

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengembangkan sebuah model konseptual pemasaran mengenai orientasi belajar dan orientasi pelanggan yang masing-masing diikuti oleh alur-alur strategik yang dapat ditelusuri untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian atas dua model empirik. Model pertama menguji pengaruh keterbukaan dalam berpikir, pola kerja cerdas, pengelolaan pengetahuan pelanggan, kemampuan berkomunikasi yang santun, kepercayaan yang diberikan terhadap tenaga penjualan, komitmen melakukan hubungan bisnis, terhadap kinerja tenaga penjualan. Model kedua menguji pengaruh empati, pelatihan penjualan dan pengalaman kerja, kemampuan melakukan presentasi penjualan yang santun terhadap kinerja tenaga penjualan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Tengah. Penelitian ini, mengambil sampel sebanyak 140 responden yang tersebar dari di seluruh Kabupaten/Kota di Jawa Tengah. Responden adalah tenaga penjualan dari Bank Perkreditan Rakyat. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan kuesioner yang merupakan kombinasi atas pertanyaan terbuka dan tertutup, yang selanjutnya diikuti dengan wawancara. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)*

Temuan teoritis dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan dibangun melalui proses pengelolaan pengetahuan pelanggan, kemampuan berkomunikasi yang santun, kepercayaan terhadap tenaga penjual, komitmen untuk menjalin hubungan bisnis. Jika tenaga penjualan memiliki kemampuan untuk melakukan adaptabilitas yang tinggi atas perubahan pasar, maka untuk meningkatkan kinerjanya, mereka perlu mengutamakan komitmen hubungan bisnis. Temuan yang lain bahwa untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan diperlukan adanya empati, pelatihan penjualan, pengalaman menjual serta kemampuan melakukan presentasi penjualan yang santun.

Rekomendasi dari penelitian ini, untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan yang dilakukan melalui pengelolaan pelanggan harus didasarkan pada *market based views* yang diintegrasikan dengan *resources based view*. Sebaliknya jika peningkatan kinerja tenaga penjualan dilakukan melalui empati, pelatihan penjualan dan pengalaman, harus didasarkan pada *resource based view*. Temuan penelitian ini, dapat dijadikan dasar bagi para pimpinan Bank Perkreditan Rakyat, bahwa untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualannya mereka perlu membuat kebijakan pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan memberikan pembinaan.

Kata kunci : pelanggan, kemampuan berkomunikasi, komitmen hubungan bisnis, kemampuan melakukan presentasi penjualan dan kinerja tenaga penjualan