

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tenaga penjual (*Sales force*) merupakan ujung tombak bagi perusahaan termasuk di industri perbankan. Dari merekalah perusahaan akan mendapatkan pelanggan baru ataupun dapat membina relasi dengan pelanggan yang lama. Keberhasilan tenaga penjual dalam memasarkan produk ataupun layanan harus didukung dengan pengetahuan dan keahlian yang memadai. Selain itu perusahaan harus dapat membekali tenaga penjual dengan suatu alat (*tool*) untuk mempermudah proses. Alat yang dimaksud adalah suatu aplikasi yang dapat digunakan untuk memonitor aktifitas para Tenaga penjual dan kinerjanya. Salah satu Alat tersebut adalah *Sales Force Automation (SFA)*. Kemajuan teknologi informasi mendorong perusahaan memanfaatkan SFA dengan harapan bisa memperbaiki kinerja para tenaga penjual dan pengembangan layanan pelanggan (Cascio, Mariadoss, and Mouri, 2010). Teknologi SFA ini mengkonversikan proses monitoring aktifitas tenaga penjual secara manual menjadi elektronik melalui kombinasi *hardware* dan *software* (Rivers and Dart 1999). SFA membantu para tenaga penjual untuk menyimpan, mengambil dan menganalisis data pelanggan dan mengatur informasi penting dalam siklus penjualan (Morgan dan Inks 2001).

Pada penelitian studi kasus ini akan diambil data penerapan SFA pada salah satu bank besar di Indonesia, sebut saja Bank XYZ. Pada bank tersebut

terdapat SFA yang dibagi menjadi 2 aplikasi terpisah. Aplikasi pertama untuk memonitor kinerja hasil penjualan yang dinamakan *Sales Performance Tracking* (SPT) dan yang kedua digunakan untuk melakukan perencanaan penjualan dan monitor aktifitas pada tenaga penjualan dalam siklus penjualan yang dinamakan *Sales Force Effectiveness* (SFE).

Dengan adanya SFE diharapkan bisa digunakan untuk membangun budaya kerja dan pola pikir para tenaga penjual sesuai visi dan misi perusahaan melalui evaluasi aktivitas tenaga penjual yang tercatat pada SFE. Diharapkan juga SFE bisa jadi sarana untuk mendukung perbaikan kinerja tenaga penjual. Namun seberapa besar efektivitas penggunaan aplikasi SFE masih perlu dievaluasi.

Aplikasi SFE diluncurkan di awal tahun 2012. Setahun setelah peluncuran, efektivitas penggunaan SFE diukur dari aktivitas *login* SFE dan produktivitas yang tercatat pada SFE dengan skema penilaian lihat tabel 1.2. Setiap tenaga penjual diharuskan untuk *login* aplikasi SFE pada setiap hari kerja minimal 1 kali. Produktivitas tenaga penjual diukur melalui masukan aktivitas-aktivitas penjualan selama 1 hari kerja. Aktivitas penjualan diantaranya adalah menelepon, kunjungan, dan pencarian calon nasabah baru dengan ketentuan waktu lihat tabel 1.1. Dalam 1 hari setiap tenaga penjual diberikan waktu produktif 420 menit. Tabel 1.4. adalah contoh perhitungan produktivitas tenaga penjual dalam 1 hari yang mendapat point 2.

Tabel 1.1. Ketentuan Waktu Aktivitas Penjualan

Frekuensi	Aktivitas	Jumlah Waktu
1 kali	Menelepon	17 menit
1 kali	Kunjungan	60 menit
1 kali	Pencarian nasabah baru	60 menit

Sumber : Tim Manajemen SFE

Tabel 1.2. Skema perolehan point SFE

Booster Point			Boom Point		
User Login	Tiering Achiement	Point	User Login	Tiering Achiement	Point
100%	61% - < 80%	2	< 100%	≥ 61%	-1
	80% - < 100%	2.5	100%	< 61%	-1.5
	≥ 100%	3	< 100%	< 61%	-2

Sumber : Tim Manajemen SFE

Tabel 1.3. Kategori dan tipe Point SFE

Point	Kategori Produktivitas	Tipe Produktivitas
3	Sangat Produktif	Produktif
2.5	Lebih Produktif	Produktif
2	Produktif	Produktif
-1	Kurang Produktif	Non-Produktif
-1.5	Tidak Produktif	Non-Produktif
-2	Sangat tidak Produktif	Non-Produktif

Sumber : didefinisikan oleh peneliti

Tabel 1.4. Contoh perhitungan Aktivitas yang mendapatkan point 2 (Produktif).

Aktivitas	Frekuensi	Durasi	Jumlah Waktu
Telepon	8 kali	17 menit	136 menit
Kunjungan	2 Lokasi	60 menit	120 menit
Total Waktu			256 menit
% Produktivitas			$(256/420) \times 100\% = 61\%$

Sumber : Tim Manajemen SFE



Sumber: Laporan SFE Nov 13 – Nov 14

Gambar 1.1. Persentase Jumlah tenaga penjual per bulan per tipe produktivitas periode November 2013 – November 2014

Dari pengamatan laporan penggunaan dan produktivitas SFE periode November 2013 – November 2014 (gambar 1.1), bahwa tenaga penjual yang bertipe non-produktif masih sebesar 42 % dari jumlah tenaga penjual sebanyak 671 orang yang dimonitor pada SFE. Hal tersebut menunjukkan masih rendahnya penggunaan SFE oleh para tenaga penjual. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan serius yang perlu di cara tahu akar permasalahannya dan cara penanggulangan masalahnya. Rendahnya penggunaan SFE, dimungkinkan ada masalah penerimaan SFE yang bisa disebabkan karena penggunaan SFE tidak berpengaruh terhadap penilaian kinerja, kesulitan dalam penggunaan, kurangnya dorongan manajer, pengaruh rekan kerja yang tidak menggunakan SFE, kurang pelatihan, kurangnya dukungan teknis. Kesuksesan yang diharapkan oleh manajemen adalah SFE dapat diterima dan digunakan oleh para tenaga penjual sehingga dapat meningkatkan produktivitas waktu berjualan. Salah satu model untuk bisa mengukur tingkat penerimaan pengguna (*user acceptance*) suatu sistem informasi adalah *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Vekantesh, dkk. Menurut Vekantesh dkk. (2003), dengan

model UTAUT dapat ditunjukkan bahwa niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi orang-orang terhadap pengharapan kinerja (*expectancy performance*), pengharapan usaha (*effort expectancy*) dan pengaruh sosial (*social influence*). Kemudian perilaku untuk menggunakan suatu teknologi informasi (*user behavior*) dipengaruhi oleh niat orang-orang berperilaku (*behavioral intention*) dan kondisi dari fasilitas-fasilitas pendukung (*facilitating conditions*). Kesemua persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan kesukarelaan (*volanteriness*).

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari beberapa fakta dalam tabel dan grafik pada sub bab sebelumnya, peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan model UTAUT, faktor apa saja yang dapat mendorong peningkatan penggunaan SFE ?.
2. Usulan-usulan perbaikan apa saja yang bisa dilakukan guna meningkatkan penggunaan SFE dari hasil penelitian menggunakan pendekatan model UTAUT

## **1.3. Tujuan dan Manfaat**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan faktor pengharapan kinerja (*performance expectancy*), pengharapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*Social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) dalam mendorong niat perilaku tenaga penjual dalam peningkatan penggunaan SFE

Manfaat yang akan diperoleh yaitu didapatkannya pilihan rekomendasi solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada sebagai bahan masukan bagi manajemen Bank XYZ yang dapat memberikan kontribusi positif dalam peningkatan kinerja tenaga penjual Bank XYZ dan perusahaan lain yang memiliki proses bisnis yang sama melalui pemanfaatan sistem *Sales Force Automation*.

#### **1.4. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian dan pembahasan, yaitu :

1. Para tenaga penjual dan manajernya yang terdaftar pada aplikasi SFE PT.Bank XYZ
2. Sumber data tingkatpenggunaan SFE berasal dari sistem laporan SFE tahun 2013-2014