sedikitnya jumlah tenaga penjual divisi *Time Life* yang menjadi populasi penelitian, maka produktivitas tenaga kerja akan lebih meningkat lagi apabila setiap tenaga penjual bisa merekrut/mengajak orang lain untuk berprofesi sama. Hal ini perlu sikap kepemimpinan yang kuat yang bisa didapat dengan mengikuti *Leadership Training Skill*.

C. Adapun rekomendasi yang bisa meningkatkan produktivitas tenaga kerja melalui pelatihan, adalah sebagai berikut:

1. Alangkah lebih baiknya apabila perusahaan bisa secara konsisten mengadakan program-program pelatihan yang dapat meningkatkan meningkatkan motivasi diri untuk selalu produktif melakukan penjualan atau dengan kata lain bisa meningkatkan produktivitas diri, menambah pengetahuan mengenai ilmu penjualan, dan meningkatkan *selling skill*.
2. Perusahaan berusaha memotivasi tenaga kerjanya dengan optimal, yaitu dengan memberikan komisi sesuai dengan penjualan, memberikan promo-promo yang mendukung aktifitas penjualan, memberikan masukan-masukan yang terbaik untuk meningkatkan jenjang karir, dan memberikan penghargaan-penghargaan sesuai dengan prestasi yang dicapai.
3. Perusahaan senantiasa menghimbau kepada seluruh tenaga kerjanya untuk selalu mengikuti dengan baik semua pelatihan yang dilaksanakan perusahaan, sehingga dapat melakukan aktivitas penjualan dengan optimal dan meningkatkan produktivitas penjualan.