

Sales Team Performance Improvement Strategy in Increasing Sales Volume: Case Study at Medan Yamaha Center

Agustina Nainggolan¹, Aprinawati², Enjelia Manik³,
Mulyati Patresia Sinaga⁴, Siat Putri Kabeakan⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: agustinangln.7213510037@mhs.unimed.ac.id; aprinawati@unimed.ac.id;
enjeliamanik.7213510032@mhs.unimed.ac.id; mulyatipatresia@mhs.unimed.ac.id;
siatputrikkb.7213510014@mhs.unimed.ac.id

ABSTRAK

Dalam pasar yang kompetitif, kinerja tim penjualan memegang peranan krusial dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi kinerja tim untuk meningkatkan penjualan di Sentral Yamaha Medan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara terhadap 20 anggota tim penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga indikator utama, yaitu kerjasama, kepercayaan, dan kekompakan, menjadi dasar keberhasilan tim penjualan dalam mencapai target. Strategi yang diterapkan mencakup pelatihan produk, pembagian peran yang jelas, komunikasi yang efektif, dan penggunaan saluran pemasaran digital. Implementasi strategi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tim, tetapi juga memperkuat hubungan pelanggan dan meningkatkan loyalitas terhadap produk Yamaha. Kesimpulannya, pengelolaan tim penjualan yang solid, berbasis kerjasama dan inovasi, mampu memberikan dampak signifikan terhadap pencapaian target penjualan dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

Keyword: Kinerja Tim; Strategi Penjualan; Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study analyzes the effect of teamwork on employee performance at Kemang Jaya 2 Restaurant using a qualitative approach. The results of the study indicate that effective teamwork, supported by good communication and inclusive leadership, has a positive impact on increasing employee productivity and job satisfaction. However, challenges such as work discipline and interpersonal conflict are still obstacles that need to be managed strategically. The recommendations of this study include communication training, conflict management, and collaborative skills development to create a more conducive work environment. With this strategy, it is hoped that organizations can improve operational effectiveness and competitiveness in the competitive restaurant industry.

Keyword: Team Performance; Sales Strategy; Customer Loyalty

Corresponding Author:

Agustina Nainggolan,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: agustinangln.7213510037@mhs.unimed.ac.id



1. INTRODUCTION

Dalam pasar yang sangat kompetitif saat ini, perusahaan harus memiliki strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualannya, dan salah satu elemen yang paling penting dalam hal ini adalah tim penjualan yang solid. Kinerja tim penjualan yang optimal tidak hanya bergantung pada individu yang memiliki keterampilan jualan, tetapi juga pada kemampuan tim untuk bekerja sama, berkolaborasi, dan mendukung satu sama lain dalam mencapai tujuan bersama.

Strategi kinerja tim yang baik berfokus pada pemanfaatan kekuatan setiap anggota tim secara maksimal melalui pembagian peran yang jelas, pengembangan keterampilan, dan pemanfaatan teknologi yang

mendukung. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana tim penjualan dapat bekerja secara efisien dan efektif untuk meningkatkan angka penjualan perusahaan. Melalui pelatihan yang tepat, motivasi yang kuat, serta komunikasi dan koordinasi yang baik, tim penjualan dapat mengatasi tantangan pasar dan mencapai target yang telah ditetapkan.

Menurut Jurnal Manajemen Pemasaran (2019), pengelolaan tim penjualan yang baik dapat meningkatkan produktivitas dan motivasi tim untuk bekerja lebih maksimal. Tim yang terlatih dengan baik dan memiliki kemampuan beradaptasi dengan situasi pasar dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan serta mempercepat proses transaksi. Dalam hal ini, strategi yang melibatkan pelatihan, komunikasi yang terbuka, dan penggunaan teknologi penjualan yang tepat dapat mendorong tim untuk bekerja lebih efisien, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan perusahaan secara keseluruhan.

Selain itu, penelitian yang dipublikasikan dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (2020) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi kinerja tim dengan pembagian tugas yang jelas, evaluasi kinerja yang transparan, serta penghargaan yang memotivasi anggota tim cenderung lebih berhasil dalam meningkatkan penjualan. Pembagian peran yang tepat dalam tim penjualan akan memungkinkan setiap anggota untuk fokus pada area yang paling mereka kuasai, sehingga mengurangi tumpang tindih pekerjaan dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Dengan mengimplementasikan strategi kinerja tim yang tepat, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi tim penjualan mereka, meningkatkan kinerja individu dan kolektif, serta mencapai target penjualan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, pengelolaan tim penjualan yang efektif menjadi salah satu pilar utama dalam strategi peningkatan penjualan yang berkelanjutan.

2. LITERATURE REVIEW

Dalam kajian pustaka ini, akan dibahas beberapa konsep penting terkait strategi kinerja tim dan pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan. Pertama, kinerja tim merupakan hasil kolaborasi individu dalam mencapai tujuan bersama, yang dalam konteks ini adalah peningkatan penjualan. Menurut Hackman dan Oldham (1976), kinerja tim yang efektif ditentukan oleh beberapa faktor, termasuk tujuan yang jelas, peran yang terdefinisi dengan baik, dan komunikasi yang efektif antar anggota tim. Senada dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Nelfita et al. (2024) di PT. Alfa Scorpii Sentral Yamaha Medan menunjukkan bahwa faktor utama yang memperkuat kerja sama tim dalam konteks penjualan adalah kepemimpinan yang baik, kepercayaan antar anggota tim, dan dukungan organisasi. Faktor-faktor ini berperan dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta meningkatkan efisiensi kerja tim (Nelfita et al., 2024).

Selanjutnya, strategi penjualan yang efektif sangat bergantung pada kemampuan tim untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dan segmentasi pasar adalah kunci untuk merumuskan strategi penjualan yang sukses. Dalam konteks ini, tim penjualan di Central Yamaha perlu menerapkan pendekatan yang responsif terhadap feedback pelanggan dan tren industri.

Selain itu, pentingnya kepemimpinan dalam tim juga tidak dapat diabaikan. Menurut Zaccaro et al. (2001), kepemimpinan yang baik dapat meningkatkan motivasi dan kinerja anggota tim, yang pada gilirannya berdampak positif pada hasil penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi kinerja tim yang diterapkan di Yamaha Sentral dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan melalui kolaborasi yang efektif dan kepemimpinan yang inspiratif.

A. Profil Perusahaan

Sentral Yamaha Medan adalah salah satu pusat penjualan, layanan, dan suku cadang resmi Yamaha yang berlokasi di kota Medan, Sumatera Utara. Lokasi penelitian berada di Jalan H. Adam Malik No. 32-34, Silasas, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20234. Sebagai bagian dari jaringan distribusi Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM), Sentral Yamaha tidak hanya berfokus pada penjualan berbagai jenis sepeda motor Yamaha, tetapi juga memberikan layanan purna jual yang komprehensif untuk memastikan kepuasan pelanggan. Dengan mengusung slogan "Semakin di Depan," Sentral Yamaha berkomitmen untuk menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi yang dirancang dengan teknologi terkini, termasuk sepeda motor matik, sport, dan bebek, yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di wilayah ini.

Selain itu, pusat ini juga menyediakan layanan bengkel resmi dengan teknisi yang bersertifikasi Yamaha, sehingga pelanggan dapat memperoleh perawatan sepeda motor yang optimal dan terpercaya. Sentral Yamaha seringkali menjadi pilihan utama bagi konsumen karena reputasinya dalam memberikan pelayanan ramah, stok suku cadang yang lengkap, dan program-program menarik seperti promo pembelian, cicilan ringan, hingga layanan konsultasi untuk pembelian kendaraan.

Tidak hanya berperan sebagai penyedia produk dan layanan, Sentral Yamaha juga aktif dalam kegiatan sosial dan komunitas, seperti mendukung acara komunitas motor, pelatihan keselamatan berkendara, dan kegiatan amal, yang semakin memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar. Sebagai pusat

Yamaha yang strategis, Sentral Yamaha terus berupaya menjaga posisinya sebagai mitra terpercaya bagi konsumen, dengan menghadirkan inovasi dan layanan yang sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan Sentral Yamaha Medan:

1. Penjualan produk kendaraan sepeda motor yamaha dengan beberapa tipe motor seperti Yamaha V-ixion, Jupiter Z, New Vega R, Mio Sporty, New RX-King, Jupiter MX, Scorpio Z dan sebagainya.
2. Penjualan jasa servis sepeda motor. Penjualan jasa servis merupakan salah satu aktivitas pada perusahaan untuk memberikan pelayanan jasa kepada pelanggannya.
3. Penjualan suku cadang atau sparepart merk Yamaha. Selain penjualan sepeda motor dan pelayanan servis, juga tersedia penjualan suku cadang (sparepart) resmi dari Yamaha, sehingga keaslian dari suku cadang yang ada dijamin oleh Yamaha.

B. Struktur Organisasi

Pihak-pihak yang mengelola perusahaan diatur sedemikian rupa dalam suatu struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan suatu kerangka dasar tertentu yang menunjukkan hubungan satuan organisasi dan individu-individu yang berada di dalam organisasi tersebut. Melalui struktur organisasi maka tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap pejabat dapat diketahui dengan jelas dan tegas, sehingga diharapkan setiap satuan organisasi dapat bekerja sama secara harmonis. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, akan menentukan sukses tidaknya perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan, sehingga usaha-usaha yang dilakukan dapat berjalan secara efisien dan efektif.

Sentral Yamaha Medan ini dipimpin oleh seorang kepala cabang (Branch Manager). Kepala cabang tersebut bertanggung jawab kepada pimpinan di kantor pusat. Struktur organisasi yang dibentuk adalah struktur fungsional. Struktur organisasi bentuk ini dapat dilihat dengan adanya pelimpahan tugas, wewenang dan tanggung jawab yang bergerak vertikal ke bawah dari pimpinan tertinggi (atasan) kepada unit-unit organisasi yang berada di bawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu secara langsung. Sedangkan struktur fungsional dapat dilihat dengan adanya pembagian tugas yang dilakukan menurut fungsi-fungsinya sehingga terlihat dengan jelas tanggung jawab tiap bagian yang akan memudahkan tiap bagian untuk melaksanakan tugasnya masing-masing.

3. RESEARCH METHOD

Penelitian ini dilakukan di Sentral Yamaha Medan yang berlokasi di Jalan H. Adam Malik No. 32-34, Silasas, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20234. Waktu penelitian berlangsung selama dua hari pada bulan November 2024.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi kerja sama tim dalam meningkatkan kinerja penjualan di Sentral Yamaha Medan. Penelitian ini berfokus pada eksplorasi pengalaman dan persepsi anggota tim penjualan terkait strategi yang diterapkan serta dampaknya terhadap pencapaian target penjualan.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh anggota tim penjualan yang berjumlah 20 orang. Populasi tersebut dipilih karena mereka memiliki peran langsung dalam implementasi strategi kerja sama tim di Sentral Yamaha Medan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas tim penjualan di lapangan untuk memahami bagaimana mereka bekerja sama dalam mencapai target penjualan. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan beberapa anggota tim penjualan untuk menggali informasi terkait strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta efektivitas strategi dalam meningkatkan kinerja penjualan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dikategorikan berdasarkan tema-tema utama yang muncul dalam penelitian. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola yang berkaitan dengan kerja sama tim dan dampaknya terhadap efektivitas penjualan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika tim dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penjualan di Sentral Yamaha Medan.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Kerjasama tim merupakan langkah penting ditempat kerja untuk meningkatkan produktivitas, meningkatkan semangat kerja, dan menciptakan rasa persahabatan di antara anggota tim. Dalam menciptakan kerjasama tim tersebut harus dibarengi dengan usaha, komitmen, dan strategi yang tepat. Kerja sama tim dalam strategi penjualan di Sentral Yamaha Medan dapat diukur melalui tiga indikator utama: kerjasama, kepercayaan, dan kekompakan. Ketiga indikator ini menjadi dasar bagi tim sales untuk bekerja secara efektif dan mencapai tujuan penjualan yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh

Lubis et al. (2024), yang menunjukkan bahwa kerja sama tim berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Tim yang memiliki sinergi yang baik dapat mencapai target lebih efisien, sedangkan kurangnya koordinasi dapat menghambat produktivitas dan kepuasan pelanggan (Lubis et al., 2024).

Kerjasama dalam tim sales Yamaha Medan tercermin dalam bagaimana setiap anggota tim saling berbagi informasi dan saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama. Misalnya, seorang anggota tim yang bertugas mencari pelanggan baru akan berbagi hasil temuannya dengan anggota lain yang bertanggung jawab untuk follow-up atau menawarkan produk lebih lanjut. Dengan komunikasi yang baik, seluruh tim bisa bekerja dengan lebih efisien dan saling melengkapi dalam berbagai aspek, seperti promosi, pemahaman produk, hingga strategi penutupan penjualan.

Kepercayaan menjadi elemen penting dalam kerjasama tim sales. Setiap anggota tim harus merasa percaya bahwa rekan-rekannya akan menjalankan tanggung jawabnya dengan baik dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Kepercayaan ini juga berhubungan dengan kepercayaan pelanggan terhadap tim sales, yang akan lebih mudah terbangun jika tim bekerja secara profesional dan transparan. Misalnya, pelanggan akan merasa lebih nyaman membeli produk Yamaha ketika mereka yakin bahwa informasi yang diberikan oleh tim sales benar dan bermanfaat.

Kekompakkan dalam tim sales Yamaha Medan dapat dilihat dari sejauh mana anggota tim mampu bekerja bersama tanpa ada perbedaan yang menghambat tujuan bersama. Kekompakkan terlihat dalam sikap saling membantu antar anggota tim, misalnya saat menghadapi tantangan dalam menjual produk atau saat ada anggota tim yang membutuhkan bantuan untuk menutup penjualan. Kekompakkan juga tercermin dalam konsistensi dan semangat tim yang sama dalam melaksanakan strategi promosi, sehingga mereka bisa mencapai hasil yang optimal.

Strategi kerjasama tim sales sentral Yamaha Medan dalam mempromosikan barang berfokus pada kolaborasi yang solid antara setiap anggota tim untuk mencapai tujuan bersama, yaitu untuk meningkatkan penjualan. Dalam tim, setiap anggota memiliki peran yang jelas dan saling mendukung untuk mengoptimalkan upaya pemasaran dan penjualan. Misalnya, ada yang bertanggung jawab mencari pelanggan baru, ada yang mengelola komunikasi dengan pelanggan lama, dan ada juga yang mengelola berfokus pada promosi melalui media sosial atau pameran.

Komunikasi yang terbuka dan rutin antar anggota tim menjadi kunci dalam strategi ini. Tim selalu berbagi informasi tentang produk terbaru, promosi yang sedang berlangsung, atau feedback dari pelanggan. Dengan informasi yang up-to-date, seluruh anggota tim dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan tepat sasaran kepada pelanggan. Selain itu, kerjasama yang erat dengan pihak lain seperti distributor atau supplier juga mendukung kelancaran alur distribusi produk ke pelanggan.

Salah satu bagian terpenting dalam strategi ini adalah pemasaran menggunakan berbagai saluran dengan memanfaatkan media sosial, situs web, dan platform digital lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan cara ini sentral Yamaha Medan dapat mengakses pelanggan potensial di berbagai tempat, bahkan yang tidak berada di Medan sekalipun. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperkenalkan produk Yamaha ke lebih banyak orang, meningkatkan brand awareness, dan memperluas jangkauan pasar.

Pelatihan produk dan keterampilan penjualan juga dilakukan di Sentral Yamaha sebagai bagian dari strategi kerjasama tim. Tim sales diberi pengetahuan mendalam tentang produk Yamaha, mulai fitur, keunggulan, hingga cara penggunaannya. Dengan pemahaman yang baik tentang produk, mereka bisa menjelaskan lebih rinci kepada pelanggan dan menjawab setiap pertanyaan dengan percaya diri. Selain itu mereka juga dilatih dengan teknik penjualan yang efektif, seperti cara mendekati pelanggan dengan ramah, memahami kebutuhan pelanggan, dan memberikan solusi yang tepat.

Dampak dari strategi kerjasama ini terhadap penjualan sangat signifikan. Kolaborasi yang kuat dan komunikasi yang baik antar anggota tim membuat mereka lebih efisien dalam mencapai target penjualan. Pelanggan merasa lebih diperhatikan karena mendapat informasi yang jelas dan tepat waktu. Selain itu, dengan pemanfaatan berbagai saluran pemasaran dan promosi yang terintegrasi, tim dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan secara keseluruhan dan menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi terhadap produk Yamaha.

5. CONCLUSION

Kerjasama tim di Sentral Yamaha Medan sangat penting untuk mencapai tujuan penjualan, dengan tiga indikator utama: kerjasama, kepercayaan, dan kekompakkan. Tim bekerja bersama dengan berbagi informasi, mendukung satu sama lain, dan saling percaya untuk memastikan pencapaian target. Strategi yang diterapkan melibatkan kolaborasi antar anggota, komunikasi yang terbuka, dan pemanfaatan saluran pemasaran digital. Pelatihan produk dan keterampilan penjualan juga mendukung tim dalam memberikan pelayanan yang

lebih baik. Kerjasama yang solid ini meningkatkan efisiensi, penjualan, dan loyalitas pelanggan terhadap produk Yamaha.

REFERENCES

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Garancang, S., Amin, N. F., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 1978-5119.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Lubis, D. A., Wijaya, R. H., Sampurno, M. A., Nisa, Z., Syahreza, D. S., & Harmen, H. (2024). Analysis of Teamwork Dynamics and Its Impact on Sales Performance at PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. *Economic: Journal Economic and Business*, 3(4), 243–249.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2011). *Metode penelitian naturalistik-kualitatif*. Tarsito.
- Nelfita, N., Syahreza, D. S., Aprinawati, A., Rumapea, Y. R., Natasya, E., & Syahputra, M. R. (2024). Analysis of the Role of Teamwork in Improving Sales Performance at PT. Alfa Scorpai Sentral Yamaha Medan. *Economic: Journal Economic and Business*, 3(4), 250–254.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Zaccaro, S. J., Rittman, A. L., & Marks, M. A. (2001). Team leadership and team effectiveness: A review of the leadership literature. *The Leadership Quarterly*.