

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Analisis Masalah**

Saat ini merupakan era di mana terjadi perubahan yang sangat cepat di berbagai bidang kehidupan. Teknologi dan ilmu pengetahuan menjadi contoh perubahan yang mempengaruhi pola hidup manusia. Perubahan tersebut tidak terlepas dari pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki manusia atau biasa menyebut sebagai sumber daya manusia. Pendidikan berperan penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Pada dasarnya pendidikan merupakan segala upaya yang dilakukan secara sadar, dan bertujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang lebih baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Pendidikan berperan dalam merangsang kreativitas seseorang agar sanggup menghadapi tantangan kehidupan yang semakin kompleks.

Pendidikan merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh kepada segala aspek kehidupan. Maju mundurnya negara tergantung pada kemampuan negara mengelola pendidikannya. Bila pendidikannya baik, berkualitas,

dan memiliki mutu maka akan maju negara tersebut, bila pendidikannya buruk maka yang terjadi adalah sebaliknya. Oleh karena itu pendidikan perlu mendapat perhatian yang khusus oleh semua lapisan masyarakat.

Pada dasarnya ada beberapa cara memperoleh pendidikan, berupa pendidikan formal, pendidikan informal, maupun pendidikan nonformal. Pendidikan formal dapat diperoleh melalui sekolah, pendidikan informal dapat diperoleh melalui kegiatan les dan kursus, sedangkan pendidikan nonformal dapat diperoleh melalui kegiatan-kegiatan organisasi, perusahaan maupun komunitas. Pendidikan nonformal biasanya dipilih manusia sebagai alternatif memperoleh pendidikan dari pendidikan formal ataupun informal. Pendidikan nonformal diberikan bagi mereka yang memiliki keminatan dan karakteristik khusus, misalnya para karyawan yang ditingkatkan pengetahuan maupun keterampilannya melalui pelatihan. Pelatihan lebih menitik beratkan pada segi keterampilan kerja individu guna memperbaiki kinerja dalam pekerjaannya. Hal ini merupakan garapan bidang Teknologi Pendidikan yang tercermin dalam definisi sebagai berikut

*“Educational Technology is the study and ethical practice of facilitating learn and improving performance by creating, using,*

*and managing appropriate technological processes and resources<sup>1</sup>*”.

Yang memiliki arti Teknologi Pendidikan merupakan studi dan praktek etis untuk memfasiliatsi pembelajaran dan meningkatkan kinerja dengan menciptakan, menggunakan, dan mengelola proses dan sumber-sumber teknologi yang sesuai.

Pada definisi tersebut menunjukkan bahwa Teknologi Pendidikan tidak hanya berfokus pada kegiatan pembelajaran yang dilakukan di sekolah, melainkan juga memberikan perhatian pada kegiatan memperoleh pendidikan melalui sektor pendidikan informal maupun nonformal. Untuk mendorong kegiatan belajar pada pendidikan informal maupun nonformal diperlukan upaya memfasilitasi belajar yang bertujuan untuk memecahkan masalah dan meningkatkan kinerja dengan cara menciptakan, menggunakan, dan mengelola proses dan sumber teknologi yang sesuai dengan kebutuhan.

Sumber daya manusia yang ahli sangat dibutuhkan untuk perkembangan bisnis dan industri di Indonesia. Sumber daya

---

<sup>1</sup> Dewi Salma Prawiradilaga, *Wawasan Teknologi Pendidikan* (Jakarta: KENCANA Prenada Media Grup, 2012) Hlm. 31

manusia memegang peranan penting dalam setiap kegiatan perusahaan. Kegiatan perusahaan akan berjalan baik tidak hanya dengan faktor sarana dan prasarana yang memadai tetapi juga didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas.

Setiap perusahaan selalu menginginkan produktivitas dari setiap karyawannya meningkat. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus memberikan dukungan yang baik kepada seluruh karyawannya agar dapat mencapai prestasi kerja dan meningkatkan produktivitas. Dengan ditambah suatu keterampilan kerja yang dimiliki oleh para karyawannya, akan memberikan suatu hubungan yang besar dalam upaya mencapai tingkat produktivitas.

Perusahaan menetapkan beberapa upaya yang bertujuan untuk memotivasi kerja para karyawannya. Adapun upaya tersebut dengan memberikan beberapa fasilitas - fasilitas kerja yang sangat menunjang dalam meningkatkan produktivitas kepada seluruh karyawannya. Fasilitas - fasilitas tersebut meliputi pakaian kerja, tunjangan hari raya, asuransi, gaji, bonus, upah lembur dan sebagainya. Semua itu diberikan oleh perusahaan, agar seluruh karyawan yang bekerja di dalamnya benar-benar terjamin sekaligus dapat menciptakan kinerja

yang baik guna mencapai tingkat produktivitas yang diharapkan.

PT. TriCara Talenta Ritelindo (“TriCara”) adalah distributor resmi PT. Adidas Indonesia dimana PT Adidas Indonesia merupakan anak perusahaan Adidas Group. Adidas merupakan merek *sportwear* terkemuka di dunia, banyak produk yang telah dihasilkan merek tersebut dari *sportweares* hingga *fashionwear* PT. Tricara sebagai distributor resmi merek Adidas membuka toko di banyak Mall di Indonesia. PT Tricara juga berupaya dalam meningkatkan kinerja dari para karyawan, dalam hal ini *sales promotion*.

*Sales promotion* atau yang sering disebut promosi penjualan dalam bahasa Indonesia, digunakan perusahaan produksi barang dan jasa untuk menambah nilai suatu produk tersebut, yang berguna untuk merangsang konsumen membeli dan memakai produk dan jasa tersebut<sup>2</sup>.

*Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* atau sering disebut SPG dan SPB merupakan ujung tombak perusahaan yang bertemu langsung dengan konsumen. Tetapi tidak semua *Sales Promotion* dapat memberikan kontribusi baik terhadap perusahaannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor

---

<sup>2</sup> Gitosudarmo, *Menjadi Sales Promotion yang Sukses*, Jakarta : 2003, Bintang Aksara Hlm.239

internal dan eksternal. Faktor Internal biasanya diakibatkan karena kurangnya motivasi bekerja dalam diri mereka. Faktor eksternal muncul karena adanya peraturan yang dibuat oleh pihak Mal seperti buka dan tutup toko harus tepat waktu, membersihkan barang, merapikan barang, yang semua harus dipatuhi oleh SPG dan SPB toko.

SPG dan SPB dituntut untuk komunikatif kepada pelanggannya. Tidak hanya itu, mereka perlu memperhatikan penampilan, menarik dan aktif mempromosikan produknya. Mereka harus terampil dan aktif dalam pekerjaannya. Bagaimana sikap seorang SPG atau SPB dalam melayani konsumen, keterampilan apa saja yang harus dimiliki oleh seorang SPG atau SPB, serta bagaimana cara menyusun produk yang sesuai dengan peraturan kebijakan toko. Hal – hal tersebut merupakan masalah- masalah yang biasanya dihadapi oleh SPG atau SPB.

Dalam proses perekrutan karyawan, PT. Tricara Talenta Ritelindo melakukan perekrutan dengan mengkombinasikan antara calon karyawan dari yang belum memiliki pengalaman dengan yang sudah berpengalaman kerja dari perusahaan yang sejenis. Ini semua diharapkan bisa menciptakan semangat kerja sekaligus prestasi kerja yang tinggi dalam

menggapai perwujudan tingkat produktivitas yang baik, seperti yang diharapkan perusahaan.

Perusahaan memberikan pelatihan berupa sejarah merek Adidas, pengetahuan tentang produk Adidas, tata letak produk pada *display* dan teknik penjualan yang efektif. Pelatihan hanya diberikan satu hari, dalam satu hari itu SPG atau SPB harus mengerti semua materi tersebut. Selain pelatihan diawal, Adidas juga memberikan pelatihan – pelatihan lain dengan syarat dan kondisi tertentu. Misal pelatihan akan diadakan ketika SPG atau SPB mendapatkan penjualan tertinggi, maka dari itu SPG atau SPB tersebut berhak mendapat pelatihan lagi berupa *knowledge product* yang kemudian akan dibagikan lagi oleh SPG atau SPB yang mendapat pelatihan tersebut kepada rekan-rekan SPG atau SPB di tokonya. Kemudian Pelatihan untuk *VM (Visual Merchandise)*. Setiap toko akan ditunjuk perwakilan yang akan menjadi VM yang bertugas untuk mengatur *display* produk seperti *apparel, accesories, shoes*. Pelatihan yang diberikan VM memiliki tujuan agar toko memiliki seorang yang dapat mengatur display toko sesuai aturan dari pihak Adidas., Keterampilan SPG atau SPB merupakan prioritas utama dalam hal promosi, sebab dengan keterampilan

SPG atau SPB yang baik, akan berdampak langsung dengan capaian target kerja yang telah ditetapkan.

Untuk melihat produktivitas kerja *Sales Promotion* maka dapat kita lihat dari pencapaian target yang telah ditetapkan setiap priodenya dengan membandingkan tingkat hasil penjualan dengan target penjualan yang telah ditetapkan. Tentunya target tersebut merupakan pencapaian yang mampu dicapai secara maksimal dan ketika target tersebut tidak mampu dicapai dapat artikan bahwa produktivitas kerja *Sales Promotion* tersebut belum berjalan dengan maksimal. Untuk lebih mengetahui produktivitas kerja *Sales Promotion* pada salah satu Adidas Store, peneliti menggunakan Adidas Store yang berada di Mall AEON Jakarta Garden City sebagai contoh dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1 Tingkat Realisasi Penjualan Terhadap Target Penjualan  
*Sales Promotion* Adidas Store Mall AEON Jakarta Garden City bulan  
Januari hingga Juni 2018**

<b>Month</b>	<b>Target Penjualan</b>	<b>Realisasi Penjualan</b>	<b>Persentase</b>
Januari	555.500.000	334.472.400	60.21%
Februari	545.405.226	252.243.360	46.25%
Maret	565.625,760	304.447.700	53.82%
April	579.709.343	247.197.800	42.64%
Mei	597.903.145	237.989.850	39.80%
Juni	689.294.449	365.458.560	53.02%

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa produktivitas penjualan pada salah satu toko Adidas yaitu Adidas Store Mall AEON JGC selalu mengalami fluktuasi. Bahkan target penjualan yang telah ditetapkan selama kurun waktu 6 bulan terakhir yaitu dari Januari hingga Juni tidak pernah mencapai target bahkan pencapaian paling tinggi hanya 60.21%.

Tingkat jumlah konsumen yang berada di Mall AEON JGC juga mengalami fluktuasi seperti tabel di bawah ini :

**Tabel 1.2 Tingkat pertumbuhan jumlah konsumen pada Adidas Store Mall AEON JGC pada bulan Januari – Juni**

<b>Month</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>	<b>Pertumbuhan</b>
Januari	2628	-
Februari	1992	24.20%
Maret	2078	4.32%
April	1524	-26.66%
Mei	1408	-7.612%
Juni	2108	69.90%
Rata-rata perbulan	1956	69.85%

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa tingkat jumlah konsumen dari Januari hingga Juni mengalami

fluktuasi, penurunan jumlah konsumen yang signifikan terjadi pada bulan April kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan Mei. Tetapi pada bulan Juni mengalami kenaikan yang signifikan, walaupun begitu tidak diimbangi dengan jumlah pendapatan yang hanya mencapai 53.03%.

Berdasarkan data dari kedua tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat kedatangan konsumen ke toko tidak diimbangi dengan minat beli konsumen pada toko tersebut. Berbagai faktor yang menjadi penyebab konsumen yang datang ke toko hanya sekedar melihat – lihat kemudian keluar lagi, seperti kurang komunikatifnya SPG atau SPB dalam menawarkan produknya, dan kurang memberikan informasi tentang produk pada konsumen.

Dari hasil wawancara peneliti dengan *supervisor* adidas store Mall AEON JGC pada tanggal 15 Desember 2018, adapun masalah – masalah yang dihadapi oleh SPG dan SPB antara lain kurangnya kesadaran SPG dan SPB untuk mengedukasi penunjang tentang produk - produk yang tersedia, SPG dan SPB terlalu memilih pelanggan yang datang ke toko, kurang aktifnya SPG dan SPB dalam menawarkan produknya, serta kurangnya memahami masing – masing deskripsi tugas yang diberikan kepada

mereka. Pengetahuan menjual, pengetahuan pekerjaan sebagai kasir, dan cara menempatkan produk pada *display*, merupakan hal yang wajib SPG atau SPB pahami. Tidak adanya sumber belajar selain catatan ketika pelatihan serta tidak adanya deskripsi pekerjaan yang jelas sehingga membuat SPG dan SPB kesulitan memahami tugas mereka<sup>3</sup>. Hal – hal tersebut dapat dipelajari secara mandiri yang dikemas secara praktis.

Bahan belajar tersebut bisa digunakan pada waktu luang, mudah dipindahkan, dapat dibawa kemana – mana, fleksibel dan ekonomis. Karena setiap harinya SPG atau SPB bertemu konsumen secara langsung dan melayani konsumen dengan baik. Untuk itu perlu dikembangkan intervensi yang dapat menjadi pengingat dari hasil pelatihan dan sebagai sumber belajar mandiri untuk SPG atau SPB Adidas Store.

Berdasarkan dengan karakteristik sasaran yaitu SPG atau SPB, Maka pengembang akan mengembangkan *job aids* untuk SPG dan SPB Adidas store. *Job Aids* ini berisi tentang deskripsi pekerjaan yang harus SPG atau SPB kerjakan. *Job Aids* ini dapat memberikan informasi kepada

---

<sup>3</sup> Wawancara tidak terstruktur kepada supervisor Adidas store AEON Mal Jakarta

SPG atau SPB tentang ruang lingkup dan deskripsi pekerjaannya, tahapan – tahapan dasar keterampilan menjadi SPG atau SPB yang baik, keterampilan sebagai kasir yang benar, serta hal-hal yang perlu diperhatikan sebagai *visual merchandiser*. Diharapkan dapat dipergunakan oleh SPG atau SPB di Adidas store AEON Mal Jakarta sebagai acuan untuk mengetahui ruang lingkup pekerjaan SPG dan SPB Adidas store AEON Mal Jakarta

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah di jelaskan sebelumnya, penelitan ini mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan *Job aids* untuk meningkatkan kinerja *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* dengan produktivitas kerja *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* dalam menjual produk?
2. Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan *job aids* untuk *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* dengan kemampuan seorang sales promotion menjual produk?

3. Apakah proses penggunaan *job aids* untuk *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* dapat mempengaruhi kinerja seorang sales promotion?
4. Bagaimanakah hasil pengembangan *Job Aids* untuk *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* untuk Adidas Store di Jakarta?
5. Bagaimana hasil penggunaan *Job Aids* untuk *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* di Adidas Store AEON Mal Jakarta?

### **C. Ruang Lingkup Masalah**

Untuk lebih memfokuskan penelitian ini, maka peneliti memaparkan ruang lingkup masalah yaitu :

1. Bagaimana mengembangkan *Job Aids* untuk meningkatkan kinerja para *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* Adidas Store AEON Mal Jakarta ?
2. Materi yang sertakan pad apanduan kerja berupa mengenai pengetahuan menjual, pengetahuan sebagai kasir dan pengetahuan sebagai visual merchandiser
3. Waktu melakukan penelitian dimulai dari Mei 2018 hingga Desember 2018
4. Sasaran penelitian adalah *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* Adidas Store AEON Mal Jakarta
5. Tempat penelitian, dilakukan di Adidas Store AEON Mal Jakarta

#### **D. Tujuan Pengembangan**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, pengembangan ini bertujuan untuk menghasilkan panduan kerja untuk SPG dan SPB Adidas store AEON Mal Jakarta. Panduan kerja berupa poster ini nantinya dikemas dengan dicetak sedemikian rupa, sehingga memudahkan pengguna dalam memahami informasi yang terkandung pada panduan kerja. Tujuan penelitian ini untuk membuat intervensi tambahan setelah mengikuti pelatihan berupa panduan kerja mengenai deskripsi pekerjaan SPG dan SPB Adidas store AEON Mal Jakarta, semoga mereka dapat melakukan uraian pekerjaan dengan tepat.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Kegunaan Praktis**

Secara praktis pengembangan ini bermanfaat dalam memberikan sumbangan yang berarti kepada karyawan store Adidas di wilayah Jakarta agar dapat memanfaatkan panduan kerja untuk *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* sebagai alternatif media dan

pedoman para *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* Adidas Store di wilayah Jakarta

## 2. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis dengan adanya pengembangan *Job Aids* ini diharapkan dapat :

- a. Menjelaskan deskripsi pekerjaan *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* sehingga lebih menarik dan mudah digunakan sebagai salah satu sumber pedoman untuk para *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* Adidas Store di wilayah Jakarta
- b. Memprediksi agar para *Sales Promotion Girl* dan *Sales Promotion Boy* lebih tertarik dan berminat dalam mempelajari deskripsi pekerjaan *Sales Promotion Boy* dan *Sales Promotion Girl*.

