



Pengaruh keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif dan orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan

Ananur Khayatun Nufuz^{*}), Maria Augustine Graciafermandy

Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Kota Semarang

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 27-12-2023

Disetujui: 01-04-2024

Dipublikasikan: 22-04-2024

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif dan orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan. Kinerja tenaga penjualan yang baik dapat menguntungkan perusahaan. Hal itu dikarenakan apabila tenaga penjual dapat mencapai target penjualan yang tinggi maka keuntungan yang didapat akan tinggi juga. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, dengan populasi yang terdiri dari staff tenaga penjualan pada perusahaan asuransi jiwa di Kota Semarang. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih melalui teknik sampling jenuh. Dalam penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui kuisioner google form dan analisis data menggunakan SPSS versi 25, analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kemampuan menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, perilaku penjualan adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan dan orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.

The influence of selling skills, adaptive sales behavior and customer orientation on sales performance

Abstract

Keywords:

adaptive sales behavior; customer orientation; sales performance; selling skills

This study was conducted to empirically examine the influence of selling skills, adaptive selling behavior, and customer orientation on sales force performance. Good sales force performance can benefit the company because if sales personnel can achieve high sales targets, the profits obtained will also be high. The research method used was quantitative research, with the population consisting of sales staff at life insurance companies in the city of Semarang. The research sample consisted of 100 respondents selected through saturation sampling techniques. Data collection in this study was conducted through a Google Forms questionnaire, and data analysis was performed using SPSS version 25, with data analysis using Partial Least Squares (PLS). The results of this study indicate that selling skills have a positive and significant influence on sales force performance, adaptive selling behavior has a positive and significant influence on sales force performance, and customer orientation has a positive and significant influence on sales force performance.

✉Alamat korespondensi: ananurkn@gmail.com¹, gracefermandy@gmail.com²

PENDAHULUAN

Kinerja tenaga penjualan memiliki peranan penting dalam mencapai keberhasilan penjualan suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan unggul dilihat dari kinerja tenaga penjualannya. Apabila tenaga penjual memiliki keterampilan menjual yang baik maka keuntungan yang didapat juga akan meningkat. Menurut Kertocahyono et al. (2021) tenaga penjual dengan keterampilan penjualan yang tinggi memberikan kontribusi yang signifikan dalam pencapaian kinerja yang bersangkutan dalam mencapai target.

Tenaga penjual yang sukses dan berkinerja baik adalah mereka yang mempunyai kemampuan menjual secara adaptif. perilaku penjualan adaptif (*adaptive selling*) adalah penjualan dimana salesman sedemikian fleksibel untuk pendekatan kepada konsumen, merasa percaya diri ketika harus merubah rencana, serta mencari cara presentasi yang sesuai untuk satu pelanggan dengan pelanggan yang lainnya. Penjualan adaptif merupakan kemampuan dalam menjual produk dengan melakukan modifikasi komunikasi interaktif dengan pelanggan (Agustina, 2016).

Tingkat pertumbuhan asuransi jiwa secara langsung terkait dengan kinerja tenaga penjualan. Tenaga penjualan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan melalui penjualan produk. Semakin baik tenaga penjualan dalam menjalankan tugas mereka, semakin banyak peserta asuransi jiwa yang dapat mereka jual, sehingga akan meningkatkan pertumbuhan pendapatan perusahaan asuransi jiwa.

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Peserta Asuransi Jiwa

Tahun	Jumlah Peserta	% Pertumbuhan
2017	7.489.541	-
2018	8.692.814	16,1%
2019	11.953.610	37,5%
2020	9.501.106	-20,5%
2021	6.602.085	-30,5%

Sumber: www.ojk.go.id (2023)

Berdasarkan Tabel 1. pertumbuhan jumlah peserta asuransi jiwa syariah pada tahun 2 tahun terakhir mengalami penurunan. Pada tahun 2020 pertumbuhan jumlah peserta asuransi mengalami penurunan 20,5 persen. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 30,5 persen. Penurunan jumlah peserta asuransi ini mengindikasikan adanya penurunan pada kinerja tenaga penjualnya (Graciafernandy et al., 2022).

Banyak studi telah menunjukkan pengaruh signifikan antara *adaptif selling* dan kinerja tenaga penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Pan et al. (2023), Hamdani and Santoso (2022), Zuraida (2022), Rianita (2022) dan Yeo and Jan (2022) menyatakan bahwa perilaku penjualan adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Meskipun studi terdahulu menunjukkan hubungan

yang signifikan namun masih juga ditemukan tidak adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut. Hal ini dapat dilihat dari studi yang dilakukan oleh Hartantoa et al. (2022), Rahmawan (2023), dan Scholz et al. (2021) yang menyatakan bahwa perilaku penjualan adaptif tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

Berangkat dari inkonsistensi penelitian terdahulu ini, maka penelitian ini akan menguji bagaimana pengaruh *adaptive selling* terhadap kinerja tenaga penjual. Dalam penelitian ini juga akan menguji hubungan antara variabel *selling skill*, orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan.

Kinerja Tenaga Penjualan

Menurut Evita (2023) kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang diperoleh dari pekerjaan. Kinerja tim penjualan adalah serangkaian indikator yang dirancang untuk mengendalikan departemen penjualan dalam perusahaan dan secara akurat menentukan tanggung jawab dan aktivitas departemen penjualan. Kinerja tenaga penjualan adalah suatu tingkatan dimana seorang tenaga penjual dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan pada dirinya (Purbasari & Veno, 2019). Keberhasilan tenaga penjualan dilihat dari seberapa banyak tenaga penjualan dapat menambah nasabah untuk perusahaannya. Sedangkan menurut Arma et al. (2017) kinerja tenaga penjualan adalah keseluruhan hasil yang diraih dalam mencapai tujuan sesuai dengan target yang diberikan oleh perusahaan. Terpenuhinya target perusahaan menjadi tolak ukur kinerja tenaga penjualan terhadap keberhasilannya.

Keterampilan Menjual

Menurut Arma et al. (2017) keterampilan menjual adalah kemampuan yang berupa pengetahuan dan keterampilan serta teknik-teknik yang dimiliki oleh tenaga penjualan dalam proses menjual untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Seorang tenaga penjual harus memiliki keterampilan menjual dan mengendalikan interaksi dengan orang lain. Seorang tenaga penjual harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang produk yang ditawarkan dan bagaimana cara kerjanya. Hal itu juga harus didukung dengan keahlian tenaga penjual dalam mempresentasikan produk secara efektif kepada calon pelanggan. Menurut Wahyudi et al. (2022) keterampilan menjual dapat berasal dari bakat yang telah dibawa sejak lahir yang kemudian diasah melalui intuisi, pengetahuan dan pengalaman. Keterampilan menjual merupakan aktivitas yang dilakukan oleh *sales* yang bertujuan untuk membangun hubungan bisnis dengan pelanggan. Keterampilan menjual merujuk pada ketrampilan dan kemampuan yang diperlukan oleh seorang *salesperson* untuk menjalankan tugas penjualan dengan efektif. Sumirat et al. (2017) menyatakan bahwa keterampilan menjual juga harus memiliki nilai, dimana nilai tersebut mengarah kepada kepercayaan pelanggan terhadap tenaga penjual ataupun barang yang ditawarkan.

Perilaku Penjualan Adaptif

Menurut Hidayanti and Rusdianti (2017) penjualan adaptif adalah perubahan perilaku penjualan selama berinteraksi dengan pelanggan. Perilaku penjualan adaptif merupakan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan. Kemampuan memodifikasi komunikasi sebelum, selama ataupun sesudah berinteraksi dengan pelanggan. Menurut Agustina (2016) perilaku penjualan adaptif (*adaptive selling*) adalah penjualan dimana salesman sedemikian fleksibel untuk pendekatan kepada konsumen, merasa percaya diri ketika harus merubah rencana, serta mencari cara presentasi yang sesuai untuk satu pelanggan dengan pelanggan yang lainnya. Penjualan adaptif merupakan kemampuan dalam menjual produk dengan melakukan modifikasi komunikasi interaktif dengan pelanggan. Perilaku penjualan adaptif merujuk pada kemampuan seorang *salesperson* untuk menyesuaikan pendekatan dan strategi penjualan mereka sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Setyawati and Helmy (2018), beberapa indikator yang dapat digunakan dalam perilaku penjualan adaptif seperti teknik penjualan, kemampuan negosiasi, dan mempunyai informasi situs penjualan yang berbeda.

Orientasi Pelanggan

Menurut Zuraida (2022) orientasi pelanggan diartikan sebagai pemahaman yang menandai terhadap pembeli sasaran yang diberikan secara terus menerus. Pemahaman yang dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan pada saat ini maupun dimasa yang akan datang. Agustina (2016) mendefinisikan orientasi pelanggan adalah bagaimana cara kita memahami kebutuhan konsumen dan menyesuaikan timbal balik dari pelanggan kepada tenaga penjual yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan. Orientasi pelanggan dalam penjualan sangat dibutuhkan dan menjadi peran penting bagi perusahaan. Hal itu dikarenakan dengan adanya orientasi pelanggan perusahaan akan dapat dengan mudah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan apabila identifikasi tersebut sesuai dengan harapan pelanggan, maka perusahaan akan mendapatkan timbal balik dari pelanggan. Orientasi pelanggan merujuk pada pendekatan dan sikap yang berfokus pada kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, menurut Dewi and Nuzuli (2017) indikator yang dapat digunakan dalam orientasi pelanggan seperti kepuasan pelanggan, kebutuhan pelanggan, pelayanan yang berkualitas, dan upaya untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Hubungan Keterampilan Menjual Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Salah satu pengaruh penting dalam keterampilan menjual terdapat pada gaya komunikasi. Kemahiran dalam komunikasi dapat menjadi faktor pendorong keberhasilan kinerja tenaga penjualan dalam memikat minat konsumen. Tenaga penjualan harus dapat berkomunikasi dengan konsumen baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal (Kertocahyono et al., 2021).

Arma et al. (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa efek bekerja secara cerdas dan keras dari kinerja tenaga penjualan sangat berpengaruh dalam pencapaian pangsa pasar, terjualnya produk baru perusahaan, dan pencapaian target penjualan. Dalam hal ini seorang tenaga penjual harus memiliki kompetensi menjual yang tinggi sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan menjadi kunci kesuksesan seorang tenaga penjual dalam jangka panjang. Studi yang telah dilakukan oleh Arma et al. (2017), Kertocahyono, dkk (2020) mendapatkan hasil bahwa keterampilan menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Fajri et al. (2020) juga mengatakan keterampilan menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Berdasarkan hubungan logis diatas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Keterampilan menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.

Hubungan Perilaku Penjualan Adaptif Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Penjualan adaptif sebagai sarana perubahan perilaku penjualan saat berinteraksi dengan pelanggan maupun di luar proses interaksi dengan pelanggan. Penjualan adaptif dapat diukur dengan beberapa cara yakni pengukuran pengetahuan dan pemahaman situasi yang dihadapi tenaga penjual, penanganan situasi yang berbeda dari tenaga penjual, dan kepercayaan diri dari tenaga kerja terhadap situasi yang terjadi dan penanganan yang tenaga penjual lakukan (Hidayat & Kusumastuti, 2019). Studi yang telah dilakukan oleh Hidayat dan Kusumastuti (2019), Hamdani dan Santoso (2022) mendapatkan hasil bahwa penjualan adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Yeo and Jan (2022) juga mengatakan penjualan adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Berdasarkan hubungan logis diatas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H₂: Perilaku penjualan adaptif berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

Hubungan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

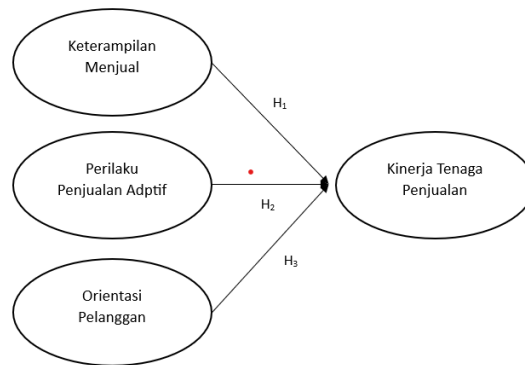
Menurut Zuraida (2022) sebagai tenaga penjual harus bisa melakukan orientasi terhadap pelanggan. Pendekatan salesman kepada pelanggan dapat menarik pelanggan untuk membeli produk. Hal itu dikarenakan apabila seorang salesman dapat berorientasi dengan baik terhadap pelanggan maka pelanggan akan mendapatkan kepuasan. Orientasi yang baik pula dapat memberikan kepuasan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang dan dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Studi yang telah dilakukan oleh Hidayat dan Kusumastuti (2019), Hamdani dan Santoso (2022) mendapatkan hasil bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Yeo and Jan (2022) juga mengatakan penjualan orientasi pelanggan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Berdasarkan hubungan logis diatas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H₃: Orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE

Deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan analisa korelasi sederhana untuk mengukur hubungan antar variabel. Penelitian ini dilakukan di perusahaan asuransi jiwa di Kota Semarang. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif dan orientasi pelanggan sebagai variabel bebas atau independent dan variabel kinerja tenaga penjualan sebagai variabel terikat atau *dependent*.

Sampel dalam penelitian ini adalah staff tenaga penjual asuransi jiwa di Kota Semarang yang berjumlah 100 orang, metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada tenaga penjual asuransi jiwa di Kota Semarang. Penelitian ini diuji menggunakan SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penyebaran kuesioner melalui *google form*, hasil yang diperoleh peneliti adalah sebagai berikut:

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik dapat diketahui bahwa nilai r hitung keseluruhan indikator yang diuji mempunyai nilai positif dan lebih besar dari pada r tabel. Selain itu, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dinyatakan reliabel karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga layak digunakan untuk menjadi alat ukur kuesioner

dalam penelitian ini. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini lolos dan dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel *independent* maupun *dependent* apakah variabel tersebut memiliki distribusi yang normal atau tidak. Distribusi pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan hasil uji statistik data pada sampel 100 responden menunjukkan bahwa pengujian berdistribusi normal. Terbukti dengan nilai signifikansi yang telah melebihi batas tingkat kesalahan yaitu sebesar $0,200 > 0,05$.

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Berdasarkan hasil uji statistik bahwa tidak ada variabel yang memiliki VIF lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 10% yang berarti bahwa tidak terdapat kolerasi antar variabel bebas yang lebih besar dari 95%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi. Uji statistik yang dipakai dalam menguji ada atau tidak terjadi heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji glejser. Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa nilai signifikansi variabel keterampilan menjual (X1), perilaku penjualan adaptif (X2), dan orientasi pelanggan (X3) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel tersebut.

Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, untuk membuktikan pada setiap hipotesis-hipotesis dalam penelitian mengenai pengaruh antara setiap variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*).

Tabel 2. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	,205	3,058	
Keterampilan Menjual	,026	,125	,017
Perilaku Penjualan Adaptif	,477	,077	,588
Orientasi Pelanggan	,318	,131	,227

a. Dependent Variable: Kinerja Tenaga Penjualan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,017X_1 + 0,588X_2 + 0,227X_3$$

Keterangan:

Y = Kinerja Tenaga Penjualan

X1 = Keterampilan Menjual

X2 = Perilaku Penjualan Adaptif

X3 = Orientasi Pelanggan

Hasil dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat memberikan pengertian sebagai berikut:

- Koefisien regresi pada variabel keterampilan menjual (X1) sebesar 0,017 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan variabel keterampilan menjual dimana variabel lain konstan akan dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan.
- Koefisien regresi pada variabel perilaku penjualan adaptif (X2) sebesar 0,588 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan variabel perilaku penjualan adaptif dimana variabel lain konstan akan dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan.
- Koefisien regresi pada variabel orientasi pelanggan (X3) sebesar 0,227 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan variabel orientasi pelanggan dimana variabel lain konstan akan dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Uji (t) Parsial

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menguji pengaruh masing-masing variabel terhadap kinerja tenaga penjualan (dalam uji t). Uji-t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif dan orientasi pelanggan) secara parsial atau individu menerangkan variabel terikat (kinerja tenaga penjualan).

Tabel 3. Uji (t) Parsial

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	,899	,371
	Keterampilan Menjual	3,105	,002
	Perilaku Penjualan Adaptif	4,187	,000
	Orientasi Pelanggan	3,805	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2023)

Apabila nilai signifikan < 0,05 dan nilai t hitung > nilai t tabel maka memiliki pengaruh, sebaliknya apabila nilai signifikan > 0,05 dan nilai t hitung < t tabel maka tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Adapun perhitungan untuk menentukan suatu nilai yaitu t tabel = 1,975.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase perubahan atau variasi dari variabel *dependent* bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel *independent*. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan perilaku variabel *dependent*.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,600	,587	2,349

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pelanggan, Keterampilan Menjual, Perilaku Penjualan Adaptif

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2023)

Dapat disimpulkan bahwa dengan nilai sebesar 0,600 atau 60 persen, terdapat pengaruh antara variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y). Sedangkan sisanya 40 persen lainnya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Keterampilan Menjual terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa keterampilan menjual memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arma et al. (2017) menjual adalah kemampuan yang berupa pengetahuan dan keterampilan serta teknik-teknik yang dimiliki oleh tenaga penjualan dalam proses menjual untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan.

Seorang tenaga penjual yang memiliki keterampilan dalam menjualkan produknya maka ada mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan yaitu kemahiran dalam berkomunikasi. Seorang tenaga penjual yang memiliki kemahiran berkomunikasi akan mempermudah komunikasi antara tenaga penjual dengan pelanggan.

Pengaruh Perilaku Penjualan Adaptif terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa perilaku penjualan adaptif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zuraida (2022) mengatakan bahwa perilaku penjualan adaptif dilakukan untuk berorientasi terhadap pelanggan yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan dan berakhir pada kepuasan yang didapat oleh pelanggan.

Seorang tenaga penjual dapat mengimplementasikan perilaku penjualan adaptif dalam upaya pelayanan terhadap pelanggan. Salah satu perilaku penjualan adaptif yaitu dengan memberikan kesempatan negosiasi terhadap pelanggan. Hal itu dilakukan untuk membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dan tenaga penjual dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan.

Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil hipotesis ketiga menunjukkan bahwa orientasi pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zuraida (2022) sebagai tenaga penjual harus bisa melakukan orientasi terhadap pelanggan. Pendekatan salesman kepada pelanggan dapat menarik pelanggan untuk membeli produk.

Orientasi pelanggan harus dimiliki oleh tenaga penjual, karena dengan melakukan orientasi pelanggan seorang tenaga penjual dapat mengetahui kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan. Dengan pengetahuan tersebut, tenaga penjual dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh bagaimana pelayanan tenaga penjual terhadap pelanggan.

PENUTUP

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif, dan orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti; keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif, dan orientasi pelanggan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja tenaga penjualan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, yang memiliki pengalaman dalam penjualan asuransi jiwa di Kota Semarang. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif, dan orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2016). Pengaruh Penjualan Adaptif, Kemampuan Mendengar dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Jasa Hotel Bintang 4 & 5 di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Arma, A., Ferdinand, A. T., & Raharjo, S. T. (2017). Pengaruh Kompetensi Menjual, Kualitas Hubungan, dan Pengalaman Menjual untuk meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan (Studi pada PT. New Ratna Motor Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(1), 1-16.
- Dewi, S. N., & Nuzuli, T. (2017). Peran Promotional Mix Sebagai Variabel Moderasi Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Pesaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada Ukm Rumah Makan Di Kabupaten Sragen). *Ekulibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 12(2), 140-152.

- Evita. (2023). Analisis Pengaruh Orientasi Pelanggan Melalui Tenaga Penjual Inovatif Dan Kualitas Desain Wilayah Penjualan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual (Studi Kasus Pada Sektor Ritel) Di Kota Pontianak.
- Fajri, D. K., Suaedi, F., & Sutinah, S. (2020). Pengaruh Skills Dan Personality Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Di PT. Kosmetik X (Zona 2 dan 3 Jawa Bagian Timur). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 19-28.
- Graciafernandy, M. A., Suhaji, S., & Widiastuti, T. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjualan: Keinovatifan dan Orientasi Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 37-47.
- Hamdani, H., & Santoso, D. (2022). Farmer SMEs Salesforce Performance: How are the Role of Adaptive Selling, Learning, Performance, and Customer Orientation.
- Hartantoa, E., Hadisa, F. A., Suhendraa, E. S., & Zulkaidaa, A. (2022). The Effect of Adaptive Selling on the Salespeople Performance of Life Insurance Mediated by Customer Orientation.
- Hidayanti, D. M., & Rusdianti, E. (2017). Perilaku Penjualan Adaptif Pengaruhnya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 221-231.
- Hidayat, D. S., & Kusumastuti, A. E. (2019). Penjualan Adaptif Sebagai Pemediasi Kinerja Tenaga Penjualan Perusahaan Asuransi Di Jawa Tengah. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 247-266.
- Kertocahyono, A. E., Ginting, H., Kurata, J., Dermauli, R., & Sihaloho, S. C. (2021). Hubungan Antara Keterampilan Penjualan Dan Kinerja Tenaga Penjual Di Perusahaan Cat Indonesia. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik (JMIL)*, 4(2), 84-101.
- Keuangan, O. J. (2023). *Statistik Perasuransian Indonesia 2021*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/asuransi/Pages/Statistik-Perasuransian-2021.aspx>.
- Pan, G., Liu, M., Tseng, L.-M., & Geng, Z. (2023). Cultural intelligence and sales performance in online insurance marketing: evidence from a Chinese insurance firm. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-9.
- Purbasari, H., & Veno, A. (2019). Analisis Pengaruh Sales Training Terhadap Efektivitas Penjualan Dengan Dimediasi Kinerja Penjualan (Medical Representatif). *INVENTORY: Jurnal Akuntansi*, 3(1), 11-23.
- Rahmawan, G. (2023). The Role of Customer-Fit Reconfiguring Capability on the Influence of Customer Orientation on Salesperson Performance. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), e01804-e01804.
- Rianita, N. M. (2022). Adaptive Selling, Personal Selling and Selling Experience on the Service Personnel Performance. *International Journal of Social Science and Business*, 6(3).
- Scholz, T., Redler, J., & Pagel, S. (2021). Re-designing adaptive selling strategies: the role of different types of shopping companions. *Review of managerial science*, 15, 1243-1280.

- Setyawati, H. A., & Helmy, I. (2018). Pengaruh Proving Goal Orientation dan Selling Experience Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Perilaku Penjualan Adaptif Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Lembaga Keuangan Mikro di Kabupaten Kebumen). *Probisnis*, 11(1).
- Sumirat, A., Sukresna, I., & Sugiono, S. (2017). *Pengaruh Kemampuan Menjual Terhadap Kinerja Penjualan Di Outlet (Studi pada outlet-outlet penjual minuman dalam kemasan (OWP) teh botol Sosro di wilayah Kab. Semarang, Salatiga dan Magelang)* Diponegoro University].
- Wahyudi, D., Rahayunianto, A., & Farida, F. (2022). Pengaruh Ketrampilan Menjual dan Kelengkapan Produk terhadap Omzet Penjualan Tanaman Hias. *Management and Accounting Expose*, 5(1).
- Yeo, C., & Jan, I. U. (2022). Investigating Salespeople's Performance and Opportunistic Behavior: Adaptive and Customer-Oriented Responses. *Behavioral Sciences*, 12(12), 512.
- Zuraida, A. V. (2022). Membangun Hubungan Customer Orientation Melalui Adaptive Selling Dan Salesmanship Skill Terhadap Sales Performance Pada Pt. Phapros Semarang. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.