

Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Pemasaran Karyawan PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari

¹ Wa Yanti, ²H. Mustakim, ³H. Akhyar Abdullah

¹Mahasiswa dan ^{2,3}Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari Sulawesi Tenggara, Indonesia

wayanti38@gmail.com

ABSTRACT

This study aims: to determine the effect of work experience on the performance of PT. Hasjrat Abadi Kendari Branch. The population in this study were all marketing staff of PT. Hasjrat Abadi Kendari Branch, amounting to 60 people using a sample of 30 marketing staff.

This research was conducted by distributing questionnaires to 30 respondents and analyzed using Simple Linear Regression analysis. This model emphasizes the Effect of Work Experience on the Performance of PT. Hasjrat Abadi Kendari Branch and the analysis was processed using SPSS Version 20. The results of this study indicate that work experience has a significant effect on the performance of marketing personnel with a regression coefficient of 0.489 which means that work experience has a significant effect on the performance of marketing personnel. This can be seen from the T value of work experience obtained 4.961 with a significant value = 0,000 <0.05, which means that work experience has a significant effect on the performance of the sales force.

Keywords: Work Experience, Performance of Marketing Personnel

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi pada saat ini setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi segala jenis persaingan dalam bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan pesaing. Karena adanya kompleksitas dalam persaingan yang dihadapi maka setiap perusahaan harus mampu selalu meningkatkan kinerjanya. Keberhasilan dari perusahaan didukung oleh berbagai unsur-unsur penting yang harus ditingkatkan salah satunya adalah kinerja tenaga penjual, untuk itu tenaga penjual harus memiliki kemampuan yang mendukung keberhasilan perusahaan dalam pencapaian tujuan dari perusahaan.

Sumber daya manusia atau disebut tenaga kerja menjadi aset berharga bagi perusahaan. Kondisi perusahaan akan sangat bergantung pada tenaga kerja yang ada, jika tenaga kerja memiliki kinerja yang baik maka akan semakin baik pula untuk perkembangan perusahaan dan begitu pula jika tenaga kerja memiliki kinerja yang buruk maka akan berdampak buruk juga dan menghambat perkembangan perusahaan. Tidak jarang perusahaan harus melakukan pergantian pada tenaga kerja yang dimiliki karena tenaga kerja tidak mampu menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan. Oleh karna itu setiap perusahaan harusnya memiliki kriteria-kriteria yang sesuai dengan tujuan perusahaan dalam melakukan perekrutan tenaga kerja baru.

PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang otomotif di Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. Salah satu aktivitas usaha dari perusahaan ini adalah melakukan pemasaran produk motor. Mengingat bahwa saat ini di kota Kendari telah banyak perusahaan yang menawarkan produk yang serupa dengan PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari, maka mereka terus dituntut untuk terus meningkatkan kinerja khususnya kinerja tenaga penjual. Sebagai salah satu perusahaan jasa penyedia kendaraan bermotor, PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari profesional dalam memberdayaguna tenaga kerja yang ada untuk mampu bertahan dan memenangkan persaingan pasar.

PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari tetap berusaha meningkatkan penjualannya agar lebih unggul dari para pesaingnya, banyak strategi yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuannya, salah satunya dalam hal tenaga kerja. Dalam menjalankan pemasaran produknya, PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari mengaplikasikan bauran promosi personal selling. Mereka merekrut dan melatih banyak tenaga penjual yang merupakan ujung tombak dari keberhasilan pencapaian penjualan perusahaan. Dalam prakteknya, selama ini kinerja dari para tenaga penjual banyak yang mengalami keberhasilan, namun ada juga yang tidak berhasil dan digantikan oleh perusahaan. Rata-rata penjualan perbulan mencapai 80%. Dimana seorang tenaga penjual harus menjual sembilan unit motor perbulannya (sumber: Mahmudin, kepala bagian umum PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari).

PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari memerlukan tenaga kerja yang memiliki pengalaman kerja. Menurut Handoko (2014:24) pengalaman kerja merupakan penguasaan pengetahuan dan keterampilan karyawan yang diukur dari lama masa kerja, tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan. Pengalaman hanya bisa didapatkan melalui tempat kerja Hal tersebut dapat di perhatikan dalam proses perekrutan tenaga kerja baru agar tidak mendapatkan tenaga kerja yang kurang berperan baik bagi perusahaan, karena bagi perusahaan hal tersebut akan membebani biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dan menyebabkan kerugian, diperlukannya tenaga kerja yang memiliki pengalaman kerja agar tenaga kerja mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal ataupun internal perusahaan. Keunikan aset SDM ini mensyaratkan pengolahan yang berbeda dengan aset lain, sebab aset ini memiliki pikiran, perasaan, perilaku sehingga jika dikelola dengan baik akan mampu memberi sumbangsih bagi kemajuan organisasi secara aktif, dengan ini pula perusahaan harus lebih selektif dalam menentukan kriteria yang akan menjadi tenaga kerja, jika di pilih calon pekerja yang sudah berpengalaman akan lebih efektif karena perusahaan tidak perlu lagi melakukan pembinaan dari dasar yang tentunya akan memerlukan waktu dan dana yang besar.

Karyawan yang sudah mempunyai pengalaman kerja lebih baik dampaknya untuk perusahaan. Informasi tentang faktor-faktor yang melandasi kerja karyawan sangat dibutuhkan organisasi, tidak hanya untuk menghindari kesalahan membuat keputusan sumber daya manusia yang efektif, namun juga perlu sebagai saran mendaya gunakan karyawan sehingga mampu meningkatkan produktifitas kinerja karyawan dan kinerja karyawan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja adalah suatu ukuran tentang lama waktu atau masa kerjanya yang telah ditempuh seseorang dalam memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakannya dengan baik (Foster 2001:40).

Menurut Handoko (2014:24) pengalaman kerja merupakan penguasaan pengetahuan dan keterampilan karyawan yang diukur dari lama masa kerja, tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan. Pengalaman hanya bisa didapatkan melalui tempat kerja.

Karyawan yang memiliki pengalaman kerja biasanya lebih mahir dan mampu mengambil keputusan. Keputusan yang diambil berdasarkan pengalaman biasanya lebih efektif menyangkut pengetahuan, penerapan sehingga menjadi pertimbangan bagi pengambilan keputusan kedepannya.

Karyawan yang memiliki pengalaman kerja biasanya lebih banyak diincar organisasi yang membutuhkan karyawan profesional. Karena itu, penting diketahui lebih lanjut pengaruh dari pengalaman kerja di organisasi. Bertujuan agar organisasi dapat mempertimbangkan karyawan yang bekerja dan pelayanan kepada konsumen untuk menjaga standar kualitas karyawan. Seorang karyawan yang memiliki bakat serta keahlian khusus, artinya ia merupakan asset organisasi yang pantas dipertahankan (Fahmi, 2010:21).

Indikator pengalaman kerja (Foster, 2001:43) yaitu :

1. Lama waktu/ masa kerja.
Ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas – tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik.
2. Tingkat pengetahuan yang dimiliki.
Pengetahuan merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, kebijakan atau informasi lain yang dibutuhkan oleh karyawan. Pengetahuan juga mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi pada tanggung jawab pekerjaan. keterampilan.
3. Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan.
Tingkat penguasaan seseorang dalam pelaksanaan aspek – aspek tehnik peralatan dan tehnik pekerjaan.
4. Tingkat keterampilan yang dimiliki.
Keterampilan merujuk pada kemampuan fisik yang dibutuhkan untuk mencapai atau menjalankan suatu tugas atau pekerjaan.

B. Konsep Kinerja Tenaga Pemasaran

Mangkunagara (2002:22) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

Prawirosentono (2008:2) menjelaskan bahwa kinerja ialah buah kerja yang diselesaikan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan tugas dan tanggung jawab dalam upaya untuk mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar ketentuan hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Kinerja tenaga pemasaran sebagai suatu bentuk evaluasi dari kontribusi-kontribusi tenaga pemasaran untuk mencapai tujuan-tujuan dari sebuah

organisasi (Baldauf, 2002). Kinerja tenaga pemasaran menjadi salah satu aspek penting dalam penilaian kinerja organisasi tersebut secara keseluruhan. Hal tersebut karena tenaga pemasaran merupakan bagian dari organisasi yang memegang peran penting untuk menjual produk dari organisasi.

Menurut (Sujan,1994:23) kinerja tenaga pemasaran dibentuk oleh lima indikator, yaitu:

1. Kemampuan menghasilkan pendapatan tinggi
2. Kemampuan menjual produk dengan *profit margin* yang tinggi
3. Kemampuan diatas target penjualan yang ditentukan
4. Kemampuan menjual produk baru dengan cepat
5. Kedisiplinan

C. Hubungan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja karyawan (Tenaga Pemasaran)

Pengalaman Kerja sangat berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan (Tenaga Pemasaran). Karyawan akan lebih mudah dan cepat dalam melaksanakan pekerjaan atau tugasnya, karena mempunyai pengalaman yang lebih dalam pekerjaannya. Sehingga ini akan meningkatkan kinerjanya dan juga meningkatkan kinerja perusahaan. Adanya hubungan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan didukung oleh pendapat dari Robbins dan Timothy (2008:162) menyatakan bahwa “pengalaman kerja adalah tingkat penguasaan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam bekerja yang tampaknya menjadi sebuah dasar perkiraan yang baik atas kinerja karyawan”.

Setiap faktor ini pasti memberi pengaruh, walaupun ada yang dominan dan tidak, pengalaman kerja adalah salah satu faktor yang mampu mempengaruhi kinerja, di mana pengalaman kerja karyawan yang mampu membuat karyawan untuk bekerja lebih kreatif dan inovatif karena telah memiliki pengalaman dalam mengatasi suatu masalah dan kendala-kendala dalam menyelesaikan tugas. Memang jika berbicara tentang organisasi tidak terlepas dari masalah kinerja karyawan dan hal ini tidak habis-habisnya untuk dibahas. Oleh karena itu penilaian terhadap prestasi kerja menjadi sangat penting bagi suatu organisasi, dimana organisasi juga sebagai alat pendorong untuk meningkatkan kemampuan pegawai/karyawan yang nantinya berdampak pada kinerja pegawai/karyawan itu sendiri.

Menurut manulang (1994:15), pengalaman kerja adalah proses pembentukan pengetahuan atau keterampilan tentang metode suatu pekerjaan karena keterlibatan karyawan tersebut dalam pelaksanaan tugas dan pekerjaan. Menurut Mangkunegara (2006:67), kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.

D. Penelitian Terdahulu

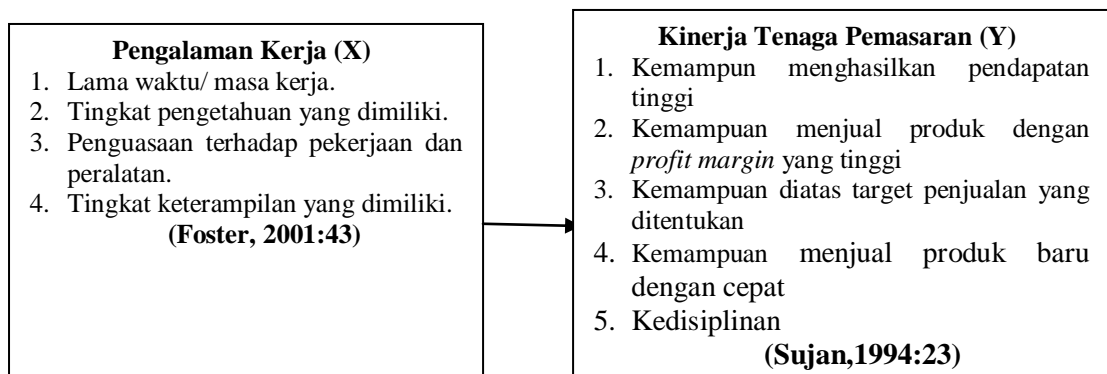
1. Penelitian Erwin Resmawan (2016), Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Laham Kabupaten Mahakam Ulu. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Kantor Kecamatan Laham berjumlah 58 orang. Dan sampelnya adalah seluruh populasi yaitu 58 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan angket dan observasi langsung di lapangan. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan analisis statistik menggunakan rumus korelasi product moment, regresi linier,

kecermatan prediksi dan koefisien determinasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pertama, ternyata kinerja tenaga pegawai di Kantor Kecamatan Laham sangat meningkat. Hal ini dapat diketahui dari analisis variabel kinerja pegawai yang menyatakan bahwa kinerja pegawai adalah sangat baik. Kedua, terdapat hubungan (korelasi) yang positif dan signifikan antara pengalaman kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Laham Kabupaten Mahakam Ulu, dengan korelasi 0,049. Ketiga, pengalaman kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Laham Kabupaten Mahakam Ulu. Keempat, besarnya pengaruh pengalaman kerja adalah 4,9% yang berarti bahwa sisanya yang 95,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor-faktor lain.

2. Penelitian Andika Dwi Putra Pamungkas (2016), Pengaruh Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kemampuan Kerja Dan Kinerja Karyawan Pada Karyawan PT. INKA (Persero). Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dari penelitian ini adalah 269 karyawan pada PT. INKA (Persero). Data dianalisis dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang dibantu dengan program komputer *SPSS for windows ver 23*. Hasil analisis jalur dapat disimpulkan bahwa variabel pendidikan (X1) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap variabel kemampuan kerja (Y1) dengan nilai koefisien jalurnya sebesar 0,057 dan variabel pengalaman kerja (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan kerja (Y1) dengan nilai koefisien jalurnya sebesar 0,709. Sedangkan variabel pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,224 dan variabel pengalaman kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,259. selanjutnya kemampuan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,280.

E. Kerangka Pikir

Kerangka konseptual/kerangka berfikir merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan menurut (Sujarweni, 2015:67). Berdasarkan teori yang diuraikan seta penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



F. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak ada pengaruh signifikansi antara pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran karyawan PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari.
2. H_1 : Ada pengaruh signifikansi antara pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran karyawan PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari. Yang berlokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 62, Mataiwoi, Wua-Wua Kota Kendari. Alasan penulis melakukan penelitian di PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari karena ada masalah di tempat tersebut dimana selama ini kinerja dari para marketing banyak yang mengalami keberhasilan, namun ada juga yang tidak berhasil dan digantikan oleh perusahaan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan/Tenaga Pemasaran di PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari sebanyak 60 orang.

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari yang ada di kantor cabang sebanyak 12 orang, tenaga pemasaran outlet Pasar Baru sebanyak 5 orang, tenaga pemasaran outlet Mandonga sebanyak 8 orang dan tenaga pemasaran outlet Sanua sebanyak 5 orang. Jadi sampel penelitian adalah sebanyak 30 responden

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder.

D. Teknik Analisis Data

1. Metode Uji Instrumen

- a. Uji validitas
- b. Uji Reliabilitas

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengalaman kerja (variabel bebas) terhadap kinerja tenaga pemasaran (variabel terikat) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (kinerja tenaga pemasaran)

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X= Variabel independen (pengalaman kerja)

(Arikunto, 2002:264)

3. Uji Hipotesis

- a. Uji signifikasi parsial (uji- t)

b. Koefisien Determinasi (R^2)

c. Koefisien Korelasi (R)

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel pada penelitian ini adalah:

1. Pengalaman Kerja (X)

Variabel *independen* (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang lain. Pengalaman kerja adalah tingkat penguasaan pengetahuan dan teknologi yang dimiliki seseorang/karyawan yang dilakukan selama beberapa periode tertentu. Variabel ini diukur dengan 4 indikator: Lama waktu/masa kerja, Tingkat pengetahuan yang dimiliki, Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan, dan Tingkat keterampilan yang dimiliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. Hasjrat Abadi didirikan pada tahun 1956 sebagai importir plastik, kaca, industri, dan alat pertanian. Selama dua dekade berikutnya, Hasjrat Abadi berevolusi untuk memenuhi peluang dan lini baru di pasar dan untuk membentuk citra bisnis utamanya. Produk-produk yang dipasok selama tahun-tahun awal tersebut adalah semen, pintu kayu, alat elektronik Samsung dan Uchida, serta kendaraan roda empat.

Pada tahun 1965, PT. Hasjrat Abadi menjadi distributor eksklusif sepeda motor Yamaha di Manado, kemudian diperluas sampai kewilayah Maluku dan Papua. Saat ini wilayah tersebut telah diperluas lagi menjadi 14 kantor cabang yang telah tersebar di beberapa daerah di Indonesia Tengah dan Timur.

Salah satu cabang PT. Hasjrat Abadi adalah PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari yang mulai beroperasi pada bulan Mei tahun 2001. PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari beralamat di Jl. Ahmad Yani, No. 62 Kelurahan Mataiwoi, Kecamatan Wua-Wua, Kendari, Sulawesi Tenggara. Kegiatan usaha PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari adalah penjualan berbagai produk otomotif diantaranya sepeda motor Yamaha, *sparepart* Yamaha, *olie*, ban mobil *extra millege*, aksesoris mobil dan motor serta Yamaha *Outboard Motors*. Selain produk otomotif, perusahaan ini juga memasarkan mesin pertanian, *genset*, dan bahan bangunan (cat). Di samping kegiatan penjualan, PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari juga memberikan layanan *service* kendaraan bermotor.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Sebanyak 30 kuesioner yang diberikan kepada responden semuanya dikembalikan. Dengan demikian tingkat pengembalian kuesioner responden yang diperoleh adalah 100%. Adapun gambaran mengenai karakteristik responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Umur

Berdasarkan data deskripsi karakteristik responden menurut umur menunjukkan bahwa responden yang dominan adalah usia 28-34 yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar (66,67%). Usia responden ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia yang produktif.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik responden penelitian untuk jenis kelamin laki-laki lebih dominan dari responden perempuan yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 70%. Sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 9 orang atau 30% orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang mendominasi yaitu responden yang berpendidikan (Sarjana) yakni 20 orang atau sebesar 66,67%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari adalah rata-rata berpendidikan setingkat S1, dimana pendidikan tersebut sudah mempunyai pengetahuan yang baik dalam menjalankan tugas maka akan lebih meningkatkan kinerja tenaga pemasaran perusahaan.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Masa Kerja Saat Ini

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan lama masa kerja saat ini tingkat persentase yang terbesar adalah responden yang lama masa kerja saat ini ≥ 7 tahun yakni 10 orang atau sebesar 33,33%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari adalah rata-rata masa kerja saat ini, dimana lama masa kerja tersebut sudah mempunyai pengalaman yang baik dalam menjalankan tugas maka akan lebih meningkatkan kinerja tenaga pemasaran perusahaan.

C. Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel. 4.5

Penentuan Kategori Rata-Rata Skor Pernyataan

No	Nilai Rata-rata Skor Jawaban	Makna Kategori/Interpretasi
1	$X \leq 1,5$	Sangat Rendah/Tidak Baik
2	$1,5 < X \leq 2,5$	Rendah/ Kurang Baik
3	$2,5 < X \leq 3,5$	Cukup Tinggi/Cukup Baik
4	$3,5 < X \leq 4,5$	Tinggi/Baik
5	$X > 4,5$	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber : Arikunto, 2002

1. Deskripsi Variabel Pengalaman Kerja

Variabel pengalaman kerja pada penelitian ini diukur dengan 4 indikator, dimana masing-masing pernyataan responden dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Lama Waktu/Masa Kerja

Berdasarkan jawaban hasil responden indikator lama waktu/masa kerja diperoleh rata-rata skor sebesar 4,18, dapat dikategorikan berada pada range tinggi. Artinya tanggapan tenaga pemasaran atas lama waktu/masa kerja memberikan pengaruh yang baik terhadap kinerja tenaga pemasaran.

b. Tingkat Pengetahuan yang Dimiliki

Berdasarkan jawaban hasil responden indikator tingkat pengetahuan yang dimiliki secara keseluruhan tingkat pengetahuan yang dimiliki pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 3,92.

c. Penguasaan Terhadap Pekerjaan dan Peralatan

Berdasarkan Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item pernyataan pada indikator penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan menunjukkan bahwa secara keseluruhan penguasaan terhadap pekerjaan

dan peralatan pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 4,08.

d. Tingkat Keterampilan yang Dimiliki

Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item pernyataan pada indikator tingkat keterampilan yang dimiliki menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat keterampilan yang dimiliki pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 4,15.

2. Deskripsi Kinerja Tenaga Pemasaran

Variabel Kinerja tenaga pemasaran dalam penelitian ini diukur dengan 5 indikator, dimana masing-masing pernyataan responden dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan Menghasilkan Pendapatan Tinggi

Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item pernyataan secara keseluruhan kemampuan menghasilkan pendapatan tinggi pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 3,93.

b. Kemampuan Menjual Produk dengan *Profit Margin* yang Tinggi

Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item pernyataan secara keseluruhan kemampuan menjual produk dengan *profit margin* yang tinggi pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 3,88

c. Kemampuan Diatas Target Penjualan yang Ditentukan

Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item secara keseluruhan kemampuan diatas target penjualan yang ditentukan pada *Marketing* PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 4,07.

d. Kemampuan Menjual Produk Baru dengan Cepat

Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item pernyataan secara keseluruhan kemampuan menjual produk baru dengan cepat pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 4,15.

e. Kedisiplinan

Hasil kategorisasi terhadap masing-masing item secara keseluruhan kedisiplinan pada tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari masuk kategori tinggi dengan rata-rata 4,22.

D. Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana yang menguji pengaruh variabel pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 4.17

Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	T _{hitung}	T Signifikan	Hasil
Pengalaman Kerja (X)	0,489	4,961	0,000	Signifikan

Nilai Konstanta = 16,637 dengan signifikan 0,000 R = 0,684 R Square = 0,468 Standar Error = 2,287	N = 30 $\alpha = 0,05$
--	---------------------------

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian model regresi linear sederhana tersebut, maka model regresi yang menyatakan pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$= 16,637 + (0,489)X$$

Y = Kinerja tenaga pemasaran
 a = konstanta
 X = Pengalaman kerja

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana seperti pada tabel 4.17 di atas, maka dapat dikemukakan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta

Nilai konstanta (a) sebesar 16,637 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$), maka dapat diinterpretasikan bahwa secara statistik konstanta (a) tersebut berbeda dengan nol ($a \neq 0$). Oleh karena itu, nilai konstanta tersebut dapat dimasukkan dalam model regresi.

2. Koefisien Regresi

Koefisien regresi linear pengalaman kerja sebesar 0,489 artinya jika pengalaman kerja tenaga pemasaran sebesar 1 tingkat dalam jawaban responden maka kinerja tenaga pemasaran akan meningkat sebesar 0,489. Dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap.

3. Koefisien Korelasi (R)

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,684. Ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan langsung antara variabel pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran sebesar 0,684. Untuk mengetahui keeratan hubungan antara pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran, maka digunakan tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.18 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Koefisien
0,00 - 0,199	Hubungan sangat rendah
0,20 - 0,399	Hubungan rendah
0,40 - 0,599	Hubungan sedang
0,60 - 0,799	Hubungan kuat
0,80 - 1,000	Hubungan sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2009:184)

Berdasarkan tabel 4.18 sebelumnya di atas telah ditemukan nilai koefisien korelasi sebesar 0,684. Nilai tersebut termasuk pada kategori kuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari.

4. Koefisien Derteminasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,468. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman kerja mempengaruhi kinerja tenaga pemasaran sebesar 46,8%. Selebihnya yaitu 53,2% dikarenakan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

5. Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan apakah variabel pengalaman kerja berpengaruh terhadap kinerja tenaga pemasaran pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari dilakukan pengujian berikut:

Tabel 4.19
Hasil Analisis Uji T

Variabel Bebas	T hitung	Sig t
Pengalaman Kerja	4,961	0.000

Sumber: data primer diolah, 2019

Dari tabel tersebut terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis pengalaman kerja menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,961 dengan taraf signifikansi 0,000, taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 . dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis “pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikansi terhadap kinerja tenaga pemasaran”.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketika variabel tersebut berpengaruh signifikan artinya semakin tinggi pengalaman kerja tenaga pemasaran maka mengakibatkan semakin tinggi pula kinerja tenaga pemasaran yang dihasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hasil yang diajukan. Penjelasan dari pengaruh variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran, melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,961 dengan taraf signifikansi 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 . Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran dapat dilihat R square sebesar 0,468 atau 46,8%, pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran dan 53,2% dipengaruhi faktor lain di luar variabel pengalaman kerja. Sedangkan untuk hubungan pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran sebesar 0,684 atau sebesar 68,4% yang artinya mempunyai hubungan kuat. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga pemasaran. Pengujian membuktikan pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap

kinerja tenaga pemasaran. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran, melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,961 dengan taraf signifikansi 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 . Dengan demikian pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga pemasaran karyawan PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari”.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan sehubungan dengan pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja tenaga pemasaran karyawan PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari yaitu pengalaman kerja tenaga pemasaran PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari sudah termasuk dalam kategori tinggi, namun pada indikator Tingkat Pengetahuan yang Dimiliki, seperti karyawan harus mampu menguasai bidang tugasnya dan harus memiliki wawasan yang berhubungan dengan bidang tugasnya perlu ditingkatkan. Oleh sebab itu, perusahaan harus lebih memperbanyak pelatihan kerja untuk tenaga pemasaran agar meningkatkan pengetahuan yang dimiliki mengenai bidang tugasnya dan akan berdampak pada kinerja tenaga pemasaran bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asri, Marwan. 1986. *Pengelolaan Karyawan*. Yogyakarta : BPFE.
- Astarini, Luh, Iketut Kirya dan Ni Nyoman Yulianathini. 2014. Pengaruh Pengalaman Kerja, Kompetensi sosial dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Pemasaran PT. Adira Finance, Singaraja. *E-jurnal. Bisma Universitas Pendidikan Ganesa*.
- Baldauf, A. Cravens, D.V. 2002. “The effect of moderators on the salesperson behavior performance and salesperson outcome performance and sales organization effectiveness relationships”.
- Djamhur Hamid. 2016. Pengaruh Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kemampuan Kerja Dan Kinerja Karyawan pada Karyawan PT. INKA (Persero). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 43 No. 1 Februari 2016*.
- Erwin Resmawan. 2016. Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Laham Kabupaten Mahakam Ulu. *Jurnal Pemerintahan Integratif Volume 6 Nomor 3*.
- Fahmi, Irham. 2010. *Manajemen akinerja Teoro dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Foster, Bill. 2001. *Pembinaan untuk Peningkatan Kinerja Karyawan*. PPM : Jakarta.

- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariant dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi: Edisi Ke 1*. Yogyakarta: BPFE.
- Mangkunagara, Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Manulang.2011."PengalamanKerja".Skripsimanajemen.BlogSpot.co.id/2011/02/pengertian-pengalaman-kerja.Html. diakses 28 Desember 2016.
- Mondy, R. Wayne, 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi10/I. Jakarta: Erlangga.
- Prawirosentono, Suyadi. 2008. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Ranupandojo. 2002. *Manajemen Personalialia*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sujan, Harist, Barton A. Weitz & Nirmalya Kumar. 1994. "Learning Orientation, Working Smart, and Effective Selling", *Jurnal of Marketing*, Vol.56.
- Trijoko, Prasataya. 1980. *Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: Renika.