

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sales force automation dan *sales training* merupakan rangkaian kegiatan wajib bagi setiap perusahaan, terutama bagi perusahaan farmasi untuk mengembangkan maupun meningkatkan efektifitas penjualan produk atau jasanya. Kinerja tidak serta merta dapat dioptimalkan tanpa melalui faktor pendukung, karena setiap perubahan pasti membutuhkan upaya untuk merubahnya. Sedianya banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan, misalnya penggunaan media pendukung kerja, pelatihan, motivasi eksternal/internal, dan lain sebagainya.

Seiring dengan peningkatan kompetisi dan kemajuan teknologi, organisasi-organisasi terus mencari cara untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis. Hal ini berlaku dalam konteks personal selling dimana tenaga penjual merupakan kunci sukses dalam menghasilkan proses pembelian. Personal selling merupakan sarana efektif untuk membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian (Kotler, 2003: 580). Dewasa ini *software-software* aplikasi *Sales Force Automation* (SFA) di fokuskan pada upaya untuk meningkatkan produktifitas administratif tenaga penjual dengan mengotomasi fungsi-fungsi seperti *lead management*, *contact management*, *opportunity management*, *activity management*, *forecast* penjualan, atau melihat

komisi penjualan. *Sales force automation* secara positif mempengaruhi kinerja tenaga penjualan/pemasaran (Sabir et al., 2013).

Perusahaan di seluruh dunia menginvestasikan dana besar dalam SFA dengan tujuan meningkatkan kinerja tenaga penjual (Honeycutt et al., 2005). Karena anggapan banyak pelaku usaha, dengan adanya *sales force automation* dapat memberikan sumbangan positif bagi perusahaannya. Karena kemudahan yang diberikan SFA dalam memfasilitasi komunikasi dan informasi dari setiap tenaga pemasaran, alat ini didedikasikan agar para tenaga pemasaran dapat meningkatkan efisiensi dan profesionalisme dalam melakukan aktivitas penjualan.

Persaingan yang ketat saat ini mengacu pada pasar global, dan teknologi yang terus berkembang, khususnya dalam bidang telekomunikasi (Wilson dalam Roman et al., 2002). Adanya perubahan tersebut membutuhkan peningkatan keahlian dari tenaga penjual yang dapat diperoleh melalui *training* (Filipczak et al., dalam Roman et al., 2002). Jika suatu perusahaan ingin bertahan, maka perusahaan harus memberikan perhatian yang besar terhadap *sales training* mereka. Dikatakan oleh Roman et al., (2002) bahwa *sales training* mempengaruhi kinerja tenaga penjual dan orientasi pelanggan, sehingga kinerja tenaga penjual dan orientasi pelanggan dipengaruhi oleh adanya *sales training*.

Uraian diatas menunjukkan adanya *research gap* yang mendasari dilakukannya penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba untuk

mengetahui seberapa besar peran SFA dan *sales training* terhadap kinerja medical representatif dalam meningkatkan efektifitas penjualan. Kinerja perusahaan sendiri akan memfokuskan pada kinerja karyawannya, salah satunya adalah kinerja dari medical representatif dalam menawarkan produk pada pelanggan maupun pihak yang membutuhkan. Kinerja sendiri adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil yang diharapkan (Rivai dan Basri, 2005).

Medical Representatif merupakan ujung tombak dalam industri farmasi, begitu juga dengan Perusahaan Farmasi Multinasional. Peran tenaga penjualan dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan telah lama menjadi salah satu strategi pemasaran. Dengan peran tenaga penjualan maka perusahaan akan mampu menjalin hubungan yang dekat dan baik dengan pelanggan (Smith et al., 2000). Disamping itu, Perusahaan Farmasi Multinasional meningkatkan penjualan dan profitabilitas dan loyalitas pelanggan melalui tenaga penjual yang unggul. Menurut Mason et al., dalam Elly dan Mursid (2015) mengindikasikan bahwa citra yang diproyeksikan oleh tenaga penjual merupakan citra perusahaan itu sendiri, namun kurangnya perhatian pada personil pemasaran dapat menjadi masalah mengingat bahwa pengawasan perilaku individu merupakan faktor yang penting dan mengingat tenaga penjual menempati porsi paling besar dalam bidang pemasaran.

Produk-produk Perusahaan Farmasi Multinasional memiliki harga yang lebih premium dibandingkan produk farmasi lokal tentunya banyak memiliki

pesaing di industri farmasi. Untuk dapat memasarkan produk-produk tersebut, maka Perusahaan Farmasi Multinasional sangat membutuhkan peran dari tenaga penjualan (*Medical Representatif*). Peran dari medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk tersebut kepada *customer* (HCP/Dokter) yang pada akhirnya dapat mendatangkan penjualan bagi Perusahaan Farmasi Multinasional. Oleh karena itu peran dari medical representatif harus mendapat perhatian, sehingga kinerja dari medical representatif tersebut semakin meningkat dan efektivitas penjualan tercapai.

Selain dalam memasarkan produk-produk tersebut seorang medical representatif akan dibantu dengan software aplikasi *sales force automation* (SFA) yang di fokuskan pada upaya untuk meningkatkan produktifitas administratif tenaga penjual. Selain itu juga harus meningkatkan keahliannya yang dapat dicapai melalui *sales training* dan menggunakan fasilitas yang memadai. Dengan adanya *sales training* ini diharapkan akan meningkatkan kinerja para medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional sehingga efektifitas penjualan juga dapat ditingkatkan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, mengenai kinerja para medical representatif dalam meningkatkan efektifitas penjualan mereka. Serta telah sampai mana penggunaannya *sales force automation* (SFA) dan adanya *sales training* terhadap kinerja medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional. Hal tersebut yang mendasari penulis untuk mengadakan penelitian

mengenai “Analisa Pengaruh Penggunaan *Sales force automation* dan *Sales training* terhadap Kinerja Medical Representatif untuk Meningkatkan Efektifitas Penjualan”.

B. Pembatasan Masaah

Batasan masalah penelitian dilakukan supaya pembahasan tidak menyimpang atau berkembang ke masalah lain. Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. *Sales force automation* (SFA) dalam penelitian ini merujuk pada software aplikasi yang memfokuskan pada upaya untuk meningkatkan produktifitas administratif tenaga penjual dengan mengautomasi fungsi-fungsi seperti *lead management*, *contact management*, *opportunity management*, *activity management*, *forecast* penjualan, atau melihat komisi pejualan.
2. *Sales training* adalah bentuk usaha perusahaan untuk meningkatkan keahlian dan meningkatkan kinerja para medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional dalam upayanya meningkatkan efektifitas penjualan.
3. Kinerja dalam hal ini adalah kinerja para medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional, dalam menjalankan tugasnya sebagai tenaga penjual.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana proses meningkatkan efektifitas penjualan. Dari masalah penelitian tersebut muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh system *sales force automation* terhadap kinerja medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional ?
2. Bagaimana pengaruh *sales training* terhadap kinerja medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional ?
3. Bagaimana pengaruh kinerja medical representatif terhadap efektifitas penjualan di Perusahaan Farmasi Multinasional?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

- a. Untuk menganalisis pengaruh system *sales fore automation* terhadap kinerja medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *sales training* terhadap kinerja medical representatif di Perusahaan Farmasi Multinasional.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kinerja medical representatif terhadap efektifitas penjualan di Perusahaan Farmasi Multinasional.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, yaitu penelitian ini diharapkan berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan teori manajemen serta dapat dijadikan acuan dalam memperkaya konsep keilmuan yang telah didapat sebelumnya.
- b. Manfaat praktis, yaitu penelitian ini mempunyai implikasi sebagai bahan pertimbangan kebijaksanaan dalam memahami kinerja medical representatif yang dapat mempengaruhi efektifitas penjualan.