



### **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 1

## PENDAHULUAN

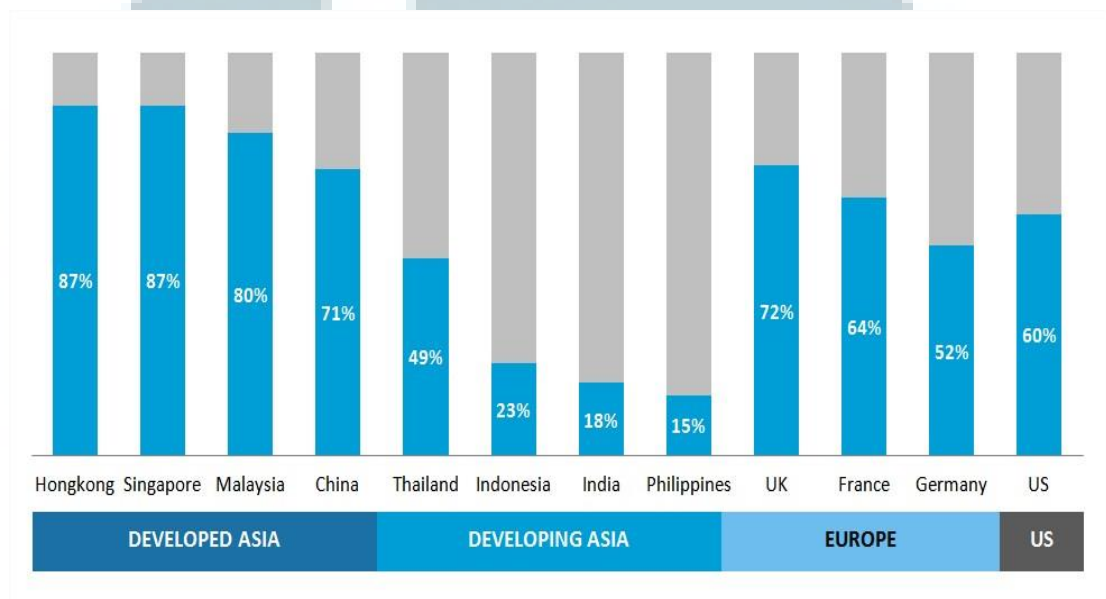
### 1.1 Latar Belakang

Teknologi pada masa ini dapat dirasakan semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari banyak inovasi – inovasi yang telah dibuat di dunia ini dari yang sederhana hingga penemuan yang besar bagi dunia. Inovasi dari teknologi yang semakin *instant* membuat pekerjaan manusia semakin mudah untuk diselesaikan. Teknologi diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi dalam keseharian dan dalam pekerjaan.

Salah satu teknologi yang paling dirasakan perkembangannya adalah teknologi *smartphone*. Kini setiap individu dapat tetap saling terhubung tidak peduli dari belahan dunia manapun dengan teknologi *smartphone* tersebut. *Smartphone* tidak hanya digunakan untuk kebutuhan komunikasi tetapi juga sudah dijadikan sebagai gaya hidup masyarakat terkini. Hal ini dapat dilihat, mulai dari anak – anak, remaja hingga orang tua, hampir semua umur memiliki *smartphone*. Menurut penelitian Nielsen, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang informasi global, perkembangan pengguna *smartphone* akan terus naik untuk kawasan Asia Pasifik. Negara berkembang memiliki angka pengguna *smartphone* yang tinggi, contoh saja Hong Kong dan Singapore sebesar 87 persen, kemudian diikuti oleh Malaysia sebesar 80 persen, dan Australia

sebesar 75 persen. Sedangkan Indonesia berada di angka 23 persen. (<http://blogs.itb.ac.id/e152162s1t2013d201423213095pertiwisapta/2013/11/26/penggunaan-smartphone-untuk-komunikasi-pebisnis/>)

Berikut ini adalah grafik yang menunjukkan perbandingan angka pengguna *smartphone* berbagai negara:



Sumber : <http://blogs.itb.ac.id/e152162s1t2013d201423213095pertiwisapta/2013/11/26/penggunaan-smartphone-untuk-komunikasi-pebisnis/>

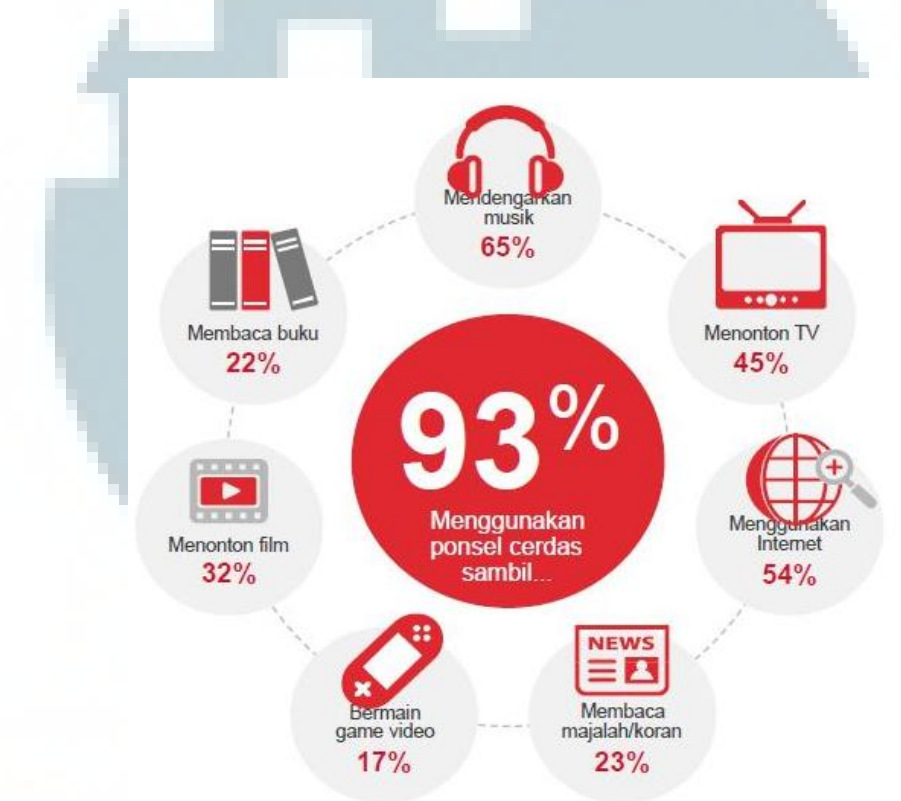
### Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *Smartphone* di Dunia

Penggunaan *smartphone* di Indonesia tidak sebatas hanya untuk komunikasi, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Google dan Ipsos MediaCT (Media Content and Technology Research Specialists) dalam *website* mirzailhami.com, pada Mei 2013.

Penggunaan *smartphone* juga dapat digunakan untuk melakukan kegiatan lain seperti

mendengarkan musik, menonton tv, menggunakan internet, membaca majalah/koran, bermain game video, menonton film, dan membaca buku. (<http://mirzailhami.com/inspirasi/fakta-pengguna-smartphone-di-indonesia/>).

Berikut ini adalah statistik penggunaan *smartphone* dalam berbagai hal oleh manusia:



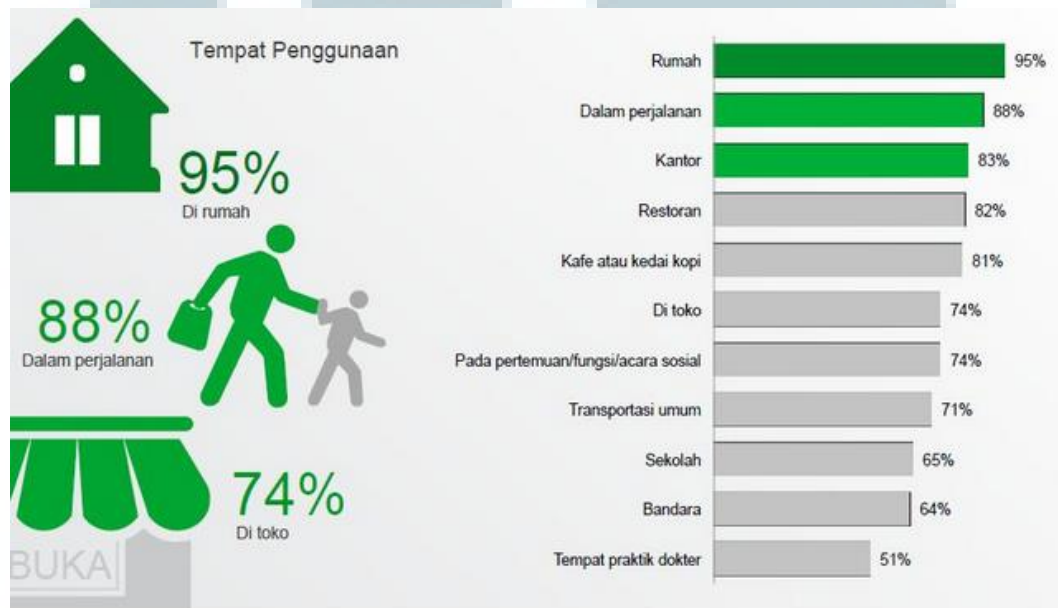
Sumber : <http://mirzailhami.com/inspirasi/fakta-pengguna-smartphone-di-indonesia/>

**Gambar 1.2 Penggunaan *Smartphone* Dalam Berbagai Hal**

Survei yang dilakukan oleh Google dan Ipsos MediaCT (Media Content and Technology Research Specialists) dalam *website* mirzailhami.com, pada Mei 2013 menunjukkan bahwa *smartphone* juga tidak terpisahkan dari kehidupan sehari – hari

manusia. Manusia menggunakan *smartphone* sebesar 61% setiap hari dalam 7 hari terakhir, 73% tidak keluar rumah tanpa *smartphone*, 41% menghabiskan lebih banyak waktu di Internet melalui *smartphone* dalam 6 bulan terakhir, 39% lebih baik tidak menonton TV daripada tidak boleh menggunakan *smartphone*, dan *smartphone* digunakan di mana-mana. (<http://mirzailhami.com/inspirasi/fakta-penggunasmartphone-di-indonesia/>).

Berikut ini adalah grafik penggunaan *smartphone* di berbagai tempat:



Sumber : <http://mirzailhami.com/inspirasi/fakta-pengguna-smartphone-di-indonesia/>

**Gambar 1.3 Pemakaian *Smartphone* di Berbagai Tempat**

*Smartphone* juga menawarkan kecanggihan yang terletak pada sistem operasi yang tangguh, kecepatan proses data yang tinggi, koneksi internet dan layar sentuh. Kecanggihan dari fitur – fitur *smartphone* menjadi daya tarik konsumen untuk lebih sering melakukan proses penggantian *smartphone*. Hal ini menciptakan peluang bisnis

baru pada perusahaan yang bergerak di bidang *gadget* untuk kelengkapan aksesoris *smartphone*. (Sumber: <http://dcahyanarayana.blogspot.com/2013/01/smartphone-sebagai-gaya-hidup-modern.html>)

PT Wellcomm Ritelindo Pratama berdiri pada tahun 2005 yang merupakan perusahaan ritel yang bergerak di bidang aksesoris *smartphone*, *gadget* dan modem memiliki 55 *Shop* dan 49 *counter* yang tersebar diseluruh penjuru nusantara. Untuk bisa terus berkembang dengan pesat, tentu PT Wellcomm Ritelindo Pratama membutuhkan sumber daya manusia yang profesional dan berkualitas. Menurut Nawawi (2001) dalam Gaol (2014), sumber daya manusia adalah orang yang bekerja dan berfungsi sebagai aset organisasi / perusahaan yang dapat dihitung jumlahnya (kuantitatif) dan potensi yang menjadi motor penggerak organisasi. Dengan sumber daya manusia maka perusahaan akan dapat mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri sehingga sumber daya manusia merupakan aset terpenting dalam sebuah perusahaan.

Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah *training*. Menurut Wills, (1994), Palo et al, (2003), Robert et al, (2004) dalam Ongori dan Nzozzo (2011), *training* adalah proses peningkatan pengetahuan, mengembangkan keterampilan, membawa perubahan sikap dan perilaku, dan meningkatkan kemampuan untuk melaksanakan tugas - tugas secara efektif dan efisien dalam organisasi. Menurut Benedicta dan Appiah (2010) dalam Sultana et al, (2012) dengan *training* akan membuktikan bahwa *training* memainkan peranan penting dalam pengembangan

organisasi, meningkatkan kinerja serta meningkatkan produktivitas, dan pada akhirnya menempatkan perusahaan di posisi yang terbaik untuk menghadapi kompetisi dan bertahan di posisi atas.

Untuk menciptakan sumber daya manusia yang profesional dan berkualitas, tentu dibutuhkan *training* terutama kepada *sales counter*. *Sales counter* adalah jabatan yang paling krusial karena mereka merupakan *front liner* yang berhadapan langsung dengan konsumen dan menawarkan fitur produk serta *selling point* kepada konsumen secara totalitas agar memikat konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan tersebut di *shop* maupun *counter* Wellcomm.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan selama kerja magang dari bulan Januari hingga April tahun 2015, dengan adanya *training* kepada *sales counter* maka akan dibekali dengan pengetahuan tentang etos kerja, *product knowledge*, *selling skill*, *personality plus* dan *team work* yang akan menunjang kinerja *sales counter* dalam memikat konsumen untuk terus melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Proses *training* tersebut ditujukan kepada *sales counter* dengan tingkatan *Probation*, *Basic* dan *Intermediate*.

Dari beberapa jenis *training* yang di dapat oleh *sales counter* di PT Wellcomm Ritelindo Pratama, *product knowledge training* menjadi salah satu yang terpenting karena *sales counter* akan secara langsung berhadapan dengan konsumen untuk menawarkan berbagai macam produk kepada konsumen dan diharapkan melakukan transaksi atas penawaran produk tersebut. Berdasarkan dari hasil *in depth interview*

dengan beberapa *trainer* dalam divisi *training*, pada kenyataannya masih banyak *sales counter* yang kesulitan untuk menawarkan produk kepada konsumen karena kurang pemahaman dan pengetahuan atas produk. Oleh karena itu, *sales counter* tidak mendapatkan kesepakatan dengan konsumen atas penawaran tersebut. Padahal *product knowledge training* sudah pernah didapatkan oleh *sales counter* sehingga hal tersebut akan menghambat kinerja *sales counter* dalam mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Salah satu *training* yang sering digunakan oleh perusahaan di Indonesia yaitu *on the job training*. Metode *training* tersebut juga diterapkan oleh PT Wellcomm Ritelindo Pratama untuk *sales counter*. Menurut Tennanat et al,(2002) dalam Ongori dan Nzonzo(2011), *on the job training* adalah di mana peserta *training* akan mengembangkan keterampilan dalam lingkungan kerja yang sebenarnya dengan menggunakan mesin dan bahan selama pelatihan.

Adapun proses *on the job training* mengalami kendala, yaitu *traffic* produk baru yang terlalu cepat dan selalu bertambah di setiap bulan dan juga produk yang sangat variatif membuat proses *training sales counter* mengalami kesulitan sehingga hal tersebut akan menghambat kinerja *sales counter* dalam mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Untuk melihat kemajuan karyawan dalam sebuah perusahaan, hal tersebut dapat diukur dari *employee performance*. Menurut Cooke (2000) dalam Sultana et al, (2012) *Employee performance* dapat didefinisikan sebagai pencapaian tugas tertentu



yang diukur dan dibandingkan terhadap standar yang telah ditentukan atau diidentifikasi dari akurasi, kelengkapan, biaya dan kecepatan. Dari hasil *in depth interview* yang dilakukan oleh peneliti, menurut Bapak Purnomo sebagai *Manager Training*, kinerja *sales counter* di PT Wellcomm Ritelindo Pratama masih terdapat kekurangan ketika melaksanakan pekerjaannya yang akan berdampak pada penurunan kinerja sumber daya manusia perusahaan. Kekurangan tersebut terdapat pada pengetahuan *product knowledge sales counter* yang kurang, sehingga menyebabkan *sales counter* kesulitan menjual produk ke konsumen dan mengalami penurunan penjualan produk. Hal ini menyebabkan *sales counter* mengalami penurunan kinerja yang berdampak pada pemberian peringatan yang berujung pada pemecatan kepada *sales counter* atas penurunan kinerjanya. Begitu juga dengan *on the job training* karena jumlah produk baru yang banyak pada setiap bulan, menyebabkan *sales counter* kesulitan mempelajari atau mempraktekkan setiap produk. Hal ini menyebabkan *sales counter* kurang percaya diri dalam mempraktekkan atau menjalankan produk tersebut ke konsumen, sehingga konsumen akan ragu dalam melakukan pembelian yang akan mempengaruhi penurunan penjualan produk serta kinerja *sales counter*.

Fenomena ini telah menjadi tantangan tersendiri bagi PT Wellcomm Ritelindo Pratama dalam melakukan proses *training* kepada *sales counter*. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *Product Knowledge Training* dan *On the Job Training* Terhadap *Employee Performance*”**  
**Telaah Pada: PT Wellcomm Ritelindo Pratama Pada Wilayah Tangerang.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh positif antara *product knowledge training* terhadap *employee performance* di PT Wellcomm Ritelindo Pratama?
2. Apakah ada pengaruh positif antara *on the job training* terhadap *employee performance* di PT Wellcomm Ritelindo Pratama?

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Variabel yang akan diteliti oleh peneliti adalah *product knowledge training*, *on the job training* dan *employee's performance*.
2. Responden yang akan diteliti adalah karyawan di level *sales counter* di wilayah Tangerang dan berstatus sebagai karyawan tetap.
3. Responden yang akan diteliti hanya berada di wilayah Tangerang yang terjangkau oleh peneliti.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *product knowledge training* terhadap *employee's performance* di PT Wellcomm Ritelindo Pratama.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *on the job training* terhadap *employee's performance* di PT Wellcomm Ritelindo Pratama.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis
  - a. Diharapkan akan memberikan tambahan pengetahuan di bidang sumber daya manusia khususnya yang berkaitan dengan *product knowledge training, on the job training, dan employee's performance*.
  - b. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya.
2. Manfaat Bagi Perusahaan
  - a. Diharapkan agar perusahaan bisa lebih memahami pengaruh antara *product knowledge training* dan *on the job training* terhadap *employee's performance*.

- b. Diharapkan agar perusahaan terus meningkatkan kualitas *training* terutama *product knowledge training* dan *on the job training* untuk *sales counter*.

## **1.6 Metode dan Sistematika Penulisan Laporan Penelitian**

### **1.6.1 Metode Penelitian**

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:180) metode pengumpulan data terdiri dari:

- a. Data Primer (*Primary Data*)

Informasi yang didapatkan oleh “tangan pertama” oleh peneliti dalam variabel yang terkait untuk tujuan studi yang spesifik.

- b. Data Sekunder (*Secondary*)

Informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Kuisisioner

Kuisisioner adalah daftar pertanyaan/ pernyataan yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data secara langsung dari sumbernya melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan/ pernyataan (Oei, 2010:161)

b. Riset Kepustakaan/ *Library Research*

Menurut Zed (2008:3) riset kepustakaan adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelolah bahan penelitian.

c. Wawancara/ *Interview*

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:186) interview dibagi menjadi terstruktur atau tidak terstruktur dan dilakukan secara tatapan muka, dengan telepon atau *online*. Wawancara adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual. (Malhotra, 2010 dalam Oei, 2010:44)

## 1.6.2 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Sistematika dalam penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian yang membahas konsep – konsep yang terkait dengan *product knowledge training, on the job training*, dan *employee's performance*

## BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan data, teknik pengumpulan sampel dan teknik analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

## BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan melalui data – data yang telah dikumpulkan, pengujian statistik dan analisis hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

## BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan, dan saran yang didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan.