



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Bersarkan hasil penelitian “Analisa Pengaruh *Coaching* terhadap *Sales Orientation* serta Implikasinya pada *Employee Performancet*; Telaah pada *Sales Person* PT. Oppo Electronic Telecommunication Wilayah Kota Tangerang” yang dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik analisa *Structural Equation Modeling* (SEM), maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan profil responden, mayoritas responden pada penelitian ini adalah:
  - a. Berjenis kelamin pria sebanyak 83 orang atau sebesar 83%
  - b. Berusia kurang dari 23 tahun sebanyak 54 orang atau sebesar 54%,
  - c. Pendidikan terakhir SMA/ SMK sebanyak 100 orang atau sebesar 100%
  - d. Status pernikahan yang belum menikah sebanyak 74 orang atau sebesar 74%
  - e. Lama berkerja 1 – 3 tahun sebanyak 100 orang atau sebesar 100%
  - f. Status karyawan tetap sebanyak 100 orang atau sebesar 100%
  - g. Adanya metode *coaching* di divisi responden bekerja sebanyak 100 orang atau sebesar 100%

- h. Pernah menerima *coaching* ditempat mereka bekerja sebanyak 100 orang atau sebesar 100%
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bagi *sales person* PT. Oppo Electronic Telecommunication wilayah Kota Tangerang bahwa *coaching* memiliki pengaruh positif terhadap *employee performance* dengan hasil standar koefisien sebesar 0,384 dan data dalam penelitian ini mendukung hipotesis dengan  $p\text{-value} \leq 0,05$  sebesar 0,000.
  3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bagi *sales person* PT. Oppo Electronic Telecommunication wilayah Kota Tangerang bahwa *coaching* memiliki pengaruh negatif terhadap *sales orientation* dengan hasil standar koefisien sebesar -0,345 dan data dalam penelitian ini mendukung hipotesis dengan  $p\text{-value} \leq 0,05$  sebesar 0,004.
  4. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bagi *sales person* PT. Oppo Electronic Telecommunication wilayah Kota Tangerang bahwa *sales orientation* memiliki pengaruh positif terhadap *employee performance* dengan hasil standar koefisien sebesar 0,485 dan data dalam penelitian ini mendukung hipotesis dengan  $p\text{-value} \leq 0,05$  sebesar 0,000.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas, aspek C2 yaitu *feedback* yang membangun yang diberikan oleh atasan mereka memiliki rata-rata atau

*mean* terendah dari aspek lainnya. Mengingat hasil dari *in-depth-interview* yang dilakukan penulis kepada salah satu responden yang mengatakan terkadang atasan memberikan *feedback* yang tidak sesuai dengan realita di lapangan. Jadi untuk ke depannya penulis menyarankan kepada atasan/ manajer di perusahaan terkait untuk lebih meningkatkan komunikasi yang lebih mendalam lagi dengan cara mengadakan seperti *group meeting* yang diadakan dalam periode tertentu secara rutin untuk membahas pekerjaan yang dilakukan oleh *sales person* sehingga atasan/ manajer lebih mengetahui lagi permasalahan pekerjaan bawahan seperti apa.

2. Berdasarkan hasil penelitian di atas, aspek SO3 yaitu pemberian citra produk yang dilakukan oleh *sales person* agar konsumen menilai baik produk yang mereka jual memiliki rata-rata atau *mean* terendah dari aspek lainnya. Sehingga penulis menyarankan agar perusahaan bisa memberikan sosialisasi mengenai *customer orientation* kepada *sales person*. *Customer orientation* yaitu sejauh mana tenaga penjual bersedia membantu konsumen memenuhi kebutuhan mereka dan membuat keputusan pembelian yang lebih baik dengan menawarkan produk yang memenuhi kebutuhan tersebut, mengadaptasikan presentasi penjualan agar sesuai dengan minat pelanggan. Hal ini perlu dilakukan agar *sales person* tidak hanya mengandalkan *sales orientation* saja dalam menjual dan memperkenalkan produknya, tetapi mereka juga bisa belajar bagaimana cara melakukan pendekatan yang baik terhadap konsumen. Dengan cara

seperti ini tentu *sales person* akan mendapatkan hal baru dan juga dapat meningkatkan *performance* kerja mereka.

3. Mengingat hasil penelitian di atas, penulis berpendapat bahwa praktik *sales orientation* yang dilakukan oleh *sales person* bila dilakukan secara berkepanjangan dan tanpa adanya kontrol atau batasan dari perusahaan tentu ke depannya akan berdampak buruk bagi perusahaan, maka dari itu penulis menyarankan agar perusahaan dapat memberikan *training* kepada *sales person* seperti *service excellence*, yaitu *training* yang memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar mendapatkan loyalitas konsumen untuk perusahaan. Hal ini perlu dilakukan agar mereka lebih baik lagi dalam memberikan layanan terhadap konsumen sehingga praktik dari *sales orientation* dapat dibatasi melalui *training* tersebut.

4. Untuk ke depannya penulis menyarankan kepada atasan/ manajer di perusahaan terkait untuk memberikan perhatian dan penghargaan atas prestasi yang telah diraih oleh *sales person* seperti *best sales person of the month* dan diberikan insentif tambahan. Dengan harapan dapat dijadikan sebagai *role model* dan memberikan motivasi bagi *sales person* lain yang belum mencapai target agar lebih produktif lagi dalam bekerja, dan mencapai tingkat kinerja yang lebih baik lagi.

### **5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel baru yang dapat meningkatkan *employee performance*. Salah satu variabelnya adalah *customer orientation* yang dapat ditemukan dalam jurnal Pousa & Mathieu (2014).
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek perusahaan yang berbeda dengan *core business* yang sama seperti Samsung, Vivo, Asus, dan lain-lain agar dapat melihat hasil penelitian ini di perusahaan lain.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda seperti sektor asuransi, properti, dan lain-lain agar cakupan penelitian ini lebih luas lagi di sektor lainnya.
4. Peneliti selanjutnya bisa meneliti di wilayah lain seperti wilayah Tangerang Selatan, Tangerang Kabupaten, Jakarta, dan lain-lain agar penelitian ini memiliki cakupan wilayah yang lebih luas lagi.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA