

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe and analyze how the influence of learning orientation, on innovative performance in improving the performance of marketing personnel through moderation of internal audit supervision. The respondents of this study amounted to 101 salespeople at PT. BPR Nusamba. Hypothesis testing using Statistical Product and Service Solutions (SPSS) with software ver.11. The result of the research shows that with the moderation of internal audit supervision, the influence of the improvement of marketing force performance through learning orientation and innovative performance is greater than the influence before the moderation, meaning that the Internal Audit Monitoring variables strengthen the effect of innovative performance on the performance of marketing force.

Keywords: *Performance of Marketing Personnel, Learning Orientation, Innovative Performance, Internal Audit Monitoring*

ABSTRAK

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana pengaruh orientasi belajar, terhadap kinerja inovatif dalam meningkatkan kinerja tenaga pemasaran melalui moderasi pengawasan internal audit. Responden studi ini berjumlah 101 orang tenaga pemasaran di PT. BPR Nusamba. Pengujian hipotesis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan *software* ver.11. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan moderasi pengawasan internal audit pengaruh peningkatan kinerja tenaga pemasaran melalui orientasi belajar dan kinerja inovatif lebih besar dibandingkan dengan pengaruh sebelum moderasi, artinya variabel Pengawasan Internal Audit menguatkan pengaruh kinerja inovatif terhadap Kinerja Tenaga pemasaran .

Kata Kunci : Kinerja Tenaga Pemasaran, Orientasi Belajar, Kinerja Inovatif, Pengawasan Internal Audit

INTISARI

Berdasarkan atas adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, dimana hasil studi Froiland et al., (2012), Patterson, (2014) menunjukkan meningkatnya kinerja inovatif berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja tenaga pemasaran, sementara Nzuve dan Bundi, (2014) menunjukkan kinerja inovatif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga pemasaran.

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam menjalankan aktivitas sebuah usaha, dimana sumber daya manusia adalah yang menggerakkan operasional sebuah usaha, baik itu usaha besar maupun usaha kecil. Sebuah usaha akan berjalan dengan sukses apabila didukung dengan sumber daya manusia yang mumpuni sesuai dengan kebutuhan organisasi, oleh karena itu sebuah usaha yang dilakukan sebuah organisasi memerlukan kualitas sumber daya manusia yang baik (Valdez-Juárez et al., 2016).

Kualitas sumber daya manusia sangat diperlukan dalam pembangunan sebuah organisasi yang diharuskan mencapai sebuah target yang dicapai, dengan kualitas sumber daya manusia yang baik hal tersebut tidaklah sulit untuk dicapai. Sumber daya manusia diperlukan suatu wawasan, pengetahuan, kompetensi dan kemampuan yang baik serta didukung dengan akhlak yang baik, kejujuran dan disiplin yang tinggi, bila hal tersebut dimiliki oleh sumber daya manusia, maka proses pembangunan tersebut dapat tercapai (Patterson, 2014).

Sebuah organisasi dalam proses pembangunannya perlu berkembang menjadi sebuah organisasi yang mencapai visi dan misi sebuah organisasi tersebut, oleh karena itu sebuah organisasi perlu didukung dengan sumber daya manusia yang tepat yang mampu mendorong kemajuan sebuah organisasi. Organisasi memerlukan suatu komitmen dari sumber daya manusia agar bangga menjadi bagian dari organisasi tersebut, dengan komitmen yang kuat sumberdaya manusia akan bekerja sekuat tenaga untuk kemajuan sebuah organisasi (Valdez-Juárez et al., 2016)

Dalam sebuah industri perbankan, diperlukan layanan prima untuk memberikan kepuasan kepada pengguna jasanya, oleh karena itu sumber daya manusia dituntut untuk bekerja lebih focus dalam memenuhi ekspektasi masyarakat akan sebuah jasa layanan perbankan yang baik. Hal tersebut diperlukan inovasi yang kuat dalam menjalankan tanggung jawabnya untuk meningkatkan kinerjanya, dengan inovasi yang tinggi maka kinerja tenaga pemasaran akan meningkat (Froiland et al., 2012).

Kinerja tenaga pemasaran akan tercapai bila sumber daya manusia mempunyai perilaku yang inovatif, dimana hal ini mampu memberikan ide-ide baru dalam proses kerja. Kinerja inovatif yang tinggi akan membuat suasana kerja menjadi lebih segar. Ferrin, (2016) menyatakan bahwa kinerja inovatif mampu meningkatkan kinerja tenaga pemasaran bila diperkuat dengan etika kultural yang baik, namun De Boer, (2014) menunjukkan bahwa kinerja inovatif mampu meningkatkan kinerja tenaga pemasaran bila diperkuat dengan pengawasan internal audit yang baik.

Poh dan Zi, (2001) berpendapat kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang baik kualitas maupun kuantitas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Selain itu kinerja seseorang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, inisiatif, pengalaman kerja, dan motivasi SDM. Hasil kerja sumber daya manusia mampu mendukung output yang dihasilkan sebuah organisasi, artinya sumber daya manusia akan mempunyai kinerja yang baik selama mempunyai daya inovasi yang tinggi.

Kinerja inovatif adalah kemampuan yang dimiliki sumber daya manusia dalam mencapai hasil kerja dengan melakukan hal-hal yang baru sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Secara konseptual kinerja inovatif dapat didefinisikan sebagai tingkatan sejauh mana tenaga pemasaran secara aktual melakukan behavior innovation. Kinerja inovatif dapat pula dipahami sebagai perilaku dimana tenaga pemasaran secara sukarela menyediakan akses terhadap orang lain mengenai inovasi dan pengalamannya. Kinerja inovatif mampu meningkatkan kinerja SDM, pengaruh akan semakin kuat ketika SDM mempunyai human capital yang tinggi (Martina et al.,2008)

Orientasi belajar adalah orientasi tenaga pemasaran terkait penguasaan pengetahuan serta keterampilan tenaga pemasaran yang diukur dari banyaknya atau tingginya minat untuk menemukan solusi – solusi masalah melalui proses belajar. Sehingga semakin tinggi orientasi belajar seseorang akan menimbulkan semakin tinggi minat untuk menyelesaikan masalah itu dengan cara proses belajar. Sumber daya manusia dapat yang mempunyai orientasi belajar yang baik akan mampu

menyelesaikan tanggung jawabnya lebih tepat dan cepat sesuai dengan harapan organisasi.

Sebuah organisasi tidak lepas dari pengawasan internal audit/ controlling, pengawasan internal audit tersebut dilakukan agar sumber daya manusia bekerja sesuai dengan harapan organisasi, dengan pengawasan internal audit kerja yang baik akan mendukung peningkatan kinerja tenaga pemasaran melalui kompetensi profesi yang baik dari SDM, dimana pengawasan internal audit kerja mampu memoderasi pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja tenaga pemasaran (Ardansyah dan Wasilawati, 2014).

Manajemen tenaga pemasaran sering dipandang sebagai bagian dari manajemen pemasaran yang cukup krusial dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Kinerja tenaga pemasaran memberikan sumbangan besar bagi suatu perusahaan. Perusahaan dapat dikenang dan diingat oleh konsumen karena kinerja tenaga pemasarannya. Ketatnya persaingan antar perusahaan dalam era ekonomi global menuntut perusahaan untuk selalu menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Persaingan yang terjadi merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena dengan adanya persaingan tersebut justru merupakan salah satu unsur penting dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar demi memenangkan pasar persaingan. Salah satu strategi perusahaan yang dapat digunakan sebagai salah satu cara mendukung keberhasilan perusahaan yaitu sumber daya

manusia yang baik. Dalam hal ini tenaga pemasaran merupakan salah satu sumber daya manusia perusahaan yang cukup memiliki peranan dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Tenaga pemasaran merupakan salah satu faktor yang memiliki peranan penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan, karena tenaga pemasaran merupakan pihak yang memiliki hubungan langsung dengan konsumen dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Hanya saja untuk memiliki tenaga pemasaran yang berkualitas masih sedikit perhatian yang diberikan perusahaan dalam manajemen tenaga pemasaran. Penjualan perusahaan pada dasarnya memiliki siklus hidup dimana pada suatu saat penjualan akan mengalami penurunan yang mungkin disebabkan karena strategi penjualan yang tidak lagi sesuai dengan kondisi pasar. Keadaan tersebut mendorong perusahaan untuk mengimplementasikan strategi baru dalam manajemen penjualan perusahaan. Untuk itu diperlukan seorang tenaga pemasaran yang memiliki kinerja tinggi dalam mencapai keberhasilan perusahaan.

Valdez-Juárez et al., (2016) menunjukkan bahwa karyawan yang bekerja dengan daya inovatif yang tinggi akan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat, hal ini mampu meningkatkan kinerjanya. Hasil studi Froiland et al., (2012), Patterson, (2014) dan Valdez-Juárez et al., (2016) menunjukkan meningkatnya kinerja inovatif mampu meningkatkan kinerja tenaga pemasaran. Valdez-Juárez et al., (2016) menunjukkan bahwa karyawan yang mempunyai orientasi yang kuat untuk menambah wawasan, pengetahuan dan kompetensinya menunjukkan adanya suatu keinginan untuk berkembang melalui pembelajaran yang tepat, hal ini akan membuat

karyawan bekerja dengan daya inovatif yang tinggi. Valdez-Juárez et al., (2016) menunjukkan meningkatnya orientasi belajar mampu meningkatkan kinerja inovatif.

Valdez-Juárez et al., (2016) menunjukkan bahwa karyawan yang mempunyai orientasi yang kuat untuk menambah wawasan, pengetahuan dan kompetensinya menunjukkan adanya suatu keinginan untuk berkembang melalui pembelajaran yang tepat, hal ini mampu meningkatkan kinerjanya. Valdez-Juárez et al., (2016) menunjukkan meningkatnya orientasi belajar mampu meningkatkan kinerja SDM.