

Pengaruh Kompetensi Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja *Sales Marketing* Pada Pt. Danamas Insan Kreatif Andalan Dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung

Yoga Saputra¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Riskha Tri Budiarti²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Muhammad Alfarezi³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

JOURNAL OF
INTERDISCIPLINARY
SCIENCE AND EDUCATION
©The Author(s) 2023

Corresponding Author: Yoga Saputra

E-mail: yogasaputra@sties-alifa.ac.id

Abstract:

This study examines the effect of competence and work culture on sales marketing performance at PT Danamas Insan Creative Andalan and PT Bank Central Asia Lampung Branch. This research uses quantitative research methods with a descriptive approach with data analyzed using SPSS v17.0. The results show that competence and work culture have a significant effect on sales marketing performance. Competence, as measured by the understanding of organizational values and its application to the organization's personality, has a significant effect with a $t_{count} > t_{table}$ value ($3.55 > 1.67$). This means that the hypothesis that competence affects performance is accepted. Work culture, as measured by the quality of the elements that build it, also has a significant effect on performance with a t_{count} value $> t_{table}$ ($3.57 > 1.67$). This means that the hypothesis that work culture affects performance is accepted. This research proves that competence and work culture both play an important role in improving sales marketing performance at PT Danamas Insan Creative Andalan and PT Bank Central Asia Lampung Branch.

Keywords: *Competence; Work Culture; Sales Marketing Performance.*

Pendahuluan

Bank merupakan lembaga keuangan perantara yang berwenang menerima simpanan, meminjamkan uang, dan menerbitkan surat promes. Kata bank berasal dari bahasa Itali Banca yang berarti pertukaran uang. PT. Bank Central Asia Tbk. merupakan bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 21 Februari 1957 dan pernah menjadi bagian penting dari Grup Salim. Bank tersebut saat ini dimiliki oleh Djarum, salah satu grup manufaktur tembakau

terbesar keempat di Indonesia. PT DIKA adalah *platform out sourcing* yang berfokus pada industri kreatif dan teknologi atau profesional di Indonesia.

PT Danamas Insan Kreasi Andalan (DIKA) merupakan anak perusahaan Dana Pensiun Pegawai BCA yang didirikan di Jakarta pada tanggal 2 Mei 2012 dengan fokus usaha pada bidang penjualan dan outsourcing operasional. Kami yakin DIKA dapat menjadi mitra bisnis yang dapat diandalkan bagi pelanggan kami karena pengalaman dan rekam jejak kami yang kaya selama bertahun-tahun.

QRIS adalah kode QR yang dapat digunakan untuk pembayaran non-tunai dari seluruh aplikasi pembayaran QR di Indonesia yang diterbitkan oleh Bank BCA. *Merchant Discount Rate* (MDR) merupakan biaya pengelolaan transaksi yang dibebankan BCA kepada *merchant* atas transaksi yang diterimanya. Biaya MDR otomatis dipotong oleh BCA pada saat pembayaran hasil transaksi dilakukan ke rekening pemilik usaha atau *merchant*.

Electronic Data Capture (EDC) adalah alat pembayaran yang dapat menerima kartu debit, kartu kredit, dan kartu prabayar (*Flazz*). *BCA Electronic Data Capture* (EDC) merupakan ATM elektronik Bank BCA yang dapat menerima berbagai jenis kartu dan QRIS untuk pembayaran. Transaksi elektronik dengan menggunakan *electronic data capture* (EDC) dapat dilakukan di berbagai minimarket, supermarket, dan outlet lainnya.

Salah satu bank yang menawarkan opsi ini adalah Bank Central Asia (BCA). *Electronic data capture* (EDC) merupakan mesin yang digunakan pelanggan untuk melakukan transaksi pembayaran menggunakan kartu debit atau kredit. Mulai tanggal 23 Februari, *Electronic Data Capture* (EDC) BCA menambah tampilan baru bernama *Electronic Data Capture* (EDC) APOS (*Android Point of Sales*). Prospek berhak mendapatkan layanan kinerja terbaik dari QRIS dan perwakilan promosi atau pemasaran penjualan *Electronic Data Capture* (EDC).

Namun, penerapan layanan penjualan dan pemasaran QRIS dan pengambilan data elektronik (EDC) yang terjangkau dan berkualitas tinggi masih merupakan tantangan. Bukan hal yang aneh untuk mendengar tentang praktik layanan buruk yang diberikan oleh bagian penjualan dan pemasaran kepada calon pelanggan. Beberapa pemasar penjualan tidak melakukan apa yang seharusnya mereka lakukan, dan beberapa pemasar penjualan melakukan hal-hal yang tidak mencerminkan otoritas atau kemampuan mereka.

Kompetensi harus benar-benar dipahami oleh petugas pendanaan QRIS dan *electronic data capture* (EDC) dalam menjalankan tugas dan wewenangnya. Kompetensi adalah kombinasi spesifik dari pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan aktivitas tertentu. Ada dua aspek yang perlu dipertimbangkan ketika mempromosikan QRIS dan pengambilan data elektronik (EDC) yakni teknis dan keterampilan.

Inisiatif Periklanan di PT Danamas Insan Creative Andalan dan PT. Bank of Central Asia Cabang Lampung wajib melaksanakan kegiatan promosi QRIS dan *Electronic Data Capture* (EDC), sekaligus merupakan kegiatan pengembangan untuk Setidaknya ada enam jenis layanan pencarian QRIS dan *electronic data capture* (EDC) yang perlu diterapkan pada tingkat dasar. yakni promosi

QRIS dan *electronic data capture* (EDC), layanan pencarian calon pelanggan, peluncuran produk, serta cara penerapan QRIS dan *electronic data capture* (EDC).

Memahami prospek pengambilan data elektronik (EDC), QRIS, dan pengambilan data elektronik (EDC). Staf pendukung QRIS dan pengambilan data elektronik (EDC) masih berjumlah sedikit di institusi. Kualitas sumber daya manusia masih perlu ditingkatkan.

Hal ini tercermin dari kepuasan masyarakat terhadap layanan promosi QRIS dan *electronic data capture* (EDC) yang diselenggarakan oleh PT. Cabang Bank Central Asia di Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Lampung masih belum optimal. Kompetensi adalah jenis keterampilan, pengetahuan, atau kemampuan yang diperlukan untuk melaksanakan suatu pekerjaan secara efektif.

Hasil Pencapaian Kinerja Upaya Promosi QRIS dan *Electronic Data Capture* (EDC) PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung Tahun 2022

No.	Komponen Kegiatan	Hasil Cakupan (%)	Tingkat Kinerja	Keterangan
1	Upaya promosi QRIS dan <i>Electronic Data Capture</i> (EDC)	79%	Kurang	1. Baik \geq 91%
2	Upaya pelayanan kepada calon nasabah	92%	Baik	2. Cukup \geq 81-
3	Upaya membantu pengajuan QRIS dan <i>Electronic Data Capture</i> (EDC)	96%	Baik	90%
4	Upaya target inputan <i>sales marketing</i> QRIS dan <i>Electronic Data Capture</i> (EDC)	93%	Baik	3. Kurang \leq 80%
5	Upaya pemantauan hasil pengajuan QRIS dan <i>Electronic Data Capture</i> (EDC) oleh calon nasabah	80%	Kurang	
6	Upaya kerja sama tim	97,45%	Baik	
Rata-rata kinerja		90%	Cukup	

Sumber : PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung, 2022

Nilai Cakupan Layanan Promosi QRIS dan *Electronic Data Capture* (EDC) adalah nilai rata-rata kegiatan dan layanan promosi QRIS dan *Electronic Data Capture* (EDC) kepada calon nasabah yang mencari bantuan promosi QRIS dan *Electronic Data Capture* (EDC). Tujuan input pemasaran penjualan, pemantauan hasil penyerahan, kerja sama tim, dengan kata lain nilai kinerja QRIS dan penangkapan data elektronik (EDC) + upaya dukungan pengembangan dibagi dua.

Artinya, nilai kinerja cakupan layanan iklan QRIS dan *electronic data capture* (EDC) PT. Cabang Bank Sentral Asia di Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Lampung sebesar 84% (adil). Masalah kompetensi PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Bank Central Asia Cabang Lampung yaitu kurangnya sumber daya manusia untuk promosi QRIS dan pendataan elektronik (EDC), permasalahan kapasitas ini menjadi perhatian para pemangku kepentingan. Hal ini sangat jarang terjadi dan banyak perekrutan penjualan dan pemasaran tidak dilakukan sesuai peraturan kemampuan yang diperlukan.

Akibatnya, kinerja penjualan dan pemasaran menjadi buruk. Persoalan kompetensi lainnya adalah pada pegawai PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Sentral Asia Cabang

Lampung kurang memiliki keterampilan, kemampuan dan pengetahuan. Hal ini disebabkan karena banyak karyawan yang masih kurang mendapatkan pelatihan dan pemahaman yang memadai dari pimpinan dan dukungan PT. Bank of Central Asia cabang di Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Lampung.

Hal ini dapat mengakibatkan ketidakmampuan dan berdampak pada kinerja PT. Jumlah cabang Bank Sentral Asia di Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Lampung sedikit. Namun masih ada sales marketer yang enggan bekerja. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya marketing sales dan tidak dapat berfungsi tanpa adanya perintah. Selain kemampuan pemasaran penjualan, budaya tempat kerja juga menjadi salah satu faktor yang dapat menyebabkan peningkatan kinerja penjualan dan pemasaran.

Manajemen organisasi meningkatkan kinerja organisasi dengan meningkatkan kinerja penjualan dan pemasaran, terutama sebagai fungsi dari budaya tempat kerja dengan seperangkat nilai untuk menetapkan prioritas dan menentukan bagaimana segala sesuatu dilakukan dalam organisasi. Ditujukan pada kemampuan untuk meningkatkan kinerja. Budaya kerja adalah sistem keyakinan dan nilai-nilai yang berkembang dalam suatu organisasi dan menentukan perilaku para anggotanya.

Budaya tempat kerja dapat menjadi alat penting untuk meningkatkan daya saing, terutama bila budaya tersebut mendukung strategi wirausaha. Apakah Danamas Insan Creative Andalan dan PT.Bank of Central Asia Cabang Lampung serta budaya kerja dapat merespon atau mengatasi tantangan lingkungan hidup dengan cepat dan tepat. Budaya tempat kerja tidak hanya berdampak pada kinerja penjualan dan pemasaran, tetapi juga kepuasan kerja karyawan. Kepuasan kerja karyawan yang tinggi merupakan indikator efisiensi manajemen dan menunjukkan budaya yang baik.

Danamas Insan Creative Andalan dan PT.Central Asia Bank Cabang Lampung dikelola dengan baik. Ada hubungan antara budaya dan kinerja organisasi; semakin baik elemen budaya tempat kerja, semakin baik pula kinerja organisasi. Pegawai yang telah memahami nilai-nilai organisasi secara keseluruhan akan menjadikan nilai-nilai tersebut sebagai kepribadian organisasi. Nilai-nilai dan keyakinan tersebut tercermin dalam perilaku sehari-hari di tempat kerja dan berujung pada kinerja pribadi.

Kegagalan dalam mengatasi masalah kinerja karyawan dengan baik dapat berdampak pada kinerja perusahaan. Sifat Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Bank Asia Tengah Cabang Lampung secara keseluruhan serta buruknya hubungan interpersonal antar individu karyawan mempengaruhi kinerja karyawan PT. Cabang Bank Sentral Asia di Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Lampung kurang ideal.

Permasalahan budaya kerja adalah budaya kerja yang dilakukan PT belum optimal. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.Bank Asia Tengah Cabang Lampung menunjukkan masih terdapat karyawan sales dan marketing yang acuh terhadap tugas pokoknya.

**Hasil Pencapaian Kinerja Manajemen PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT.
Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung Tahun 2022**

No.	Komponen Manajemen	Cakupan Kegiatan (%)	Tingkat Kinerja	Keterangan
1	Manajemen operasional PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung	7,0%	Sedang	1. Baik ≥8,5%
2	Manajemen ketersediaan alat	7,6%	Sedang	2. Cukup ≥5,5-
3	Manajemen keuangan	10%	Baik	8,4
4	Manajemen ketenagaan	7,2%	Baik	3. Kurang
Rata-rata		7,95%	Baik	<5,5

Sumber : PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung 2022

Berikut hasil kegiatan manajemen PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Central Asian Bank Cabang Lampung tahun 2022 sebesar 7,95% (kinerja memuaskan). Di sisi lain, terdapat permasalahan pada kinerja PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Jumlah cabang Bank Sentral Asia di Lampung masih rendah, hal ini terlihat dari belum tepatnya waktu pencapaian target kelangsungan hidup PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT salah satunya Bank Asia Tengah Cabang Lampung mengandalkan kinerja penjualan dan pemasaran dalam menjalankan operasionalnya. Mencapai tujuan PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Central Asia Bank Cabang Lampung akan kurang efisien jika banyak staf penjualan yang tidak bekerja dengan baik.

Hal ini terbuang sia-sia pada PT. Danamas Insan Kreatif Andalan oleh karena itu, kinerja penjualan dan pemasaran harus mendapat perhatian yang nyata, mengingat kinerja karyawan merupakan sarana untuk menginformasikan keadaan kinerja dalam menjalankan operasional penjualan dan pemasaran secara keseluruhan.

Penerapan kinerja penjualan dan pemasaran mempunyai tujuan yang tetap, jelas, obyektif, realistis dan positif. Ada berbagai faktor yang terlibat dalam mengevaluasi kinerja pemasar penjualan. Dengan kata lain:

1. Selain keahlian khusus, masyarakat juga dinilai berbagai kelemahan dan kekurangannya.
2. Penilaian yang dilakukan berdasarkan serangkaian tolok ukur spesifik yang realistis, yang ditetapkan dan diterapkan secara obyektif, terkait dengan kewajiban dan standar pribadi.
3. Hasil evaluasi harus disampaikan kepada pegawai penjualan yang dievaluasi.
4. Hasil evaluasi berkala didokumentasikan secara cermat dalam arsip penjualan dan pemasaran.
5. Hasil evaluasi pribadi selalu dimasukkan dalam semua keputusan mengenai insentif penjualan dan pemasaran.

Oleh karena itu, mengevaluasi kinerja pemasaran penjualan menguntungkan PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Asia Tengah Cabang Lampung, kami dapat mewujudkan motto kami orang yang tepat di tempat yang tepat.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat diukur secara numerik dan memberikan gambaran yang sistematis tentang variabel-variabel yang diteliti. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang terkait dengan penelitian ini, yaitu sales marketing di PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung.

Subjek penelitian adalah sales marketing yang bekerja di PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Lampung. Penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kompetensi dan budaya kerja terhadap kinerja sales marketing. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mereka yang terlibat langsung dalam kegiatan promosi QRIS dan Electronic Data Capture (EDC), serta pengambilan data elektronik.

Hasil dan Diskusi

Variabel penelitian terdiri dari satu variabel terikat yaitu kinerja pemasaran penjualan (Y), dan dua variabel bebas yaitu kompetensi (X_1) dan budaya kerja (X_2). Jumlah subjek survei yang dianalisis sebanyak 51 responden, dideskripsikan dengan memberikan deskripsi data menggunakan teknik distribusi frekuensi dan diuji dengan uji statistik menggunakan program SPSS 17.0. Dalam penelitian ini perlu dilakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitasnya sebelum melakukan analisis data. Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS versi 17.0 disajikan pada tabel berikut:

Hasil Uji Validitas Kompetensi (X_1)

No. Item	Nilai Validitas	r_{tabel}	Keterangan
1	0.303	0,30	Valid
2	0.323	0,30	Valid
3	0.551	0,30	Valid
4	0.600	0,30	Valid
5	0.468	0,30	Valid
6	0.315	0,30	Valid
7	0.389	0,30	Valid
8	0.700	0,30	Valid
9	0.581	0,30	Valid
10	0.679	0,30	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner, diolah

Hasil perhitungan yang dilakukan terhadap variabel kemampuan menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dikarenakan syarat minimum yang harus dipenuhi suatu kuesioner agar dianggap valid adalah lebih besar dari 0,30, dan kita dapat berasumsi bahwa kuesioner tersebut dianggap valid.

Hasil Uji Validitas Budaya Kerja (X_2)

No. Item	Nilai Validitas	r_{tabel}	Keterangan
1	0.664	0,30	Valid
2	0.626	0,30	Valid
3	0.617	0,30	Valid
4	0.728	0,30	Valid
5	0.513	0,30	Valid
6	0.587	0,30	Valid
7	0.536	0,30	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner, diolah

Hasil perhitungan yang dilakukan terhadap variabel budaya kerja menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dikarenakan syarat minimum yang harus dipenuhi suatu kuesioner agar dianggap valid adalah lebih besar dari 0,30, dan kita dapat berasumsi bahwa kuesioner tersebut dianggap valid.

Hasil Uji Validitas Kinerja *Sales marketing* (Y)

No. Item	Nilai Validitas	r_{tabel}	Keterangan
1	0.410	0,30	Valid
2	0.536	0,30	Valid
3	0.373	0,30	Valid
4	0.466	0,30	Valid
5	0.440	0,30	Valid
6	0.384	0,30	Valid
7	0.359	0,30	Valid
8	0.402	0,30	Valid
9	0.495	0,30	Valid
10	0.331	0,30	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner, diolah

Hasil perhitungan yang dilakukan terhadap variabel kinerja pemasaran penjualan menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dikarenakan syarat minimal yang harus dipenuhi suatu survei agar dianggap valid adalah lebih besar dari 0,30 sehingga kita dapat berasumsi bahwa survei tersebut valid. Oleh karena itu, proses selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas.

Uji reliabilitas adalah pengujian yang mengukur suatu variabel, yaitu kuesioner. Sebuah survei dianggap dapat diandalkan jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengkonfirmasi hal tersebut, pengujian ini menggunakan nilai *alpha Cronbach*. Suatu kuesioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,70.

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS menunjukkan bahwa koefisien *Cronbach alpha* kedua variabel penelitian yaitu variabel kemampuan, budaya kerja, dan kinerja pemasaran penjualan lebih besar dari 0,70 yaitu 0,7022, 0,7067, dan 0,7010.

Analisis kualitatif melibatkan penggambaran dan interpretasi distribusi frekuensi hasil survei dalam sebuah tabel. Berdasarkan hasil survei dan perhitungan yang dilakukan, terdapat jawaban responden terhadap pernyataan mengenai kompetensi (X_1), budaya kerja (X_2) dan kinerja (Y) di PT. Danamas Insan Kreatif Andalan dan PT. Bank of Central Asia Cabang Lampung diukur berdasarkan indikator.

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa motivasi intrinsik termasuk dalam standar tinggi. Hal ini terlihat dari rata-rata skor yang dihasilkan sebesar 3,55. Selain itu, berdasarkan rentang skor rata-rata, rentang skor rata-ratanya adalah antara 3,41 hingga 4,20, yang berarti ia termasuk dalam kriteria berikut. Berperingkat tinggi dalam klasifikasi kategori. Namun jika melihat indikator motivasi intrinsik di atas, terlihat ada beberapa aspek yang masih belum maksimal.

Merupakan sikap dinamis dalam menjaga persahabatan dengan rekan kerja dan masih lebih memilih bekerja sama dengan rekan kerja dibandingkan berkompetisi. Perilaku tempat kerja yang sehat, namun kurangnya motivasi untuk memberikan kontribusi kepada lembaga secara maksimal. Perhitungan di atas menunjukkan bahwa budaya kerja di bidang penjualan dan pemasaran memenuhi standar yang tinggi.

Hal ini terlihat dari rata-rata skor yang dihasilkan sebesar 3,57. Berdasarkan rentang skor rata-rata berkisar antara 3,41 hingga 4,20 yang berarti berada pada rentang penilaian tinggi. Namun budaya kerja di bagian sales dan marketing masih mempunyai beberapa aspek negatif, seperti budaya kerja di bagian sales dan marketing yang menyesuaikan pekerjaan dengan peraturan instansi dan kemauan untuk menjaga sikap dan perilaku pegawai di dalam instansi tersebut. Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa kinerja penjualan dan pemasaran berada pada kriteria tinggi. Hal ini terlihat dari rata-rata skor yang dihasilkan sebesar 3,51. Berdasarkan rentang skor rata-ratanya, berada pada rentang 3,41 hingga 4,20 yang menempatkannya pada kategori penilaian tinggi.

Namun masih ada beberapa aspek yang belum maksimal yaitu kurangnya sales marketing dalam memberikan ide-ide produktif, pemanfaatan waktu luang untuk bekerja, kemampuan berkomunikasi dengan atasan dan rekan kerja tentang pekerjaan dll masih diakui. Regresi kompetensi mempunyai tanda positif (0,001) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai $\alpha < 0,000.0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel kompetensi berpengaruh secara statistik terhadap kinerja pemasaran penjualan dengan tingkat kepercayaan 95%. Besarnya pengaruh kemampuan terhadap kinerja pemasaran penjualan menggunakan uji statistik yaitu uji T. Nilai t_{hitung} variabel kompetensi sebesar 1,009. Hasil dari pengujian ini adalah jika nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} $n = 51$ maka nilai kritisnya adalah 1,67 pada taraf signifikansi 0,05. Kesimpulannya H_0

ditolak dan H_a diterima, atau variabel kompetensi terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran penjualan.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.920	3.258		8.263	.000
Budaya	.325	.130	.337	2.509	.015

a. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel diatas diperoleh model persamaan yaitu $Y = 26,920 + 0,325X_2$. Dari tabel diatas regresi budaya kerja mempunyai tanda positif (0,325) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha < 0,000$. 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya kerja berpengaruh secara statistik terhadap kinerja pemasaran penjualan dengan tingkat kepercayaan 95%.

Besarnya pengaruh budaya kerja terhadap kinerja pemasaran penjualan menggunakan uji statistik (uji T). Nilai T-Count variabel budaya kerja sebesar 2,509. Hasil dari pengujian ini adalah jika nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} $n = 51$ maka nilai kritisnya adalah 1,67 pada taraf signifikansi 0,05. Kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima membuktikan bahwa variabel budaya kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran penjualan. $Y = 30,042 + 0,114X_1 + 0,362X_2$.

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: a.Konstanta = 30,042. Artinya jika variabel kompetensi dan budaya kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran penjualan maka kinerja pemasaran penjualan bernilai 30,042. Dengan kata lain, ketika seluruh variabel independen bernilai nol maka kinerja pemasaran penjualan meningkat sebesar 30,042. SM Nilai regresi variabel bebas kemampuan sebesar 0,114 (11,4%). Artinya, jika variabel kompetensi meningkat sebesar satu satuan dan budaya kerja tetap maka nilai variabel kinerja pemasaran penjualan meningkat sebesar 0,114 (11,4%).

Nilai regresi variabel independen budaya kerja sebesar 0,362 (36,2%). Artinya ketika variabel budaya kerja meningkat sebesar 1 satuan dan kemampuan dipertahankan konstan maka nilai variabel kinerja pemasaran penjualan meningkat sebesar 0,362 atau (36,2%).

Model Summary	
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.090	2.21976

a. Predictors: (Constant), Budaya, Kompetensi

Penetapan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kompetensi dan budaya kerja terhadap kinerja penjualan dan pemasaran. Nilai keputusan atau R^2 ditampilkan pada kolom R-squared tabel Model Summary hasil pengolahan data di SPSS 17 yaitu $Kd = R^2 \times 100\%$, dimana: $Kd = (0,127)^2 \times 100\%$, $Kd = 0,127 \times 100\%$, $Kd = 12,7\%$. Setelah dilakukan pengolahan data diperoleh nilai R^2 sebesar 0,127 atau 12,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kompetensi dan budaya kerja terhadap peningkatan atau penurunan kinerja pemasaran penjualan sebesar 12,7%, dan sisanya sebesar 87,3% disebabkan oleh kontribusi variabel lain.

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan untuk mengetahui apakah variabel kompetensi dan budaya kerja mempunyai pengaruh. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat ditentukan dengan membandingkan nilai F yang dihitung pada kondisi berikut dengan nilai pada F_{tabel} .

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} - H_a$ diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} - H_a$ ditolak (tidak signifikan)

$F_{tabel} - H_a$ ditolak (tidak signifikan) Hipotesis yang diajukan sekaligus adalah: H_0 : tidak terdapat pengaruh kemampuan dan budaya kerja terhadap kinerja. H_a : Kinerja dipengaruhi oleh kompetensi dan budaya kerja. Hipotesis simultan yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh Kompetensi dan Budaya Kerja terhadap kinerja.

H_a : terdapat pengaruh kompetensi dan budaya kerja terhadap kinerja.

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat pada hasil pada bagian pengolahan data ANOVA. Dk pada pembilangnya adalah 2, dk pada penyebutnya adalah 48, dan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5n derajat kebebasan (df) adalah 4,927. Dari hasil pengolahan data terlihat nilai F_{hitung} sebesar 3,482 dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Berdasarkan hasil uji hipotesis maka diambil keputusan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 (hipotesis penelitian). Artinya secara keseluruhan kompetensi dan budaya kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran penjualan.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} dapat dilihat pada hasil pengolahan data pada bagian koefisien. Untuk mendapatkan nilai t_{tabel} dapat diperoleh dari t_{tabel} student yang mempunyai derajat kebebasan (df) sebesar 48 (jumlah data dikurangi jumlah variabel), signifikansi 5%, dan t_{tabel} 1,67. Membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} menghasilkan kesimpulan jika t variabel kompetensi dihitung dari t_{tabel} atau $1,839 > 1,67$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (hipotesis penelitian).

Artinya kompetensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} atau $2,639 > 1,67$ atau $2,639 > 1,67$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (hipotesis penelitian). Artinya budaya kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan dan pemasaran

Kesimpulan

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kemampuan (X_1) dengan kinerja (Y), dan model regresi $Y = 35,017 + 0,001 1,67$ menolak H_0 dan menerima H_1 . Artinya kompetensi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemasaran penjualan. Kinerja (Y). Pada model regresi $Y = 26,920 + 0,325X_2$ terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y).

Hasil uji signifikansi budaya kerja (X_2) terhadap kinerja pemasaran penjualan (Y) dari uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,639 > t_{tabel} 1,67$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara budaya kerja (X_2) dengan kinerja pemasaran penjualan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ada.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kemampuan (X_1) dan budaya kerja (X_2) dengan kinerja pemasaran penjualan (Y), model regresi $Y = 30,042 + 0,114X_1 + 0,362X_2$. Dari hasil pengolahan data terlihat nilai F_{hitung} sebesar 3,482 dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Berdasarkan hasil uji hipotesis maka diambil keputusan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 . Artinya kompetensi (X_1) dan budaya kerja (X_2) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran penjualan (Y).

Kemampuan mengolah data berbasis komputer perlu ditingkatkan untuk memastikan kinerja penjualan dan pemasaran mencapai tujuan yang diharapkan. Budaya kerja yang jujur merupakan faktor penting dalam memastikan kinerja penjualan dan pemasaran mencapai tujuan yang diharapkan. Peningkatan kinerja karyawan dalam hal kemampuan mengenali perkembangan teknologi dan melakukan aktivitas yang efisien dapat membantu mencapai penjualan dan pemasaran yang sesuai dengan harapan karyawan.

Daftar Pustaka

- Ainsworth, M., Smith, M., & Millership, A.. (2007). *Managing Performance Managing*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basti, Rivai. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Edy Sutrisno. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Guritno, & Waridin. (2005). *Prilaku Organisasi Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handoko. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia (Edisi 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. (2002). *Manajemen Personalia, Aplikasi dalam Perusahaan*. Jakarta: Djambata.
- Hasibuan, H. Malayu S.P. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Toko Gunung Agung.

- Henry Simamora. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi 3)*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- HK Tjahjono. (2004). *Professor of Human Resources Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ilyas, Y. (1999). *Teori Penilaian dan Penelitian*. Jakarta: FKM UI. IQ.
- Mahsun, M. (2006). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: BPFE.
- Mangkunegara, AA. Prabu. (2002). *Manajemen Sumberdaya Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Martoyo, Susilo. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Mathis, Robert L., & Jackson, John H. (2006). *Human Resource Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Munandar. (2001). *Budgeting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murni Winarsih. (2007). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Nawawi, H. (2003). *Management Sumber Daya Manusia (untuk bisnis yang kompetitif)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nick Boreham. (2004). *European Conference on Educational Research*. Greece: University of Crete.
- Prihadi. (2004). *Identifikasi, Pengukuran, dan Pengembangan Kompetensi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Priyatno, Duwi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Jakarta: MediaKom.
- Ruky. (2002). *Sistem Manajemen Kinerja*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Siagian, Sondang P. (2001). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia (edisi revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiono. (2010)., *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabet: Bandung.
- Sunanto. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Amus : Yogyakarta.
- Triguno. (2000). *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*. Elex Media Komputindo : Jakarta
- Veithzal Rivai & Ahmad Fawzi Mohd Basri. (2005). *Fundamental of Financial Management*. Grafindo : Jakarta
- Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Wood, Wallace, Zeffane, Schermerhorn, Hunt, Osborn. (2001). *Handbook of Human Resource Management Practice*.