

Kedisiplinan dan Manajemen Kinerja *Salesperson* di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta

Atha Aganta Wirabuana¹, Jaya Addin Linando²

S1 Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Correspondence: 20311437@students.uii.ac.id

Received: 21 Januari 2024 | Revised: 24 Januari 2024 | Accepted: 12 Maret 2024

Keywords:

Performance
Manager; PT Sun
Mega Motor Hyundai
Yogyakarta;
Salesperson; Work
Discipline.

Abstract

The purpose of this research is to understand and improve work discipline and salesperson performance management at PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. The research method employed is qualitative research using primary data obtained through observation and interviews. Narrative analysis is utilized for data analysis. The results of this research indicate several implementations and improvements in discipline and performance management at PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. These include creative ideas and repeated approaches needed for consumer search strategies to obtain marketing area permits in elite housing. Complaint management is carried out through coordination and collaboration to address all customer complaints. Effective collaboration can be achieved through discussions and mutual support. The relevance of cleanliness to psychological aspects can enhance motivation and a sense of ownership in the job. Activity plan responsibilities can be fulfilled by adhering to rules and directives from supervisors. Competence achievement through training enhances knowledge and insights in salesperson, thereby improving soft skills in marketing activities.

Kata Kunci:

Disiplin Kerja;
Kinerja;
Salesperson; PT Sun
Mega Motor Hyundai
Yogyakarta

Abstract

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan memperbaiki kedisiplinan kerja dan manajemen kinerja *salesperson* di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis naratif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa penerapan dan perbaikan kedisiplinan dan manajemen kinerja PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta yaitu, strategi pencarian konsumen membutuhkan ide kreatif dan pendekatan berulang kali untuk memperoleh izin *marketing* area di perumahan *elite*. Manajemen *complain* dilakukan dengan cara koordinasi dan kerja sama untuk menangani seluruh *complain customer*. Efektivitas kerja sama dapat dicapai dengan adanya musyawarah, dan saling mendukung. Relevansi kebersihan terhadap psikologis dapat meningkatkan motivasi dan adanya rasa memiliki terhadap pekerjaan. Tanggung jawab *activity plan* dapat dilakukan dengan mematuhi aturan dan arahan dari *supervisor*. Capaian kompetensi melalui training untuk menambah ilmu dan wawasan *salesperson* sehingga dapat meningkatkan *soft skill* dalam melakukan aktivitas *marketing*.

PENDAHULUAN

PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan yang dimiliki Sun Motor Group yang berlokasi di Jl. Magelang No.KM 5.7, Kutu Asem, Sinduadi, Mlati, Sleman, DI Yogyakarta 55284. PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan Motor Hyundai dilengkapi dengan penjualan *sparepart* dan *service*. Hyundai Mlati berdiri pada Agustus 2021 saat itu memiliki lima orang *Salesperson*, satu *Supervisor*, satu orang Admin yang merangkap sebagai Kasir, dan memiliki satu *Branch Manager*. Hyundai Mlati mulai berkembang awal Oktober 2021, dan ketika mengikuti pameran di Mall angka produktivitas penjualan meningkat. Pada bulan Januari 2022 Hyundai Mlati menambah karyawannya menjadi tiga *Supervisor* dibagi menjadi tiga tim, *Salesperson* terdiri dari delapan orang setiap timnya, tiga Admin, satu Kepala Bengkel dan enam orang Tim Bengkel. Berdasarkan sumber sistem HCGXI (*Hyundai Customer Global Index*) nilai *salesperson* bulan Februari sebesar 98%, bulan Maret sebesar 94%, bulan April sebesar 96%, bulan Mei sebesar 98%, dan bulan Juni sebesar 98%. Target yang ada pada sistem HCGXI yaitu SSI (*Salesperson Satisfaction Index*) sebesar 90% dan NPS (*Net Promotor Score*) 80%. Capaian tersebut dapat diraih karena supervisor selalu memberikan briefing setiap hari sebelum kegiatan marketing di lapangan.

Menurut (Siagian, 2002) disiplin kerja adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan menaati norma-norma peraturan yang berlaku disekitarnya. Kedisiplinan *salesperson* di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta masih rendah diindikasikan dengan penerapan kebijakan perusahaan tentang kedisiplinan *salesperson*. Permasalahan yang muncul dari kedisiplinan *salesperson* diantaranya yaitu keterlambatan *salesperson* dan target penjualan *salesperson*. Menurut *Supervisor salesperson* (Krisnawan, 2023) ada beberapa permasalahan yang muncul yaitu masalah absensi, *salesperson* masuk terlambat ke *dealer* yang membuat jam kerja berkurang, membuat waktu *follow up customer* berkurang, dan materi atau program yang di sampaikan *supervisor* sedikit. Perbaikan dalam perusahaan perlu dilakukan untuk mengatasi kedisiplinan *salesperson*.

PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta menerapkan absensi berbasis *fingerprint* dan waktu maksimal kelonggaran 5 menit untuk menciptakan ketertiban *salesperson*. (Krisnawan, 2023) mengatakan kedisiplinan *salesperson* akan memengaruhi tingkat produktivitas *salesperson*, karena adanya kesadaran *salesperson* dalam melakukan kegiatan penjualan. Branch Manager bersama ADH (*Admin Departement Head*) berupaya meningkatkan kedisiplinan *salesperson* PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta dengan melakukan kebijakan dokumentasi saat melakukan aktivitas lapangan, insentif tidak cair ketika *salesperson* datang terlambat, menyertakan surat keterangan dokter ketika sakit, izin *forward* melalui chat whatsapp kepada ADH jika *salesperson* telat, dan *salesperson* diwajibkan bersungguh-sungguh dalam membuat SPK (*Surat Pemesanan Kendaraan*) dan melayani DO (*Delivery Order*) untuk *customer*. SPK adalah surat resmi yang digunakan untuk melakukan pemesanan kendaraan. DO adalah proses pembelian kendaraan dan serah terima kendaraan dari *dealer* kepada *customer*.

Mengacu pada *weekly monitoring* bulan Juni yaitu target bulan Juni yang sudah ditetapkan pertim SPK sebanyak 25 dan DO sebanyak 20, sedangkan capaian *salesperson* bulan Juni secara keseluruhan yaitu SPK sebanyak 15 dan DO sebanyak 19. Berdasarkan capaian tersebut terget harian bulan Juni tidak mencapai target penjualan, sehingga dapat dikatakan nilai produktivitas *salesperson* rendah. Menurut (Krisnawan, 2023) produktivitas *salesperson* rendah akan menyebabkan nilai *turn over* tinggi. Hal ini disebabkan karena adanya evaluasi *salesperson* yang dilakukan perusahaan. *Salesperson* dituntut minimal berjualan satu setiap bulannya untuk menyelamatkan posisinya di perusahaan. Diperkuat dengan penelitian

Berdasarkan hasil observasi awal adanya permasalahan mengenai absensi keterlambatan kerja dan ketidakefektifan aktivitas *movex* yang dijalankan *salesperson* PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Diindikasikan dengan pemberlakuan kebijakan dokumentasi saat melakukan kegiatan *movex* dan ketidakcairan insentif ketika *salesperson* terlambat. Hal ini memerlukan perbaikan agar terjadi peningkatan kinerja penjualan, sehingga sistem bisnis yang ada dalam perusahaan memperoleh *profit* maksimal dan berlangsung secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil observasi dan hasil diskusi dengan *supervisor* di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta peneliti menemukan garis besar permasalahan yaitu kedisiplinan kerja dan manajemen kinerja. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan serta upaya perbaikan kedisiplinan dan manajemen kinerja untuk meningkatkan kinerja penjualan mobil dalam meningkatkan profitabilitas PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Harapannya adalah *salesperson* menerapkan kedisiplinan kerja dan manajemen kinerja pada aktivitas *marketing*.

Disiplin Kerja

Menurut (Sinambela, 2016) menyatakan bahwa bentuk-bentuk disiplin kerja yaitu: disiplin preventif (upaya untuk menggerakkan karyawan untuk mengikuti dan mematuhi pedoman kerja dan, aturan yang telah digariskan oleh perusahaan); disiplin korektif (upaya untuk menggerakkan karyawan dalam suatu peraturan dan mengarahkan untuk tetap mematuhi peraturan sesuai dengan pedoman yang berlaku pada perusahaan); disiplin progresif (memberikan hukuman yang lebih berat terhadap pelanggaran yang berulang). Indikator dalam disiplin kerja yaitu: kehadiran tepat waktu.; ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan; mentaati prosedur kerja; menjalankan prosedur kerja; menggunakan peralatan kerja dengan baik (Khumaeroh & Maulia, 2021). (Lateiner, 2009) disiplin kerja yaitu suatu kekuatan yang berkembang didalam tubuh karyawan dan dapat menyebabkan karyawan dapat menyesuaikan diri dengan sukarela pada keputusan peraturan, dan nilai tinggi dari pekerjaan dan perilaku. Untuk mengukur tinggi rendahnya semangat kerja karyawan dapat diketahui melalui unsur-unsur semangat kerja yang meliputi: presensi (tingkat kehadiran), disiplin kerja, kerjasama, dan tanggung jawab. Ketidakhadiran seorang karyawan akan berpengaruh terhadap efektivitas kerja sehingga instansi atau lembaga tidak bisa mencapai tujuan secara optimal. Presensi atau tingkat kehadiran karyawan dapat diukur melalui kehadiran karyawan ditempat kerja, ketepatan karyawan masuk kerja.

Menurut (Herlina & Onsardi, n.d.) menyatakan disiplin kerja memengaruhi kinerja karyawan, semakin tinggi disiplin kerja seseorang maka semakin tinggi kinerjanya. Disiplin

kerja merupakan salah satu aspek yang memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja karyawan. Disiplin kerja merupakan suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku (Pranitasari & Khotimah, 2021).

Manajemen Kinerja

Definisi manajemen kinerja berpedoman pada *job performance* dan *actual performance* yang mendasari sukses dan tidaknya seseorang dalam melakukan pekerjaan. Komitmen organisasi ialah sikap, perasaan, dan perilaku seseorang dalam mengidentifikasi diri sebagai bagian dari organisasi, ikut serta dalam aktivitas organisasi maupun memiliki loyalitas terhadap perusahaan untuk memperoleh tujuan perusahaan (Suryadi et al., 2022).

(Asropi, 2007) KPI (*key performance indicators*) pada dasarnya adalah bagian dari *Performance Indicators* atau indikator kinerja organisasi. Keunggulan KPI dibandingkan dengan indikator kinerja lainnya, adalah bahwa KPI merupakan indikator kunci yang benar-benar mampu mempresentasikan kinerja organisasi secara keseluruhan. Jumlah indikator kinerja yang dipilih sebagai KPI ini biasanya tidak banyak, namun demikian hasil pengukuran melalui indikator tersebut dapat digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang faktor persaingan organisasi, menilai tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, serta memfasilitasi proses pengukuran kinerja secara keseluruhan. Menurut (Linando, 2021) terdapat 3 konsep alur pikir manajemen kinerja yaitu; Input dimana manajemen kinerja secara umum hanya berfokus pada dua hal yaitu kinerja perorangan dan kinerja tim ; Proses dimana kegiatan yang dilakukan di dalam manajemen kinerja adalah kegiatan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengembangkan kinerja perorangan dan tim, secara sistematis dan berkelanjutan; dan Output sehingga tujuan dari setiap individu dan tim selaras dengan tujuan besar bersama yang terangkum dalam tujuan organisasi dapat dicapai.

Salesperson

Tugas *salesperson* yaitu mencari *customer* dan memberikan pelayanan terbaik terhadap *customer*. Dalam melakukan pemantauan kinerja *salesperson*, *supervisor* menerapkan *activity plan*. *Activity plan* merupakan perencanaan *targeting* aktivitas berdasarkan tanggal, lokasi *event*, *salesperson* yang bertanggung jawab menjaga event tersebut. Tujuan dari *activity plan* yaitu memperoleh data *suspect*, *prospect*, *hot prospect*, dan *delivery order*. Setelah melakukan *delivery order* dengan *customer* terdapat proses *after salesperson*. *After salesperson* adalah semua hal yang berhubungan setelah serah terima seperti *servis*, *sparepart* dan penjualan kembali.

Aktivitas yang digunakan *salesperson* untuk mencari konsumen dilakukan secara *movex* maupun *canvassing*. *Movex* adalah kegiatan penjangkaran calon *customer* dengan tim *salesperson* maupun kerja sama dengan beberapa tim *salesperson* untuk mendapatkan data *customer*. Sedangkan *canvassing* adalah kegiatan penjangkaran calon *customer* yang dilakukan

1 atau 2 orang untuk mendapatkan *customer*. Setelah *salesperson* menemukan calon *customer*, *salesperson* bertugas melakukan penginputan data diri calon konsumen menggunakan aplikasi DMS (*Data Management System*). Aplikasi DMS bertujuan untuk mengatur semua aktivitas *dealer*, termasuk data *activity plan*, data *management stock* dan data keuangan. Data *activity plan*, seperti, *prospect*, *suspect*, *hot prospect*, dan DO akan muncul di aplikasi tersebut untuk membantu *supervisor* mengawasi *salesperson*. Data *stock management* berfungsi untuk melihat *stock* mobil Hyundai di cabang lain sehingga memudahkan untuk pemesanan kendaraan dan peminjaman mobil *test drive* di cabang lain. Data Keuangan berfungsi untuk mengajukan *budgeting* perusahaan ke HMID.

HCGXI adalah komponen penilaian yang berisikan; pemesanan dan kesan *dealer*; ketepatan waktu pelayanan; kualitas *servis*; dan nilai layanan diterima; Fasilitas; *test drive*; *salesperson* konsultan *contract* dan; *handover*. Penilaian *salesperson* menggunakan dua komponen sistem penilaian yaitu SSI dan NPS. NPS adalah pengukuran seberapa besar pelanggan *salesperson* akan merekomendasikan *dealer* Hyundai kepadateman, kerabat, dan koleganya berdasarkan yang dirasakan selama proses pembelian. SSI adalah nilai ukur kepuasan pelanggan selama proses pembelian kendaraan di *dealer* melalui serangkaian atribut pertanyaan survey yang dikirim melalui gmail ataupun whatsapp pelanggan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif. Alasan peneliti sudah memiliki pengalaman dalam berinteraksi terhadap *salesperson* untuk mengetahui sudut pandang *salesperson*. Setelah itu penulis mendeskripsikan pengalamandan mengembangkan pengalaman tersebut menjadi penulisan tugas akhir magang. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis naratif. Alasan analisis berupa naratif yaitu menuliskan cerita pengalaman individu *salesperson senior* saat menjalankan aktivitas *marketing*. Dari metode naratif penulis megembangkan isu permasalahan untuk diteliti menjadi sebuah topik kedisiplinan dan manajemen kinerja di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi parsipatif. Peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari *salesperson* selama empat bulan sehingga diperoleh sumber data. Dalam hal ini peneliti melihat serta mempelajari permasalahan yang ada di lapangan yang erat kaitannya dengan objek lapangan yang diteliti yaitu kedisiplinan *salesperson* dan Manajemen Kinerja di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Peneliti juga menggunakan Teknik pengumpulan data berupa wawancara. Wawancara digunakan yaitu wawancara terstruktur dimana peneliti sudah menyiapkan pertanyaan tertulis kepada 5 sampel *salesperson senior* dari total 23 *salesperson* di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Dalam menentukan pengambilan sampel ini, peneliti menggunakan nonprobability sampling dengan sampling purposive.

Tabel : 1
Data Responden Wawancara

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Jabatan	Lama Bekerja sebagai <i>Salesperson</i> Hyundai Mlati
1	Mr. A	Laki-laki	35	<i>Salesperson</i>	1.5
2	Mr. D	Laki-laki	48	<i>Salesperson</i>	1.2
3	Mr. Ri	Laki-laki	39	<i>Salesperson</i>	1.6
4.	Mr. Rs	Laki-laki	41	<i>Salesperson</i>	1.5
5.	Mr. W	Laki-laki	32	<i>Salesperson</i>	2

Alasan peneliti melakukan wawancara dengan lima *salesperson*, karena yang dipilih merupakan *salesperson* senior yang memiliki kinerja lebih dari setahun di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Mengingat perusahaan ini baru berjalan 2 tahun dengan angka turnover tinggi maka *salesperson* yang dipilih sudah memiliki banyak wawasan pengetahuan dalam dunia *marketing*. Wawancara yang dilakukan dengan lima *salesperson* senior diperlukan untuk mengetahui sudut pandang peran kedisiplinan *salesperson* terhadap kinerja manajemen. Peneliti memilih ruang istirahat sebagai tempat melakukan wawancara. Ruang *salesperson* dipilih karena merupakan tempat santai yang nyaman untuk menyalurkan pendapatnya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan, didapatkan hasil temuan dengan topik kedisiplinan dan manajemen kinerja ke dalam 6 bagian yaitu; strategi pencarian konsumen; manajemen komplain; efektivitas kerja sama; relevansi kebersihan dengan psikologis karyawan; dan capaian kompetensi melalui *training*.

Salesperson melakukan strategi pencarian konsumen menggunakan metode kekeluargaan dengan *security*. Strategi ini dilakukan karena adanya pengalaman kegagalan *salesperson* melakukan kegiatan penyebaran brosur yang disebabkan oleh penolakan dari *security*. Metode pendekatan antara *salesperson* dan *security* dilakukan berulang kali dengan penggunaan komunikasi yang baik untuk menghindari penolakan *customer*. Komunikasi memerlukan ide kreatif agar silaturahmi yang dilakukan berjalan secara efektif. Strategi pendekatan *salesperson* terhadap *security* untuk mengantisipasi penolakan *security* ini disampaikan oleh Mr. Ri: "Dalam setiap minggu *security* mau diajak kerja sama dengan para *salesperson*, awalnya ditolak dalam beberapa minggu secara berurutan kita akan mengajak *security* untuk diajak kerja sama dengan *salesperson* tanpa diketahui konsumen."

Mr. A: "Kalau itu pendekatan perangkat perumahan tersebut contohnya satpam, RT, RW. pendekatan secara persuasif sangat efektif." dan Mr. W: "Kita berinteraksi, ada kenalan di perumahan kita datang, lihat area tersebut. berulang kalisama dengan silaturahmi, niat baik pasti ada yang baik." Berdasarkan pendapat yang diungkapkan oleh Mr. A dan Mr. W diatas

silaturahmi yang dilakukan secara berulang kali dapat menumbuhkan kedekatan serta kekeluargaan antara *salesperson* dan *security*. Kedekatan tersebut dapat menciptakan kesadaran *security* tentang kebutuhan *marketing*. Hal ini yang menyebabkan diperbolehkannya *salesperson* melakukan aktivitas *marketing* untuk pencarian *customer*.

Security memberikan izin masuk daerah perumahan *elite* untuk melakukan penyebaran brosur penjualan. Metode kekeluargaan tersebut membantu *salesperson* memasuki perumahan *elite* untuk melakukan penyebaran brosur penjualan. Strategi pencarian konsumen akan didapatkan seperti yang pendapat yang disampaikan oleh Mr. D: “Minimal selalu *say hello* lama kelamaan akan kesadaran dari satpam, dan menyadari kebutuhan *marketing* di area tersebut.”

Terdapat beberapa permasalahan yang dialami *customer* setelah proses DO (*Delivery Order*). Masalah yang muncul akan ditangani oleh *salesperson* yang bertanggung jawab saat melakukan DO dengan *customer*. Permasalahan yang muncul setelah melakukan DO dijelaskan oleh Mr. Rs: “Kendala *after salesperson* pada saat pergantian *sparepart*. Selama program asuransi pada saat pemasangan *sparepart* usaha yang dilakukan yaitu *ngepush* ke kantor asuransi untuk segera di kerjakan.” Dan pendapat Mr. W: “Kesalahan fitur, kita menjelaskan supaya bapaknya paham fitur-fitur.”

Pada saat *after salesperson* komplain *customer* harus dilakukan secara sistematis melalui CRO (*Customer Relationship Office*) Hyundai Mlati. *Customer* melakukan komunikasi awal dengan CRO melalui *whatsapp*. Selanjutnya CRO akan melanjutkan komplain tersebut ke *salesperson* bersangkutan. Komplain dengan *salesperson* dilakukan melalui telepon diikuti dengan penjelasan secara virtual, jika kendalabelum bisa dihandel maka dilakukan pertemuan langsung antara *customer* dan *salesperson*. Dalam menangani hal tersebut biasanya *customer* datang ke *dealer* untuk melakukan *complain* terhadap kendala mobil yang terjadi. Mekanisme mengenai *complain customer* dijelaskan oleh Mr. Ri: “Selama ini admin menghubungi *salesperson*, lalu menghubungi *customer* mengenai kendala, lalu *salesperson* bersama bengkel ikut membantu *memaintenance* kendala. Apabila kendalanya begitu berat dibantu dari HMID pusat dilihat dari resiko komplain, kalau resiko pembelian sudah pernah ada tetapi dibantu kabeng dan admin.”

Berdasarkan pengalaman yang terjadi ada beberapa faktor masalah yang sering muncul diantaranya yaitu; resiko pembelian; kurangnya pemahaman dari *customer* terhadap pengoperasian fitur yang ada di Hyundai; pengklaiman asuransi *spartpart*; dan kerusakan berat yang akan di *cover* dengan program *reseale value 70%* Hyundai. Program *resale value 70%* adalah program Hyundai dimana mobil dalam kondisi rusak 70% dapat dilakukan pengklaiman sehingga mobil dapat ditukarkan atau diganti dengan uang yang dikeluarkan oleh *customer*. Program ini membutuhkan komunikasi dengan ADH (*Admin Departemen Head*) dan *BranchManager* yang selanjutnya diteruskan ke pusat HMID untuk melakukan pengklaiman sehingga mobil dapat ditukarkan atau diganti dengan uang yang dikeluarkan oleh *customer*. Program *resale value 70%* ini dapat dilakukan pengklaiman jika kerusakan mobil dalam kondisi 70% seperti yang disampaikan oleh Mr. A: “Selama ini nilai jual pasaran Hyundai, kita bantu jual karena sekarang ada program *resale value 70%*.”

Resiko pembelian *salesperson* membutuhkan komunikasi koordinasi yang selanjutnya

dibantu oleh tim teknisi dan tim bengkel. *Customer* yang kurang paham terhadap fitur Hyundai, *salesperson* melakukan pembahasan ulang dengan kesabaran mengenai fitur yang ada dalam Hyundai sampai *customer* paham terhadap pengoperasian fitur. Pergantian *sparepart* membutuhkan pengeklaiman asuransi yang cepat agar segera dikerjakan pihak asuransi. Koordinasi untuk mengatasi permasalahan pada komplain *salesperson* dilakukan dengan cara komunikasi seperti yang disampaikan oleh Mr D: “Tetep komunikasi, perhatian, sekecil apapun komplain di handel dengan sabar, dan selalu rendah hati memberikan *salesperson* terbaik.”

Kerja sama dilakukan dengan memahami karakteristik masing-masing *salesperson*. Kerja sama tim perlu dilakukan karena *salesperson* tidak bisa bergerak sendiri dalam kegiatan tertentu. *Salesperson* tidak boleh bekerja sendiri dalam proses DO, *canvassing*, dan jaga *dealer*. Dalam proses tersebut tidak boleh dilakukan secara individu karena membutuhkan kerja sama dengan tim *salesperson*. Kerja sama tim dapat dicapai dengan koordinasi dan musyawarah antar tim dan antar *salesperson*. Diperlukan adanya saling mendukung, saling kontribusi, tidak egois, saling memberikan semangat, kerja ikhlas dan niat saling membantu. Pendapat tentang bentuk kerja sama yang dilakukan antar tim *salesperson* disampaikan oleh Mr. A: “Sangat mendukung saling mengisi, saling kontribusi, contoh pameran semisal tidak bisa dibantu *backup* jika tidak bisa. Kita semua macam macam berbeda, kita harus bersikap rendah hati.” Bentuk kerja sama ini juga disampaikan oleh Mr. Rs: “Sangat diperlukan, karena tidak bisa bergerak sendiri, tidak egois, kerja dengan ikhlas dan diniatkan dengan membantu selama bisa dikerjakan, kita kerjakan.”

Kerja sama tim secara efektif dilakukan untuk menunjang proses DO dan *canvassing*, jaga pameran, dan *movex*. Proses tersebut memerlukan kerja sama tim untuk pencarian *customer* yang efektif karena membantu perusahaan meminimalkan biaya yang dikeluarkan dalam operasional bisnis. Kegiatan pameran juga memerlukan kerja sama antar *salesperson* karena memegang proses vital penjualan untuk mendapatkan *customer*. Pameran menunjang persaingan promosi pembelian produk mobil maupun peningkatan penjualan perusahaan. Proses kerja sama tim sangat berguna saat proses DO dan *canvassing* disampaikan oleh Mr. D: “Sangat dibutuhkan, menunjang *canvassing* dan membantu DO, dan peran vital lain yang sangat penting peran tersebut. *Ayem ayom* mengayomi, intinya tidak boleh individu, satu persatu harus mengayomi. “

Mr. Ri: “Saling kerja sama ketika persiapan DO dan bertemu *customer*. menitipkan *customer* ada rasa untuk membantu untuk teman yang lain supaya memberi semangat teman untuk berjualan kembali dan bisa menutup target kinerja penjualan, tetapi itu tidak terus-terusan, tidak baik bagi yang dibantu.” Dapat digarisbawahi pendapat dari Mr Ri bahwa kerja sama tim tidak boleh dilakukan secara terus-menerus karena jika hal tersebut diterapkan, maka *salesperson* yang dibantu akan merasa ketergantungan. Akibatnya aktivitas penjualan atau pencarian *customer* yang dilakukan kurang maksimal. *Salesperson* dituntut untuk berjualan satu mobil pada setiap bulannya. Pada hakikatnya *salesperson* harus menyelamatkan diri masing-masing untuk menghindari evaluasi dari perusahaan.

Kebersihan lingkungan perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap psikologis

customer dan *salesperson*. Kebersihan memengaruhi kinerja *salesperson* di perusahaan, karena dapat meningkatkan motivasi semangat dalam melakukan pekerjaan. Hal tersebut membuat adanya memiliki terhadap pekerjaan pada waktu media *salesperson* bersih. Pengaruh kebersihan terhadap psikologis karyawan disampaikan oleh Mr. D: “Sangat penting sekali karena konsumen menilai dari lingkungan kerja kita, kalau tempat kerja kita bersih nyaman dengan begitu rasa kita memiliki pekerjaan juga ada.” *Salesperson* dapat mulai memperhatikan kebersihan dengan menata brosur dan berkas-berkas setelah digunakan untuk menciptakan kerapian. Selain itu juga harus membuang sampah pada tempatnya supaya media kerja *salesperson* bersih. Tata cara memerhatikan kebersihan disampaikan oleh Mr. Ri: “Sangat penting karena memengaruhi psikologi kerja karena semangat kerja timbul dari kebersihan, dilihat dari berkas-berkas atau brosur dengan penempatan yang rapi di kantor. Berarti memengaruhi kesan pertama saat masuk memengaruhi tempat rapi dan bersih sangat memengaruhi.”

Kebersihan lingkungan kerja *salesperson* juga dapat memengaruhi psikologis *customer*. Kebersihan akan membuat kesan pertama yang baik saat *customer* memasuki *dealer*. Selain itu *customer* akan merasa diperhatikan saat melihat lingkungan kerja bersih. Kebersihan dapat meningkatkan *brand*, jika lingkungan *dealer* kotor konsumen tidak mau datang ke *dealer*. Hal ini merupakan hal positif untuk merekomendasikan *dealer* karena kenyamanan *customer* merupakan aspek utama yang harus diperhatikan. Pengaruh kebersihan terhadap psikologis *customer* disampaikan oleh Mr. A: “Sangat penting karena membawa image *dealer*, karena ada *customer* datang kalau bersih nyaman di pandang.” *Customer* juga akan merekomendasikan *dealer* jika tempat *dealer* bersih seperti yang disampaikan oleh Mr. R: “Sangat penting karena tempat kerja yang bersih meningkatkan motivasi kerja dan membuat *salesperson* betah di lokasi. Semakin bersih tempat itu akan meningkatkan *brand* tersebut dimata *customer*. Kalau tempat kotor orang ga mau datang.”

Tanggung jawab saat melakukan *activity plan* merupakan suatu hal yang harus dikerjakan *salesperson*. Hal yang harus dilakukan jika ada *prospect* yaitu mendatangi *customer* kemudian meminta data *base* dan referensi berbagai *customer* dengan menawarkan iklan. *Salesperson* konter wajib ada di meja konter untuk menerima tamu supaya tidak mengecewakan konsumen. Sementara *salesperson* area harus menyiapkan media *breafing*, menyiapkan brosur, dan harus andal dalam menjelaskan mobil di pameran. Etika mengenai pelayanan kepada *customer* dijelaskan oleh Mr. Ri: ”Jaga konter wajib di meja konter karena saat konsumen dalam menerima tamu agar tidak mengecewakan konsumen. *Salesperson* area sudah menyiapkan rencana saat melakukan *breafing*. menyiapkan brosur-brosur dan bisa menjelaskan mobil di pameran. Ada *prospect* dengan cara menunggu *customer* dengan menjemput *customer* dengan meminta data *base*, iklan sama *via customer* yang diminta dari berbagai referensi *customer*.”

Terdapat *activity plan* yang harus dilakukan penginputan oleh *salesperson*. Hal ini dilakukan karena tanggung jawab *salesperson* kepada perusahaan. Hal yang di input yaitu data *prospect*, *hot prospect*, dan DO. Tanggung jawab yaitu harus konsisten dalam menghasilkan tiga hal tersebut untuk mencapai keuntungan perusahaan. *Salesperson* harus bertanggung jawab tiap bulan minimal harus jualan satu mobil. Pendapat mengenai tanggung jawab saat

melakukan *activity plan* dijelaskan oleh Mr. D: “Disiplin, kalau kita disiplin *plan* bisa dilakukan pasti akan sinergi, dan bertanggung jawab, kita sebagai *marketing* kita harus jualan kalau kita tidak melakukan *activity plan* gimana kita akan jualan.” dan Mr. W: ”Kita konsisten dan percaya diri menjalankan tugas, pelaporan kita harus input data *prospect, hot prospect, DO* kita kerja harus bertanggung jawab menghasilkan.”

Activity plan dibuat sesuai jadwal yang telah ditetapkan *supervisor*. *Salesperson* harus memiliki komitmen dengan jadwal yang telah diberikan. Cara melakukan tanggung jawab dengan cara mematuhi aturan yang ada. Dalam melaksanakan *activity plan salesperson* harus mengikuti aturan dan arahan dari *supervisor* sehingga *activity plan* yang dijalankan tepat sasaran seperti yang dijelaskan oleh Mr. Rs: “Melaksanakan sesuai aturan yang ditulis, aktivitas dilakukan berdasarkan jadwal, kita komitmen dengan jadwal yang diberikan, nurut intruksi *supervisor*.” dan Mr.A: “Tanggung jawab selalu *on time* tidak terlambat, tidak menyimpang semua intruksi kita lakukan. selalu kita *follow up customer*.”

Training salesperson diselenggarakan oleh pusat HMID dan internal perusahaan Sun Motor. Secara umum *training* bermanfaat untuk penambahan ilmu dan pengetahuan untuk diterapkan dalam proses kerja sehari-hari. Bagi *salesperson training* memberikan banyak manfaat untuk pemahaman mobil Hyundai dan cara melayani *customer*. *Training* sangat bermanfaat terutama pada aktivitas *salesperson* dalam melayani *customer* dengan baik, seperti yang disampaikan oleh Mr. Ri: “Sangat efektif supaya *salesperson* tidak lupa dengan tidak lupa kewajibannya, kita bisa lebih bagus dalam segi aspek *salesperson*. *Salesperson* itu harus memiliki *wejangnan* dengan dikirimnya mentor agar ingat yang diberikan *customer* agar mereka lebih lihai dalam bertutur kata dari *customer*.” dan Mr. Rs: “Sangat membantu. Karena pengetahuan kita dan ilmu kita nambah dan bisa diterapkan dalam proses kerja sehari-hari.” Pengaplikasian *training* terhadap pelayanan *customer* juga dijelaskan oleh Mr. A: “Sangat menambah ilmu baru, lebih menguasai *product*, mengetahui program-program. aplikasinya setiap pameran *customer* tanya kita jawab dan saat jumpa *customer*.”

Training bermanfaat untuk menambah *soft skill salesperson* untuk memahami produk Hyundai. *Training* dapat mengubah pemikiran untuk memilikipandangan kedepan sehingga dapat memahami karakteristik masing-masing *customer*. Pemahaman produk Hyundai minimal *salesperson* mengetahui informasi 25 % dari ilmu yang udah didapatkan saat *training*. Dalam hal pelayanan *customer training* membuat percaya diri dalam menghadapi *customer* dan menjelaskan program Hyundai dan semua hal yang ditanya *customer*. Pelayanan yang baik kepada *customer* akan menambah relasi dan referensi yang mereka jalin melalui *customer*. Manfaat dari *training* dapat meningkatkan *soft skill salesperson* seperti yang dijelaskan oleh Mr. D: “Pasti banget karena salah satu untuk mengasah *skill* dan menambah ilmu *training* harus selalu dilakukan, untuk mengetahui produk kita. kita jadi lebih percaya diri untuk menghadapi konsumen, minimal kita menguasai produk sekitar 25%.” Selain itu *salesperson* akan bisa saling bertukar pikiran dalam kaitannya menambah relasi dengan *customer* dan referensi pembelian mobil seperti yang dijelaskan oleh Mr. W: “Kita berilmu menambah wawasan sebagai transparansi.

Tabel : 2
Simpulan Hasil Penelitian Kedisiplinan dan Manajemen Kinerja

Topik	Penyelesaian Masalah	Kesimpulan
<ul style="list-style-type: none"> Strategi Pencarian Konsumen 	<p>Salesperson harus melakukan pendekatan kekeluargaan dengan satpam secara berulang kali untuk memperoleh izin <i>marketing area</i> di perumahan <i>elite</i>. Salesperson membutuhkan ide kreatif dan komunikasi yang baik ketika melakukan silaturahmi dengan satpam.</p>	<p>Pendekatan manajemen kinerja diperlukan dalam strategi pencarian konsumen</p>
<ul style="list-style-type: none"> Manajemen Komplain 	<p>Semua <i>complain customer</i> yang dilakukan ketika <i>after</i> salesperson disampaikan melalui admin kemudian admin menghubungi salesperson untuk menangani <i>complain customer</i>. Dalam proses menangani <i>complain customer</i>, salesperson membutuhkan komunikasi dan koordinasi dengan tim bengkel dalam penangan resiko pembelian mobil. Komplain ringan ditangani dengan cara melakukan pembahasan ulang mengenai suatu fitur dilakukan salesperson agar <i>customer</i> paham pengoperasian. Komplain berat fitur Kerusakan mobil 70% salesperson membutuhkan komunikasi dengan ADH dan <i>Branch Manager</i> untuk pengklaiman program <i>resale value 70%</i> kepada pusat HMID.</p>	<p>Manajemen terhadap kinerja salesperson. Komplain peningkatan pelayanan</p>
<ul style="list-style-type: none"> Efektivitas Kerja Sama 	<p>Salesperson memerlukan pemahaman karakter masing-masing untuk melakukan kerja sama. Hal tersebut dapat dicapai dengan adanya musyawarah, saling mendukung, kontribusi, tidak egois, memberikan semangat, kerja ikhlas dan niat saling membantu dari para</p>	<p>Efektivitas kerja sama dapat meningkatkan kinerja dalam aktivitas manajemen salesperson melakukan pekerjaan.</p>

	salesperson. Proses DO, <i>canvasing</i> , jaga pameran dan <i>movex</i> memerlukan kerja sama untuk pencarian <i>customer</i> yang efektif dan meminimalkan biaya. dan <i>movex</i> memerlukan kerja sama untuk pencarian <i>customer</i> yang efektif dan meminimalkan biaya.	
<ul style="list-style-type: none"> • Relevansi Kebersihan dan Psikologis 	Kebersihan dapat meningkatkan motivasi salesperson dalam melakukan pekerjaan. Kebersihan membuat adanya rasa memiliki salesperson. terhadap pekerjaan, kebersihan membuat kesan pertama <i>customer</i> masuk ke dealer, sehingga dapat berpengaruh terhadap peningkatan <i>brand</i> dan rekomendasi <i>dealer</i> .	Relevansi kebersihan dan psikologis sesuai dengan bahasan disiplin kerja supaya salesperson konsisten terhadap kebersihan.
<ul style="list-style-type: none"> • Etika dan Tanggung Jawab <i>Activity Plan</i> 	Cara salesperson melakukan tanggung jawab <i>activity plan</i> yaitu dengan mematuhi aturan dan arahan <i>supervisor</i> . Salesperson konter wajib berada di meja tamu supaya tidak mengecewakan konsumen sedangkan salesperson area harus menyiapkan media <i>breafing</i> , menyiapkan brosur dan handal menjelaskan mobil. Salesperson bertugas melakukan input data <i>prospect</i> , <i>hot prosepct</i> dan DO saat <i>activity plan</i> .	Penerapan etika dan tanggung jawab saat <i>activity plan</i> membutuhkan kedisiplinan salesperson dalam melaksanakan kegiatan <i>activity plan</i> sesuai aturan dan arahan <i>supervisor</i> .
<ul style="list-style-type: none"> • Capaian Kompetensi melalui <i>Training</i> 	<i>Training</i> bermanfaat bagi salesperson untuk menambah ilmu dan pengetahuan untuk diterapkan dalam proses kerja. <i>Training</i> dapat mengubah pemikiran salesperson untuk bisa memahami masing-masing karakteristik <i>customer</i> . <i>Training</i> membuat salesperson percaya diri dalam menjelaskan produk Hyundai kepada <i>customer</i> .	Capaian kompetensi melalui <i>training</i> akan meningkatkan kinerja salesperson dalam melayani <i>customer</i> .

Berdasarkan hasil wawancara dengan para narasumber pendekatan satpam menggunakan manajemen kinerja akan memengaruhi izin *marketing* area di perumahan *elite*. misalnya di perumahan *elite* salesperson mengemukakan bahwa pendekatan kekeluargaan secara berulang kali memengaruhi izin *marketing* area, salesperson membutuhkan ide kreatif

dan komunikasi yang baik untuk mendapatkan izin *marketing* area dari satpam. Hal ini diperkuat dengan penelitian (Anggraeni & Ratmanto, 2022) komunikasi persuasi yang dilakukan marketing merupakan aspek yang berhubungan erat dengan minat beli konsumen. Komunikasi persuasi merupakan teknik komunikasi yang berfungsi membuat sasaran komunikasi, menerima baik sesuatu pesan atau mengubah sikap dan tingkah lakunya sesuai dengan pesan yang diterimanya. Komunikasi persuasi yang tidak lain agar komunikasi berlangsung secara efektif dan mencapai tujuan yang dikehendaki dan diharapkan.

Sejalan dengan penelitian terdahulu (Effendy, 1992) komunikasi persuasi, mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, dan mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah-laku (*behaviour*) tertentu yang di harapkan. Pendekatan manajemen kinerja salesperson melalui silaturahmi dengan satpam menggunakan komunikasi yang baik secara terus-menerus akan mempermudah pencapaian tujuan.

Dalam hal ini tujuan salesperson yaitu izin *marketing* area di perumahan *elite* dalam strategi pencarian konsumen. Selaras dengan penelitian pengaruh komunikasi terhadap perilaku pembelian suatu produk yang dikemukakan oleh (Hasibuan & Simanjuntak, 2023) bahwa komunikasi pemasaran akan memengaruhi perilaku bagaimana seseorang itu melakukan pemilihan produk, apabila suatu perilaku dilakukan terus-menerus sampai membentuk nilai maka akan terbentuk gaya hidup dan kepribadian yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sesuai dengan gaya hidup dan kepribadiannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber manajemen komplain dapat ditangani dengan adanya komunikasi dan koordinasi yang baik antara salesperson dan *customer*. Diperlukan adanya koordinasi antara salesperson, CRO, Kepala Bengkel, ADH dan Branch Manager untuk menangani tindak lanjut komplain *customer*, selain itu salesperson memerlukan komunikasi dengan menangani komplain yang ada.

Berdasarkan wawancara tersebut penerapan manajemen komplain pelanggan telah dibuktikan dengan prioritas penanganan pada penelitian (Yulianto, 2020) menyatakan bahwa dalam manajemen komplain sendiri pelanggan merasa telah diperlakukan adil secara merata. Untuk mengetahui berjalannya sistem penanganan komplain dalam dimensi keadilan ini, dapat dilihat melalui perilaku keadilan dari para pegawainya dalam memilih pengaduan yang terlebih dahulu harus ditangani. Dalam menangani komplain dengan prinsip keadilan maka penanganan komplain yang dibahas terlebih dahulu akan disesuaikan berdasarkan nomor urut agenda masuknya pengaduan tersebut. Mengutamakan dimensi keadilan dalam melayani komplain dari para pelanggannya. Keadilan merupakan sebuah hal yang mutlak di dalam perusahaan yang notabennya bersifat *profit oriented* dalam memperoleh keuntungan tentu harus sesuai dengan apa yang menjadi keuntungan itu sendiri.

Berkaitan dengan penelitian tentang cara menangani keluhan pelanggan yang disampaikan (Virna, 2015) bahwa melaksanakan pengawasan dalam menangani keluhan pelanggan yakni dengan turun ke lapangan secara langsung untuk melihat keadaanya yang sebenarnya dilapangan sesuai keluhan yang disampaikan. Selain itu pelanggan bisa menyampaikan secara langsung keluhan mereka. Berdasarkan penjelasan di atas penanganan terhadap manajemen komplain *customer* dapat dilihat dari penerapan prinsip keadilan dalam menangani komplain pelanggan dengan pendahuluan *customer* sesuai urutan

awal pembelian mobil Hyundai. Selain itu salesperson turun ke lapangan secara langsung untuk melihat keadaan sebenarnya dari komplain pelanggan serta mendengarkan komplain pelanggan secara langsung.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber kerja sama tim sangat efektif untuk peningkatan kinerja salesperson. Dibuktikan dengan kegiatan DO, *canvasing*, *movex* dan jaga Pameran yang membutuhkan kerja sama antar salesperson. Kerja sama tim dapat menciptakan efektivitas pencarian *customer* dan mengefisiensi biaya yang dikeluarkan perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Simanungkalit et al., 2013) bahwa kerja sama tim berhubungan secara signifikan dengan Efisiensi Kerja dimana, apabila kerja sama tim dilakukan dengan maksimal maka Efisiensi Kerja dapat dicapai dengan hasil maksimal pula.

Penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian tentang kerja sama terhadap indikator kepercayaan yang diungkapkan oleh (Rensi Assura et al., 2020) menunjukkan hasil bahwa indikator kepercayaan merupakan pembentuk utama kerja sama tim dibandingkan dengan kerja sama dan kekompakkan. Kepercayaan. membuat masing-masing individu yakin bahwa orang-orang disekitarnya mampu bekerja secara tim. Didukung dengan penelitian tentang dampak dari komunikasi yang dikemukakan oleh (Posumah Joorie M Ruru et al., n.d.) Dampak yang ditimbulkan dari komunikasi yang terjadi bahwa adanya saling mendukung program kerja, terjalinnya hubungan kerja sama.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber kebersihan tempat kerja berpengaruh terhadap psikologis salesperson dan psikologis *customer*. Kebersihan tempat kerja meningkatkan motivasi semangat kerja dan rasa memiliki terhadap pekerjaan, kebersihan tempat kerja membuat *customer* nyaman sehingga dapat meningkatkan *brand* dengan menyarankan *dealer*. Hal ini setara dengan penelitian terdahulu (Pengaruh Etos Kerja, Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Petugas Kebersihan Di Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Parepare Tesis, n.d.) Lingkungan kerja yang bagus dan nyaman dapat membuat pegawai dapat membuatnya terdorong untuk bekerja di tempat tersebut. Lingkungan kerja ini tidak hanya berupa fasilitas yang di miliki. Namun, juga hubungan antar pegawai yang terjalin dengan baik.

Diperkuat dengan studi tentang pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi yang ditemukan oleh (Nitisemito, 2015) yang menyatakan bahwa kondisi lingkungan kerja yang baik akan memberikan kenyamanan pribadi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga dapat mengerjakan tugas-tugas dengan baik. Lingkungan kerja baik atau bersih akan meningkatkan kenyamanan salesperson dalam melakukan pekerjaan. Motivasi kerja akan meningkat seiring dengan kebersihan lingkungan kerja yang ada. Motivasi salesperson tersebut diharapkan mampu untuk menunjang prestasi salesperson dalam melakukan pemasaran.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber penerapan etika dan tanggung jawab secara disiplin saat melakukan *activity plan* perlu dilakukan salesperson. Misalnya penerapan dengan cara mengikuti aturan, menjalankan tugas sesuai penempatan, dan input data (*suspect*, *prospect*, *hot prospect*, dan *delivery order*) melalui sistem.

Penelitian mengenai tanggung jawab dijelaskan dalam penelitian terdahulu (Riswan, 2021) yang menyatakan bahwa seorang yang memiliki independensi, tanggung jawab dan memiliki kompetensi serta didukung dengan kepatuhan terhadap standar kebijakan maupun

aturan yang berlaku. Hal tersebut secara otomatis akan menimbulkan sikap baik secara penampilan maupun secara fakta yang akan menghasilkan prestasi kerja dengan semestinya. Sekali lagi, hal tersebut tidak terlepas dari konsep kinerja yang dinilai lebih relatif dibandingkan dengan absolut. Analogi tersebut menggambarkan sebuah hubungan berpengaruh signifikan dari variabel-variabel yang diujikan secara simultan (bersamaan). *Salesperson* bertanggung jawab dalam mengikuti aturan atau kebijakan yang ada dalam perusahaan. Tanggung jawab membuat *salesperson* menerapkan sikap baik dan mendukung *salesperson* untuk mencapai prestasi kerja dengan kinerja penjualan yang baik dalam aktivitas *marketing*. Berdasarkan wawancara dengan narasumber terjadi peningkatan kinerja melalui *training* ditandai dengan penambahan pengetahuan. Misalnya *training* bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan untuk proses kerja, *training* dapat mengubah pemikiran *salesperson* untuk memahami karakter *salesperson*, *training* dapat membuat *salesperson* percaya diri dalam menjelaskan produk ke *customer*. Hubungan pelatihan karyawan dengan kualitas kerja karyawan dijelaskan melalui penelitian (Isman et al., 2020) yang menyatakan bahwa bertambahnya kualitas pelatihan maka dapat menambah kompetensi peserta pelatihan, dan sebaliknya bila kualitas pelatihan menurun maka bakal menurunkan kompetensi peserta pelatihan.

Lebih lanjut kompetensi level pelatihan dikemukakan oleh penelitian (Asman et al., n.d.) pelatihan dinilai mampu meningkatkan kinerja peserta pelatihan dalam menjalin hubungan bekerja sama dan menciptakan suasana nyaman dalam bekerja. Diperkuat dengan adanya studi terdahulu tentang perlunya pelatihan karyawan terhadap peningkatan kinerja perusahaan oleh (Prasetyo & Nurnida, 2017) bahwa perusahaan diperlukan upaya perusahaan untuk membantu karyawan dalam meningkatkan kompetensi karyawannya dengan kebijakan-kebijakan yang telah disusun dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tersebut tujuan penelitian ini adalah mengetahui penerapan kedisiplinan dan manajemen kinerja *salesperson* di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta. Strategi pencarian konsumen di perumahan *elite* dapat dilakukan dengan ide kreatif dan komunikasi yang baik kepada *security*. Implikasi terhadap perusahaan yaitu penggunaan komunikasi yang baik dan ide kreatif *salesperson* akan memengaruhi izin *salesperson* melakukan *movex* di area perumahan *elite*. Hal tersebut akan menumbuhkan kesadaran *security* terhadap kebutuhan *marketing salesperson*.

Komplain dari *customer* bisa ditangani dengan komunikasi dan koordinasi yang baik antara *salesperson*, *customer*, dan seluruh karyawan PT Sun Motor Hyundai Yogyakarta. Oleh karena itu, *salesperson* harus menjalin koordinasi dengan *salesperson* dan seluruh karyawan untuk menyelesaikan komplain dari *customer*. Selain itu *salesperson* harus memerhatikan komunikasi dengan menjelaskan fungsi fitur mobil, kendala, dan kerusakan yang terjadi kepada *customer* supaya komplain dapat teratasi dengan baik.

Kerja sama tim dapat meningkatkan kinerja efektivitas pencarian *customer* dan efisiensi biaya yang dilakukan dalam pencarian *customer*. Maka dari itu *salesperson* harus menerapkan kerja sama tim dalam upaya meningkatkan kinerja penjualan *salesperson*. Sehingga dapat membantu perusahaan dalam menaikkan elektabilitas dan profitabilitas perusahaan. Selain itu

kebersihan tempat akan memengaruhi psikologis terutama dalam meningkatkan kinerja *salesperson* dan meningkatkan *brand* dalam menyarankan *dealer* dari *customer*. Dengan begitu *salesperson* harus mulai memerhatikan kebersihan lingkungan di ruang *salesperson* dan *dealer*.

Penerapan tanggung jawab dan etika *activity plan* dilakukan dengan mengikuti aturan, menjalankan tugas sesuai arahan, dan melakukan input data melalui sistem. Maka dari itu *salesperson* harus bertanggung jawab dalam mengisi penginputan (*suspect*, *prospect*, dan *hot prospect*) pada aplikasi DMS (Data Management System), menjalankan *activity plan* berupa *movex* secara mandiri dan *canvassing* sesuai data wilayah *planner* yang ditetapkan *supervisor*, dan menjalankan etika dalam melaksanakan berjalan minimal satu mobil yang diterapkan oleh perusahaan dan *supervisor*.

Training membantu *salesperson* dalam meningkatkan pengetahuan, mengubah pemikiran *salesperson* untuk memahami karakteristik *salesperson* lain, dan menciptakan percaya diri dalam menjelaskan produk kepada *customer*. Oleh karena itu, PT Sun Mega Motor harus berupaya melaksanakan *training* secara rutin. *Training* dapat menjadi keuntungan perusahaan dalam memperoleh sumber daya *salesperson* yang memiliki daya saing tinggi untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan.

ACKNOWLEDGMENT

Sumber pendanaan penelitian ini adalah dari Pusat Pengembangan Manajemen (*Center for Development of Management Studies*), Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (FBE UII).

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, S., & Ratmanto, T. (2022). Hubungan Antara Komunikasi Persuasi Marketing Daihatsu Dengan. *SPeSIA*, 8(1).
- Asman, H., Siswosukarto, S., Prima, E., & Pratiwi, A. (n.d.). The Impact of Construction Training on Improvement of Construction Labor Competene. *Jurnal Juitech ISSN*. <http://portaluniversitasquality.ac.id:5388/ojssystem/index.php/JUITECH>
- Asropi, S. M. (2007). *Membangun Key Performance Indicator* (Cetakan 1). Lembaga Administrasi Negara.
- Effendy, O. U. (1992). *Humas Suatu Studi Komunikologis PT.Remaja Rosda*.
- Hasibuan, K., & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Faktor Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen melalui Komunikasi Pemasaran. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3). <https://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12575>
- Herlina, S. P., & Onsardi. (n.d.). *Pengaruh Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*.

- Isman, R. P. M. A., Purnahayu, I., & Aminda, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Disiplin, Kepribadian dan Pelatihan Terhadap Kompetensi (Studi Pada Peserta Pelatihan Di Balai Latihan Kerja Kota Bogor). *Jurnal Manajemen*, 11(2), 162. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v11i2.3242>
- Khumaeroh, A. B., & Maulia, I. R. (2021). Khumaeroh and Maulia - 2023 - Analisis Efektivitas Kerja karyawan PT PLN (Persero) di Pengaruhi oleh Kedisiplinan Kerja dan Lingkungan Kerja. *Arka Institute*.
- Krisnawan, L. A. (2023). *Pendapat tentang Kedisiplinan dan Manajemen Kinerja Salesperson di PT Sun Mega Motor Hyundai Yogyakarta*.
- Lateiner, R. A. (2009). Teknik Memimpin Pegawai dan Pekerja. *Aksara Baru*.
- Linando, J. A. (2021). *Manajemen Kinerja: Konsep Praktis & Prespekif Islam*. UPP STIM YKPN.
- Nitisemito, A. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia.
- Pengaruh Etos Kerja, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi Kerja Petugas Kebersihan di Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Parepare Tesis*. (n.d.).
- Posumah Joorie M Ruru, J. H., Kunci, K., Desa, P., & Beragama, U. (n.d.). *Komunikasi Pemerintah dalam Hubungan Kerjasama antar Umat Beragama di Desa Kanonang Tiga Kecamatan Kawangoang Kabupaten Minahasa*. Frankelen Iroth.
- Pranitasari, D., & Khotimah, K. (2021). Analisis Disiplin Kerja Karyawan. In *Analisis Disiplin Kerja Karyawan Jurnal Akuntansi dan Manajemen* (Vol. 18, Issue 01).
- Prasetyo, A. I., & Nurnida, I. (2017). 2017 - Ecodemica, Vol. No. April 2016. *Ecodemica*.
- Rensi Assura, D., Ahid Mudayana, A., Kesehatan Masyarakat, F., Ahmad Dahlan, U., & Correspondent Author, I. (2020). Hubungan Budaya Kerja dan Kerjasama dengan Kinerja Tenaga Kesehatan di Seluruh Puskesmas Kota Yogyakarta. *International Journal of Healthcare Research*, 3(2), 55–62. <https://doi.org/10.12928/ijhr.v3i2.6532>
- Riswan. (2021). *Pengaruh Independensi, Tanggung Jawab dan Kompetensi terhadap Prestasi Kerja Auditor pada Kantor Akuntan Publik di Jawa Barat Tahun 2020*.
- Siagian, S. P. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja* (Cetakan 1). Rineka Cipta.
- Simanungkalit, Dina Rolanna, & Anna, D. L. (2013). *Analisis Hubungan Kerjasama Tim untuk Meningkatkan Efisiensi Kerja pada PT Mitha Samudera Wijaya Medan*.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia; Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja* (Cetakan Pertama). PT Bumi Aksara.
- Suryadi, Y., Foeh, J. E., & Penulis, K. (2022). *Determinasi Kinerja Pegawai: Organizational Citizenship Behavior (OCB), Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, Kedisiplinan Kerja,*

Beban Kerja dan Budaya Organisasi: (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia). 3(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6>

Virna, S. E. (2015). Penanganan Komplain Pelanggan PDAM Tirta Khatlistiwa dalam Perspektif Pelayanan Publik Berdasarkan PERDA Kota Pontianak No 04 Tahun 2009. *PubliKA*, 4(3).

Yulianto, M. B. (2020). *Manajemen Komplain dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mahakam di Kecamatan Sanga-Sanga Kabupaten Kutai Kartanegara*. 2020(3), 691–704.