

# HUBUNGAN SALES SELF EFFICACY DENGAN KINERJA MENCAPAI TARGET PADA AVENGERS

Windar Ningsih, Yanladila Yeltas Putra  
Universitas Negeri Padang  
e-mail: [Windarningsih1805@gmail.com](mailto:Windarningsih1805@gmail.com)

**Abstract:** *The Relationship of sales self efficacy with the performance of achieving targets on the avengers. The purpose of this study was to determine the relationship between sales self efficacy and performance in achieving the target of the avengers in Plasa Telkom Bukittinggi. This research uses quantitative methods and research design is quantitative correlation.. The population in this study is all of the avengers in Plasa Telkom Bukittinggi. The research sample consisted of 28 people, with a total sampling technique. This study uses sales self efficacy scale and avengers target achievement data for July, August and September 2019. The data analysis technique used is product moment correlation. The results of this study show a correlation coefficient (r) of 0.487 and  $p=0.009$  ( $p<0.01$ ) which shows a positive relationship between sales self efficacy and performance in achieving the target of Avengers Plasa Telkom Bukittinggi.*

**Keyword:** *Sales self efficacy, performance, target*

**Abstrak:** *Hubungan sales self efficacy dengan kinerja mencapai target pada avengers. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara sales self efficacy dengan kinerja dalam mencapai target pada avengers di Plasa Telkom Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan desain penelitian adalah kuantitatif korelasi. Populasi pada penelitian adalah seluruh avengers di Plasa Telkom Bukittinggi. Sampel penelitian berjumlah 28 orang, dengan teknik total sampling. Penelitian ini menggunakan skala sales self efficacy dan data pencapaian target avengers bulan juli, agustus dan september 2019. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi product moment. Hasil dari penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi (r) sebesar 0.487 dan  $p=0,009$  ( $p<0,01$ ) yang menunjukkan hubungan positif antara sales self efficacy dengan kinerja dalam mencapai target pada avengers Plasa Telkom Bukittinggi.*

**Kata kunci:** *Sales self efficacy, kinerja, target*

## PENDAHULUAN

Aset utama dan terpenting dalam sebuah perusahaan adalah sumber daya manusia. Adanya sarana dan prasarana yang memadai tanpa didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas maka tujuan dari perusahaan tidak akan tercapai, sehingga sumber daya manusia harus dikelola dan diperhatikan dengan maksimal (Findarti, 2016). Saat ini persaingan sumber daya manusia sangat ketat, sehingga sumber daya manusia diharuskan memiliki dan mengembangkan potensinya. Perusahaan diharuskan mengetahui cara mengembangkan sumber daya manusia yang dimiliki agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya (Noviawati, 2016).

Suatu perusahaan tidak hanya bersaing dengan perusahaan dalam negeri tetapi juga perusahaan luar negeri yang ikut berkompetensi dalam menarik minat dari konsumen untuk menggunakan suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Larasati & Gilang, 2016). Persaingan bisnis juga berpengaruh pada Telkom Indonesia. Telkom Indonesia adalah perusahaan telekomunikasi dan informasi terbesar di Indonesia (Amandawati, 2016).

Cabang Telkom Indonesia yang berada di Sumatera Barat adalah Plasa Telkom Bukittinggi. Plasa Telkom Bukittinggi dapat memberikan layanan berupa pasang baru jaringan telepon wireline dan pasang baru indihome. Produk

unggulan dari Telkom adalah indihome. Noor (Detikinet, 28 April 2018) mengatakan bahwa akhir 2017 pelanggan dan pendapatan indihome meningkat dibandingkan tahun 2016. Menurut Carlos, Zamralita dan Nisfiannoor (2006) keberhasilan tersebut tidak lepas dari kerja keras karyawan khususnya karyawan *marketing*. *Marketing* adalah suatu proses merencanakan harga, promosi dan distribusi, melalui *marketing* produk dari perusahaan diperkenalkan kepada konsumen. Agar produk dapat diperkenalkan keada konsumen harus ada tenaga penjualnya.

*Marketing* yang baik dan tepat akan menjadi unsur penting bagi keberhasilan perusahaan, sehingga tenaga penjual dituntut untuk melakukan pekerjaan dengan maksimal sesuai dengan target yang ditetapkan oleh perusahaan. Keberhasilan dan kesuksesan tenaga penjual ditentukan oleh seberapa besar pencapaian yang diraih dalam kurun waktu tertentu yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Tenaga penjual yang tidak dapat mencapai target, akan mempengaruhi kemajuan perusahaan (Bakti & Harun, 2011).

Arif (Marketeers, 9 Febuari 2015) mengatakan salah satu tenaga penjual di Telkom adalah *avengers*. *avengers* adalah tenaga penjual yang sudah tersertifikasi, pada perusahaan lain disebut *sales*.

*Avengers* diharuskan memperoleh 10 konsumen dalam satu bulan, adanya target yang harus dicapai mengharuskan *avengers* memiliki dan mengoptimalkan kemampuan agar dapat bersaing dengan rekannya. Adanya kemampuan yang baik pada *avengers*, dapat berdampak pada kinerjanya dan kinerja perusahaan.

Santoso (2012) mengatakan masalah kinerja adalah sesuatu yang sangat penting, sehingga di butuhkan usaha-usaha untuk mengatasinya. Menurut Wirawan (2015) kinerja adalah hasil yang didapatkan dari pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan dalam waktu tertentu. Kuswandi (2004) mengatakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah kemampuan. Kemampuan merupakan kecakapan yang dimiliki seseorang dalam melakukan pekerjaan, baik dalam kegiatan fisik maupun mental. Terkadang seseorang mampu melaksanakan pekerjaan yang orang lain tidak dapat melakukannya karena memiliki kemampuan yang berbeda. Karyawan yang memiliki kemampuan yang baik akan lebih mudah menjalankan pekerjaannya, begitupun sebaliknya.

Mangkunegara (2009) menjelaskan ketidakmampuan karyawan dalam melakukan pekerjaan akan mempengaruhi kinerjanya. Karyawan yang kurang memiliki kemampuan akan mengalami masalah dalam menyelesaikan pekerjaannya. Sama halnya dengan hasil

pengumpulan data awal yang peneliti lakukan pada tanggal 5 Agustus 2018 melalui wawancara, saat melakukan pekerjaan kendala yang dihadapi *avengers* adalah kurangnya keyakinan akan kemampuan yang dimiliki, sehingga tidak maksimal dalam mempromosikan produk perusahaan.

Krishnan, Netemeyer dan Boles (2002) menjelaskan kinerja tenaga penjual ditentukan dan diukur menggunakan jumlah target yang telah dicapai. Wang dan Netemeyer (2002) mengatakan tenaga penjual yang sukses, dipengaruhi oleh kompetensi kerja atau *self efficacy* dan belajar terus menerus. Gupta, Ganster dan Kepes (2013) juga mengatakan bahwa *sales self efficacy* dapat dijadikan prediksi untuk melihat kinerja karyawan. *Sales self efficacy* merupakan keyakinan seseorang bahwa ia memiliki kemampuan untuk menjual produk dan ia menikmati tugas yang berhubungan dengan penjualan produk atau layanan. Pengalaman tenaga penjual selama bekerja juga dapat dijadikan prediksi dari kinerjanya. Pengalaman menjual memberikan pengetahuan untuk tenaga penjual sehingga dapat mengatasi berbagai masalah penjualan secara efektif dan dapat meningkatkan level sales self efficacy.

Berdasarkan penjelasan diatas, permasalahan tentang kinerja dapat merugikan karyawan dan perusahaan.

karyawan yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuannya dalam bekerja, akan mempengaruhi kinerjanya. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Hubungan antara *Sales Self Efficacy* dengan Kinerja dalam mencapai Target pada *Avengers* di Pasa Telkom Bukittinggi”.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2013) menjelaskan metode penelitian kuantitatif, data penelitian berupa angka-angka dan datanya dianalisis menggunakan statistik. Teknik statistik yang digunakan adalah korelasi. Winarsunu (2009) mengatakan teknik korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel yang akan diteliti hubungannya disebut variabel bebas dan variabel terikat.

Populasi yang pada penelitian ini adalah seluruh *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 28 orang, dengan teknik pengambilan sampel berupa total *sampling*. Menurut Winarsunu (2009) total *sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel. Hal ini dikarenakan jumlah populasi yang sedikit yaitu kurang dari 30 orang.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*. Skala terdiri dari

aitem *favorable* dan *unfavorable*. Penelitian ini menggunakan skala *sales self efficacy* dari Gupta, Ganster dan Kepes (2013) dan skala ini terdiri dari dua dimensi yaitu *skill/ability* dan *interest/enjoyment*. Skala terdiri dari 10 aitem, dan setelah dilakukan uji coba tidak ada aitem yang gugur. Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan kepada 40 responden diperoleh skor reliabilitas 0,940. Hasil skor tersebut menandakan bahwa alat ukur sudah layak untuk diujikan.

Skala kinerja yang digunakan pada penelitian ini menggunakan hasil kerja dari *avengers* yang berupa data pencapaian target *avengers* yang didapatkan dari unit sales dan CC Plasa Telkom Bukittinggi. Menurut Wirawan (2015) salah satu dimensi kinerja adalah hasil kerja. Evaluasi kinerja *avengers* dilaksanakan setiap tiga bulan sekali, sehingga penelitian ini menggunakan data pencapaian target bulan juli, agustus dan september 2019, karena ini adalah data yang terbaru.

Penelitian ini menggunakan analisis data uji korelasi. Jenis uji korelasi yang digunakan yaitu korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* menggambarkan hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen yang sama-sama berjenis interval dan rasio dan uji asumsi yang harus dipenuhi adalah uji normalitas dan linieritas (Sugiyono, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Analisis data *sales self efficacy* didapatkan rata-rata empirik lebih besar dari pada rata-rata hipotetiknya ( $\mu_e = 38,32 > \mu_h = 30$ ). Artinya skor *sales self efficacy*

responden pada penelitian ini lebih tinggi dari pada skor populasi pada umumnya. Penelitian ini akan dikategorikan ke dalam interval yang telah ditetapkan. Kategorisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Kategorisasi skor skala *sales self efficacy* (N=28)**

| Interval                                  | Skor            | Kategorisasi | F ( $\Sigma$ ) | Persentase   |
|---|-----------------|--------------|----------------|--------------|
| $(\mu+1,0\sigma)\leq X$                   | $37\leq X$      | Tinggi       | 20             | 71,4 %       |
| $(\mu-1,0\sigma)\leq X < (\mu+1,0\sigma)$ | $23\leq X < 37$ | Sedang       | 8              | 28,6 %       |
| $X < (\mu-1,0\sigma)$                     | $X < 23$        | Rendah       | 0              | 0            |
| <b>Jumlah</b>                             |                 |              | <b>28</b>      | <b>100 %</b> |

Variabel *sales self efficacy* digolongkan kedalam tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Jerusalem dan Mittag (1995) mengatakan kategori *sales self efficacy* yang tinggi apabila individu merasa mampu dalam menghadapi berbagai tuntutan tugas penjualan dan memungkinkan individu menghadapi tuntutan stres dengan kepercayaan. Kategori *sales self efficacy* yang sedang bermakna bahwa individu merasa mampu menghadapi tuntutan tugas penjualan tetapi kurang mampu dalam menghadapi stres

dengan kepercayaan. Kategori *sales self efficacy* yang rendah bermakna bahwa individu tidak mampu dalam menghadapi berbagai tuntutan tugas penjualan dan stres.

Berdasarkan kategori diatas, terdapat 20 orang (71,4%) yang memiliki *sales self efficacy* tinggi. Kemudian terdapat 8 orang (28,6%) yang memiliki *sales self efficacy* sedang dan tidak ada subjek yang memiliki *sales self efficacy* yang rendah. Sehingga disimpulkan bahwa *sales self efficacy* avengers berada pada kategori tinggi.

**Tabel 2. Kategorisasi pencapaian target *avengers* (N=28)**

| Interval skor | Kategorisasi          | F ( $\Sigma$ ) | Persentase  |
|---------------|-----------------------|----------------|-------------|
| $\geq 30$     | Target tercapai       | 28             | 100 %       |
| $< 30$        | Target tidak tercapai | 0              | 0 %         |
| <b>Jumlah</b> |                       | <b>28</b>      | <b>100%</b> |

Sumber: Unit sales & CC Plasa Telkom Bukittinggi

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan seluruh avengers pada Plasa

Telkom Bukittinggi berhasil mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uji normalitas, menggunakan *shapiro wolt test* didapatkan hasil bahwa kedua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Variabel *sales self efficacy* memiliki nilai  $p > 0,05$  ( $p = 0,110$ ) dan variabel kinerja memiliki nilai  $p > 0,05$  ( $p = 0,696$ ) sehingga data dalam penelitian ini dapat dianalisis menggunakan statistik parametrik karena memenuhi syarat yaitu berdistribusi normal.

Uji linieritas berguna untuk melihat bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat linier. Berdasarkan analisis didapatkan hasil bahwa  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $0,237 < 2,51$ ). Sehingga dapat diartikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linier.

Uji hipotesis penelitian diarahkan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis dalam penelitian ini berbunyi “ada hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target”. Hasil pada uji hipotesis, menggunakan teknik statistik korelasi *product moment* didapatkan koefisien  $0,487$ ,  $p = 0,009$  ( $p < 0,01$ ) menandakan  $H_a$  diterima. Koefisien korelasi yang positif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, yaitu besarnya skor pada satu variabel terjadi bersamaan dengan besarnya skor pada variabel lainnya dan rendahnya skor pada satu variabel terjadi bersama dengan kecilnya skor pada variabel yang lain.

## Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Berdasarkan uji hipotesis bahwa hubungan yang terjadi menggunakan analisis statistik korelasi *product moment* didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers*. Pada penelitian ini dijelaskan bahwa semakin tinggi *sales self efficacy* maka semakin tinggi kinerja dalam mencapai target.

Hal ini sejalan dengan penelitian Gupta, Ganster dan Kepes (2013) yang menjelaskan bahwa *sales self efficacy* dapat dijadikan prediksi untuk mengetahui kinerja tenaga penjual. *Sales self efficacy* adalah keyakinan individu akan kemampuannya dalam menjalankan tugas penjualan dan pengalaman tenaga penjual dapat meningkatkan level *sales self efficacy*. Lee dan Gillen (1989) menjelaskan kemampuan yang dimiliki tenaga penjual sangat diperlukan dalam melaksanakan tindakan saat bekerja, akan berpengaruh pada kinerjanya. Seberapa kuat tenaga penjual menghadapi kesulitan tergantung dari kemampuan yang dimilikinya.

Krishnan, Netemeyer dan Boles (2002) mengatakan tenaga penjual yang baik adalah tenaga penjual yang mampu melakukan tugas penjualan dengan sukses.

Individu yang percaya pada kemampuannya dalam hal penjualan, akan memiliki aktivitas penjualan yang bermutu dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi dirinya maupun perusahaan.

*Sales self efficacy* diukur berdasarkan skala *sales self efficacy* dengan dimensi *skill/ability* dan *interest/enjoyment*. Dimensi *skill/ability* di penelitian ini bergerak dari kategori sedang ke tinggi. Ahmad, Sah dan Kitchen (2010) mengatakan keterampilan penjualan mengacu pada kecakapan yang dipelajari tenaga penjual dalam melakukan tugas-tugas penjualan yang diperlukan dan itu mencakup pada kemampuan yang dipelajari seperti keterampilan pemasaran. Individu yang memiliki kemampuan penjualan akan merasa puas dan bahagia dalam melakukan tugas penjualan. Artinya, dengan adanya *skill/ability* yang tinggi maka subjek akan merasa puas dalam menjalankan tugas penjualan.

Tingginya *ability* pada *avengers* dipengaruhi oleh adanya pelatihan rutin yang dilaksanakan tiga bulan sekali, pelatihan terakhir yang diberikan kepada *avengers* adalah pelatihan *one day training services sales force*. Pelatihan ini tujuannya untuk meningkatkan kemampuan dalam melayani pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Aswar dan Tawany (2015) yang mengatakan dengan adanya pelatihan akan meningkatkan kemampuan, sehingga

karyawan akan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal.

Faktor yang berpengaruh pada tingginya *skill* pada *avengers* adalah adanya pemimpin yang melakukan pembinaan dan monitoring didalam suatu tim. Pembinaan dan monitoring bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota dan mampu memberikan masukan atau saran. Bagi *avengers* yang baru, akan dibantu mengembangkan keterampilan yang dimiliki, sehingga dapat melakukan tugas penjualan dengan baik.

Dimensi *interest/enjoyment* juga bergerak pada kategori sedang ke tinggi. Graves, Ruderman, Ohlott dan Weber (2012) mengatakan dengan adanya ketertarikan terhadap pekerjaan, akan mengurangi stres dan meningkatkan kesejahteraan emosional. Artinya, dengan adanya *interest* yang tinggi maka subjek akan terhindar dari stres sehingga menghasilkan kinerja yang baik. Faktor yang mempengaruhi tingginya *interest avengers* terhadap pekerjaan serta perusahaan adalah citra perusahaan dan adanya *reward* seperti pujian, pemberian bonus, serta penghargaan tahunan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari (2018) yang mengatakan ketertarikan karyawan terhadap pekerjaan dipengaruhi oleh persepsi karyawan akan karakteristik organisasi seperti upah, kesempatan promosi, lokasi, alur karir, dan stuktur organisasi. Kesadaran

akan eksistensi organisasi juga mempengaruhi ketertarikan karyawan, semakin populer organisasi maka akan meningkatkan ketertarikan pada karyawan.

Graves, Ruderman, Ohlott dan Weber (2012) juga mengatakan *enjoyment* dalam bekerja merupakan sejauh mana individu bekerja karena menemukan hal yang menarik pada pekerjaannya. *Enjoyment* dalam bekerja memiliki pengaruh positif seperti meningkatkan kinerja. Nugroho dan Puspitadewi (2015) mengatakan *enjoyment* merupakan suatu rasa untuk menikmati pekerjaan, dan akan mendorong semangat bekerja dengan penuh tanggung jawab pada setiap pekerjaan yang dilakukan.

*Sales self efficacy avengers* pada penelitian berada di kategori tinggi. Artinya, subjek memiliki keyakinan akan kemampuan dalam menjual produk dan menikmati tugas yang berkaitan dengan penjualan. Tingginya *sales self efficacy avengers* dapat dilihat dari tingginya skor aitem skala *sales self efficacy* terutama pada keyakinan bahwa berjualan adalah keahlian subjek dan subjek merasa ia adalah penjual yang baik. Subjek juga merasa mampu menghadapi tuntutan tugas penjualan, sehingga berdampak positif terhadap kinerjanya.

Kinerja pada penelitian ini diukur menggunakan pencapaian target *avengers* pada bulan juli, agustus dan september 2019 yang diperoleh dari uni sales dan CC

Plasa Telkom Bukittinggi. Dilihat berdasarkan pencapaian target perbulan, pada bulan juli dan agustus masih ada beberapa *avengers* yang tidak bisa mencapai target penjualan. Bulan agustus seluruh *avengers* dapat mencapai target bahkan melebihi target yang telah ditetapkan.

Keseluruhan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* berada di kategori tinggi. Artinya, pencapaian target *avengers* setelah diadakan evaluasi kinerja telah mencapai target bahkan melebihi target yang ditetapkan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan menurut Kuswandi (2004) adalah kemampuan karyawan, karyawan yang memiliki kemampuan teknis maupun operasional yang tinggi dalam mengerjakan tugas dari pekerjaannya, akan meningkatkan semangat kerjanya. *Avengers* yang memiliki kemampuan penjualan tetapi tidak didukung dengan adanya keyakinan atas kemampuannya, tidak dapat mengembangkan kemampuan dengan baik. Sehingga diperlukan adanya *sales self efficacy*.

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang



positif antara *sales self efficacy* dan kinerja dalam mencapai target pada *avengers*, hubungan positif ini dapat diartikan bahwa hubungan kedua variabel berjalan searah, artinya semakin tinggi *sales self efficacy* maka semakin tinggi kinerja dalam mencapai target dan semakin rendah *sales self efficacy* semakin rendah pula tingkat kinerja dalam mencapai target pada *avengers*.

Hal ini dapat diartikan bahwa, dengan adanya *sales self efficacy* maka *avenger* akan lebih mudah dalam mencapai target penjualan. Dengan adanya keyakinan pada kemampuan dalam kegiatan penjualan, *avengers* yang belum mencapai target penjualan akan lebih yakin dan bersemangat untuk mencapai target penjualan. Sedangkan *avengers* yang telah mencapai target akan lebih bersemangat dalam meningkatkan target dari sebelumnya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Hasil penelitian berdasarkan dari pengujian hipotesis tentang hubungan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi, maka dapat disimpulkan bahwa secara umum *sales self efficacy* pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa subjek penelitian

memiliki keyakinan akan kemampuan dalam menjual produk dan menikmati tugas-tugas yang berkaitan dengan penjualan. Subjek penelitian juga merasa mampu dalam menghadapi tuntutan tugas penjualan dan memungkinkan subjek menghadapi tuntutan stres dengan kepercayaan. Kemudian, kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi juga berada di kategori tinggi. Artinya bahwa subjek penelitian pencapaian target yang diperoleh *avengers* telah melebihi target penjualan yang ditetapkan dan hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *sales self efficacy* dengan kinerja dalam mencapai target pada *avengers* di Plasa Telkom Bukittinggi. Artinya semakin tinggi *sales self efficacy* maka semakin tinggi kinerja dalam mencapai target, begitupun sebaliknya. Semakin rendah *sales self efficacy* semakin rendah pula tingkat kinerja dalam mencapai target pada *avengers*.

### **Saran**

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian, peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan dengan menggunakan topik yang sama ada baiknya mempertimbangkan faktor lain untuk dijadikan variabel yang dapat dihubungkan dengan kinerja dalam mencapai target.

Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah subjek penelitian dan memiliki metode pengumpulan data yang berbeda guna memperkaya hasil penelitian terkait dengan *sales self efficacy* dan kinerja dalam mencapai target.

2. Bagi *avengers* disarankan agar dapat meningkatkan *sales self efficacy*, adanya *sales self efficacy* akan membantu *avengers* lebih percaya diri dalam melaksanakan tugas penjualan dan mempermudah komunikasi dengan konsumen. Komunikasi

dengan konsumen sangat penting, karena akan berdampak pada tercapainya target yang ditetapkan. Tingginya *sales self efficacy* akan berdampak pada tingginya pencapaian kinerja.

3. Bagi perusahaan disarankan untuk membantu karyawan meningkatkan *sales self efficacy*, salah satunya dengan cara memberikan program pelatihan yang dapat meningkatkan keahlian atau keterampilan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, S. Z., Sah, B. M., & Kitchen, P. J. (2010). The relationship between sales skills and salesperson performance, and the impact of organizational commitment as a moderator: an empirical study in a malaysian telecommunications company. *International Journal of Economics and Management*, 4(2), 181–211.
- Amandawati, R. (2016). Pengaruh motivasi kerja dan efikasi diri (self efficacy) terhadap kinerja karyawan dengan budaya kolektivisme sebagai moderator. *Skripsi*. Semarang: Program Studi Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Arif, S. (2015). Ubah fokus produk telkom siapkan tenaga penjual yang mumpuni. *Marketeers*. Retrieved from <http://marketeers.com/ubah-fokus-produk-telkom-siapkan-tenaga-penjual-yang-mumpuni/>
- Aswar, & Tawany, B. (2015). Hubungan pelatihan dan kemampuan komunikasi karyawan serta kepuasan pelanggan pada perusahaan circle k cabang makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 4(1), 10–18.
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh orientasi pasar dan nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran maskapai penerbangan lion air (effect of market orientation and customer value on marketing performance of lion airlines corporation). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–14.
- Carlos, M., Zamralita, & Nisfiannoor, M. (2006). Hubungan antara self efficacy dan prestasi kerja karyawan marketing. *Phronesis, Jurnal Ilmiah Psikologi Industri Dan Organisasi*, 8, 196–206.
- Findarti, F. R. (2016). Pengaruh pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja pegawai pada kantor badan kepegawaian daerah provinsi

- kalimantan timur. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(5), 937–946.
- Graves, L. M., Ruderman, M. N., Ohlott, P. J., & Weber, T. J. (2012). Driven to work and enjoyment of work: effects on managers outcomes. *Journal of Management*, 38(5), 1655–1680.
- Gupta, N., Ganster, D. C., & Kepes, S. (2013). Assessing the validity of sales self-efficacy: a cautionary tale. *Journal of Applied Psychology*, 98(4), 690–700.
- Jerusalem, M., & Mittag, W. (1995). Self-efficacy in stressful life transitions. In a. Bandura (ed.), *Self-efficacy in Changing Societies* (pp. 177–201).
- Krishnan, B. C., Netemeyer, R. G., & Boles, J. S. (2002). Self efficacy, competitiveness, and effort as antecedents of salesperson performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 22(4), 285–295.
- Kuswandi. (2004). *Cara mengukur kepuasan kerja*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Larasati, S., & Gilang, A. (2016). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan wilayah telkom jabar barat utara (witel bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 200.
- Lee, C., & Gillen, D. J. (1989). Relationship of type a behavior pattern, self efficacy perceptions on sales performance. *Journal of Organizational Behavior*, 10(1), 75–81.
- Mangkunegara, A. A. (2009). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, A. R. (2018, April 28). Pendapatan telkom tembus mencapai 128,3 triliun. *detikinet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-3995202/pendapatan-telkom-tembus-rp-1283-triliun>
- Nugroho, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2015). Work enjoyment dan organizational citizenship behavior pada karyawan pt. petrokimia kayaku. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 6(1), 9.
- Noviawati, D. R (2016). Pengaruh self efficacy terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel intervening (studi pada karyawan divisi finance dan human resources pt. coca-cola distribution indonesia, surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3), 1–12.
- Santoso, R. J. (2012). Hubungan antara self efficacy dengan kinerja pada karyawan di pt timatex salatiga. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 6, 1–12.
- Sari, N. A. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan pada organisasi dan intensi untuk mendapat pekerjaan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 5(1), 64–74.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Wang, G., & Netemeyer, R. G. (2002). The effects of job autonomy, customer demandingness, and trait competitiveness on salesperson learning, self-efficacy, and performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(3), 217–228.
- Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam penelitian psikologi pendidikan*. Malang: UMM Press.

Wirawan. (2015). *Evaluasi kinerja sumber daya manusia teori, aplikasi dan*

*penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.