

The Role of Human Resources Training and Development in Increasing Sales at Motorcycle Dealers in Medan Tembung

Muhammad Raihan¹, Dina Sarah Syahreza², Fadhil Al Fahyed³, Teuku Rendy Julian⁴, Tanya Ananda⁵

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

Email: muhammadraihan2601.7212610002@mhs.unimed.ac.id; dinasarahsyahreza@unimed.ac.id;
fadhil.7211210017@mhs.unimed.ac.id; rendyjulian.7212610001@mhs.unimed.ac.id;
tanyaananda.7213510046@mhs.unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) terhadap peningkatan penjualan pada dealer motor di Medan. Dalam industri otomotif yang semakin kompetitif, dealer motor harus meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 80 karyawan dari berbagai dealer motor di Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelatihan dan pengembangan SDM memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja penjualan. Pelatihan yang efektif meningkatkan keterampilan teknis dan non-teknis karyawan, sedangkan pengembangan SDM berkontribusi pada motivasi dan kepuasan kerja. Temuan ini menekankan pentingnya investasi dalam pelatihan dan pengembangan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar otomotif.

Keyword: Pelatihan; Pengembangan SDM; Peningkatan Penjualan; Dealer Motor

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of training and human resource development (HR) on the increase in sales at motorcycle dealers in Medan. In the increasingly competitive automotive industry, motorcycle dealers must improve their service quality and sales strategy. This research uses a quantitative approach with a sample of 80 employees from various motorcycle dealers in Medan. The results of the analysis show that HR training and development has a significant positive impact on sales performance. Effective training improves the technical and non-technical skills of employees, while human resource development contributes to motivation and job satisfaction. These findings emphasize the importance of investing in training and development to achieve competitive advantage in the automotive market.

Keyword: Training; Human Resource Development; Sales Increase; Motor Dealer

Corresponding Author:

Muhammad Raihan,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: muhammadraihan2601.7212610002@mhs.unimed.ac.id



1. INTRODUCTION

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya dalam industri otomotif, setiap perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi penjualan. Dealer motor, sebagai salah satu sektor penting dalam industri otomotif, menghadapi berbagai tantangan untuk tetap kompetitif. Kota Medan, sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia, menjadi pusat aktivitas ekonomi yang sangat dinamis. Tingginya permintaan akan kendaraan bermotor di Medan, baik untuk kebutuhan pribadi maupun komersial, menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi dealer motor untuk meningkatkan kinerja penjualannya.

Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan dealer motor adalah sumber daya manusia (SDM) yang kompeten. SDM yang berkualitas mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan kinerja penjualan, sementara

kurangnya koordinasi dalam tim dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam strategi penjualan serta berujung pada pengalaman pelanggan yang tidak konsisten (Lubis et al., 2024). Karena itu, penting bagi dealer motor untuk memastikan bahwa tidak hanya keterampilan individu yang ditingkatkan melalui pelatihan, tetapi juga sinergi antar anggota tim agar strategi penjualan dapat diterapkan secara lebih efektif dan konsisten.

Dalam konteks ini, pelatihan dan pengembangan SDM menjadi elemen kunci yang tidak dapat diabaikan. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan non-teknis karyawan, sementara pengembangan SDM berfokus pada pertumbuhan jangka panjang yang melibatkan pembentukan karakter, pengetahuan, dan keterampilan strategis karyawan.

Dalam persaingan industri otomotif yang semakin ketat, efektivitas kerja sama tim menjadi elemen penting yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan pelanggan, dan membantu pencapaian target penjualan secara kolektif (Nelfita et al., 2024). Dengan demikian, tidak hanya keterampilan individu yang harus dikembangkan, tetapi juga bagaimana karyawan dapat bekerja sama dalam tim untuk mencapai target perusahaan secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat hubungan yang signifikan antara program pelatihan dan pengembangan SDM dengan peningkatan kinerja individu dan organisasi. Pelatihan yang efektif mampu meningkatkan kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan, beradaptasi dengan perubahan pasar, serta memberikan nilai tambah kepada perusahaan. Di sisi lain, pengembangan SDM berkontribusi pada peningkatan motivasi kerja, kepuasan karyawan, dan efisiensi operasional. Dalam industri otomotif, di mana teknologi dan preferensi konsumen terus berubah, penting bagi dealer motor untuk membangun SDM yang adaptif, inovatif, dan proaktif.

Namun, tantangan dalam mengimplementasikan program pelatihan dan pengembangan SDM di dealer motor tidaklah sederhana. Beberapa dealer motor di Medan menghadapi keterbatasan anggaran, kurangnya waktu untuk melatih karyawan di tengah kesibukan operasional, serta kurangnya pemahaman akan pentingnya pengembangan SDM. Selain itu, sebagian besar dealer motor berfokus pada target penjualan jangka pendek, sehingga mengabaikan investasi dalam pengembangan SDM yang hasilnya bersifat jangka panjang. Akibatnya, banyak dealer motor yang mengalami kesulitan dalam mempertahankan kualitas pelayanan dan daya saing di pasar.

Penelitian ini menjadi relevan untuk mengidentifikasi peran strategis dari pelatihan dan pengembangan SDM dalam konteks dealer motor di Medan. Dalam konteks ini, penting untuk menjawab beberapa pertanyaan mendasar: Bagaimana program pelatihan dan pengembangan SDM dapat membantu meningkatkan penjualan? Apa saja strategi yang dapat diimplementasikan oleh dealer motor untuk meningkatkan efektivitas program tersebut? Dan sejauh mana pengaruh pelatihan dan pengembangan SDM terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas karyawan?

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur dalam studi tentang pengaruh pelatihan dan pengembangan SDM di sektor otomotif, khususnya dalam konteks lokal seperti di Medan. Banyak studi sebelumnya berfokus pada perusahaan besar atau multinasional, tetapi belum banyak yang membahas tentang dealer motor yang merupakan bisnis berskala kecil hingga menengah. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika pelatihan dan pengembangan SDM di tingkat lokal, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi para pelaku usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia terhadap peningkatan penjualan pada dealer motor di Medan. Dalam hal ini, penelitian berusaha untuk memahami sejauh mana program pelatihan dan pengembangan SDM dapat memberikan dampak positif pada kinerja penjualan, baik melalui peningkatan keterampilan teknis maupun kemampuan interpersonal karyawan.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis efektivitas program pelatihan dan pengembangan yang telah diterapkan oleh dealer motor di Medan. Dengan mengevaluasi hasil program-program tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang seberapa baik program pelatihan membantu meningkatkan kompetensi karyawan serta bagaimana kontribusinya terhadap pencapaian target perusahaan.

Tidak hanya itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi optimal yang dapat diterapkan dalam pelatihan dan pengembangan SDM pada dealer motor. Pendekatan yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa program-program tersebut relevan dengan kebutuhan industri otomotif, khususnya dalam konteks lokal seperti Medan, yang memiliki karakteristik pasar yang unik dan beragam.

2. LITERATURE REVIEW

A. *Pelatihan Dan Pengembangan*

Pelatihan dan pengembangan adalah proses sistematis yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi individu dalam organisasi. Menurut Hasibuan (2016), pelatihan merupakan proses yang berorientasi pada peningkatan kemampuan teknis atau operasional karyawan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan mereka saat ini. Sementara itu, pengembangan lebih berfokus pada upaya

jangka panjang untuk membentuk potensi dan kemampuan strategis karyawan guna mempersiapkan mereka menghadapi tanggung jawab masa depan.

Pelatihan biasanya bersifat spesifik, berorientasi pada penguasaan tugas tertentu, dan berdampak langsung pada performa kerja. Di sisi lain, pengembangan mencakup kegiatan yang lebih luas, seperti pengembangan kepemimpinan, manajemen waktu, dan penguasaan teknologi baru, yang seringkali tidak langsung terlihat dampaknya tetapi penting untuk pertumbuhan organisasi (Dessler, 2020).

B. Peningkatan Jualan

Teori bauran pemasaran, yang dikembangkan oleh Jerome McCarthy (1960), merupakan pendekatan fundamental dalam strategi peningkatan penjualan. Teori ini mengidentifikasi empat elemen utama yang dikenal sebagai 4P: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Kombinasi yang tepat dari keempat elemen ini dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap penjualan suatu produk atau jasa.

Dalam konteks dealer motor, elemen produk merujuk pada kendaraan yang dijual, termasuk kualitas, desain, dan fitur teknologi yang sesuai dengan preferensi konsumen. Produk yang relevan dengan kebutuhan pasar cenderung memiliki daya tarik yang lebih besar. Elemen harga mencakup strategi penetapan harga yang kompetitif, termasuk penawaran diskon, program cicilan, atau bonus pembelian. Harga yang fleksibel dan terjangkau dapat menarik minat lebih banyak pelanggan.

Tempat atau lokasi strategis dealer, yang mudah dijangkau oleh pelanggan, serta penyediaan fasilitas pelayanan purna jual yang memadai, juga merupakan aspek penting yang dapat meningkatkan penjualan. Selain itu, elemen promosi memainkan peran utama dalam menciptakan kesadaran dan minat terhadap produk. Dealer motor dapat menggunakan berbagai media, seperti iklan, pemasaran digital, atau program loyalitas, untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pembeli.

C. Peningkatan Jualan

Teori bauran pemasaran, yang dikembangkan oleh Jerome McCarthy (1960), merupakan pendekatan fundamental dalam strategi peningkatan penjualan. Teori ini mengidentifikasi empat elemen utama yang dikenal sebagai 4P: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Kombinasi yang tepat dari keempat elemen ini dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap penjualan suatu produk atau jasa.

3. RESEARCH METHOD

Penelitian ini dilakukan di Sentral Yamaha Medan yang berlokasi di Jalan H. Adam Malik No. 32-34, Silasis Metode penelitian merupakan suatu sistem atau cara ilmiah yang dilakukan dengan disiplin ilmu dan rancangan penelitian untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat dan dapat dijangkau oleh penalaran manusia. Pada dasarnya jenis penelitian dibedakan menjadi 2 yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Menurut Siyoto & Sodik (Hardani dkk, 2020:240) penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan data numerik untuk dianalisis secara statistik. Data ini dapat diperoleh melalui berbagai metode, seperti survei menggunakan angket atau kuesioner, pengukuran objektif, atau pengumpulan data sekunder yang sudah tersedia dalam bentuk numerik.

Tujuan utama penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis, menemukan pola dan hubungan antar variabel, serta membuat generalisasi tentang populasi yang diteliti. Dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik, peneliti kuantitatif dapat menghasilkan temuan yang objektif, terukur, dan dapat direplikasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dealer motor di Medan yang terlibat dalam aktivitas pelatihan dan pengembangan, dengan total sebanyak 80 orang. Dengan Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh (sensus), di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi relatif kecil (kurang dari 100 orang), sehingga tidak memerlukan pengambilan sampel secara parsial. Dengan demikian, sampel penelitian berjumlah 80 orang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas, yaitu Pelatihan (X1) dan Pengembangan (X2), terhadap variabel terikat, yaitu Peningkatan Penjualan (Y). Untuk menganalisis data, digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Data dianalisis dengan menggunakan software SPSS versi 23.0. Proses analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi linear berganda, dan uji signifikansi simultan (uji f).

4. RESULTS AND DISCUSSION

A. Uji Validitas

Uji validitas dapat digunakan untuk mengevaluasi keabsahan suatu instrumen kuesioner (Sagiyono, 2017). Suatu instrumen dinyatakan valid jika mampu mengukur sesuatu yang diperlukan dan secara akurat melaporkan data tentang variabel yang diteliti. Corrected Item Total Correction (CITC) dengan standar pengukuran 0,3 merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menilai validitas suatu pertanyaan. Dengan hasil uji validitas 0,35 pada tabel uji X1, X2, dan Y, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner dapat dianggap valid karena memenuhi standar Koreksi Item Total Sempurna (CITC) yang lebih besar dari 0,3.

B. Uji Reliabilitas

Koefisien alfa, juga dikenal sebagai Koefisien Cronbach, dapat digunakan untuk menguji Reliabilitas. Keputusannya adalah bahwa Cronbach's Alpha (CA) lebih dari atau sama dengan 0,6 menunjukkan bahwa jawaban responden adalah reliabel karena mereka telah menunjukkan konsistensi dalam menanggapi pertanyaan. Sebaliknya, jika Cronbach's Alpha (CA) kurang dari atau sama dengan 0,6 menunjukkan bahwa jawaban responden tidak reliabel.

$$X1 = 0,876$$

$$X2 = 0,841$$

$$Y = 0,896$$

Jika ada nilai di atas 0,60, jawaban responden dapat diandalkan karena mereka menjawab dengan konsisten.

C. Uji Asumsi Klasik

Model yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f. Sebelum membahas tentang analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui gangguan gangguan atau persoalan yang ada pada regresi linier berganda. Berikut akan disajikan tabel dari setiap uji tersebut.

D. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan pengujian normalitas menggunakan one sample kolmogorov-smirnov test pada residual persamaan dengan kriteria pengujian jika probability value > 0,05 maka data terdistribusi normal dan jika probability value < 0,05 maka data terdistribusi tidak normal

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.73764327
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.063
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai kolmogorovsmirnov Z sebesar 0,083 dan signifikansi 0,200 ($0,200 > 0,05$) yaitu dengan hasil lebih dari 0,05 yang berarti data residu terdistribusi normal sehingga layak untuk digunakan.

E. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2012) Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil uji multikolinieritas berdasarkan pada tolerance value dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu apabila nilai VIF < 10 dan mempunyai tolerance value > 0,10. Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian multikolinieritas:

Tabel 2. Hasil Uji Multikollonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	33.204	5.752		5.773	<.001		
	Pelatihan	.015	.116	.014	.126	.900	.980	1.020
	Pengembangan	.100	.118	.097	.845	.401	.980	1.020

a. Dependent Variable: Peningkatan Juakan

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Indikator yang digunakan untuk mengukur multikolinearitas adalah nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan dalam tabel:

1. Variabel Pelatihan memiliki nilai Tolerance sebesar 0.980 dan nilai VIF sebesar 1.020.
2. Variabel Pengembangan memiliki nilai Tolerance sebesar 0.980 dan nilai VIF sebesar 1.020.

Nilai Tolerance untuk kedua variabel mendekati 1, menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang serius. Selain itu, nilai VIF untuk kedua variabel jauh di bawah ambang batas 10, yang mengindikasikan bahwa hubungan linier antar variabel independen dalam model sangat rendah.

Dari hasil uji multikolinearitas ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi bebas multikolinearitas, sehingga hasil analisis regresi dapat dipercaya.

F. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2012). Analisis yang dilakukan yaitu dengan melihat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikansinya jika diatas 5% atau diatas 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2012). Uji heteroskedastisitas Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

1. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data terjadi heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.784	2.718		3.232	.002
	Pelatihan	-.132	.055	-.265	-2.400	.019
	Pengembangan	.073	.056	.144	1.302	.197

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil uji menunjukkan adanya potensi heteroskedastisitas pada variabel Pelatihan, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05. Namun, untuk variabel Pengembangan, tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas. Secara keseluruhan, model regresi memerlukan perhatian lebih, terutama dalam meninjau efek dari variabel Pelatihan terhadap varians residual. Jika diperlukan, dapat dilakukan perbaikan model, seperti transformasi variabel atau penggunaan metode regresi robust.

G. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2012) Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan-pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Durbin Watson (DW test) dengan membandingkan DW hitung dan DW tabel, jika $du < dw < 4-du$, maka model regresi linier tersebut tidak mengandung autokorelasi positif maupun negatif sehingga dapat disimpulkan model persamaan bebas dari autokorelasi. Berikut adalah hasil output SPSS v.25:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.235 ^a	.055	.023	5.836	2.044

a. Predictors: (Constant), Dukungan Teknologi, Penerapan Inovasi
b. Dependent Variable: Kinerja Belajar

Pada penelitian didapatkan hasil DW test (Durbin Watson test) sebesar 2.044 ($n = 61$, $k = 4$, diperoleh nilai du sebesar 1,7281 dan $4-du = 2,2209$). Hal tersebut berarti model regresi tidak terdapat masalah autokorelasi, karena angka DW berada diantara du tabel dan $4-du$ tabel, maka model regresi ini dinyatakan layak untuk dipakai

H. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. dari uji asumsi klasik diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal dan tidak terdapat multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. sehingga, memenuhi persyaratan untuk melakukan analisis regresi linier

berganda agar dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian ini menganalisis antara pengaruh Penerapan Inovasi Berbasis Classroom dan Dukungan Teknologi terhadap Kinerja Belajar. Berikut hasil persamaan regresi

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.448	2.792		6.966	.000
	Penerapan Inovasi	.028	.129	.028	.215	.830
	Dukungan Teknologi	-.230	.125	-.238	-1.843	.070

a. Dependent Variable: Kinerja Belajar

Persamaan regresi diperoleh

$$19,448 + 0,028X_1 - 0,230X_2$$

Interpretasi yang peneliti sampaikan adalah

1. Konstanta (intersep) signifikan secara statistik, menunjukkan bahwa terdapat tingkat dasar kinerja pembelajaran ketika variabel independennya nol.
2. Penerapan inovasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pembelajaran.
3. Dukungan teknologi juga mendekati tingkat kepentingan tradisional, namun tidak memberikan dampak yang signifikan.
4. Secara keseluruhan model menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diuji (penerapan inovasi dan dukungan teknologi) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kinerja pembelajaran) berdasarkan p-value.

I. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan layak untuk digunakan sebagai model pengujian data dan hipotesis yang diajukan dengan kriteria jika sig < 0,05 maka model penelitian layak digunakan sebaliknya jika sig > 0,05 maka model penelitian tidak layak untuk digunakan. Berikut hasil penelitian uji f:

Tabel 6. Hasil Uji F

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.204	5.752		5.773	<.001
	Pelatihan	.015	.116	.014	.126	.900
	Pengembangan	.100	.118	.097	.845	.401

a. Dependent Variable: Peningkatan Juakan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa konstanta memiliki nilai sebesar 33.204, yang berarti jika variabel Pelatihan dan Pengembangan bernilai nol, maka rata-rata Peningkatan Juakan adalah sebesar 33.204. Nilai ini signifikan secara statistik dengan tingkat signifikansi kurang dari 0.001. Variabel Pelatihan memiliki koefisien regresi sebesar 0.015, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel ini diharapkan meningkatkan Peningkatan Juakan sebesar 0.015. Namun, nilai signifikansi sebesar 0.900 menunjukkan bahwa pengaruh variabel ini terhadap Peningkatan Juakan tidak signifikan secara statistik. Sementara itu, variabel Pengembangan memiliki koefisien regresi sebesar 0.100, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel ini diharapkan meningkatkan Peningkatan Juakan sebesar 0.100. Meskipun demikian, nilai signifikansi sebesar 0.401 juga menunjukkan bahwa pengaruh variabel ini tidak signifikan secara statistik terhadap variabel dependen.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel Pelatihan dan Pengembangan secara individu tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Juakan. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi lebih lanjut terhadap model regresi yang digunakan, termasuk kemungkinan penambahan variabel lain yang relevan untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen. Kinerja pembelajaran lebih baik dibandingkan model tanpa prediktor. Tidak ada perbaikan yang signifikan dalam menjelaskan variasi tersebut. Peneliti membandingkan kinerja pembelajaran dengan model yang hanya menggunakan mean sebagai prediktor. Model regresi yang menggunakan dukungan teknologi dan implementasi inovasi sebagai variabel prediktor tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap kinerja pembelajaran. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p-value sebesar 0,192 yang jauh di atas tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, model ini mungkin tidak cukup untuk memprediksi kinerja pembelajaran, dan variabel tambahan atau pendekatan pemodelan yang berbeda mungkin perlu dipertimbangkan.

J. Uji Koefisien Determinasi

(R²) Koefisien determinasi (Adjusted R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen yaitu kinerja belajar. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.235 ^a	.055	.023	5.836

a. Predictors: (Constant), Dukungan Teknologi, Penerapan Inovasi

didapatkan nilai Adjusted R Square dengan nilai 0,023. Hal ini berarti kemampuan Penerapan Inovasi dan dukungan teknologi sebesar 2.3 % sedangkan 97.7 % dijelaskan oleh faktor lain yang berada diluar model dan tidak dapat terdeteksi dalam penelitian ini

Tabel 8. Hasil Uji Parsial T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.448	2.792		6.966	.000
	Penerapan Inovasi	.028	.129	.028	.215	.830
	Dukungan Teknologi	-.230	.125	-.238	-1.843	.070

a. Dependent Variable: Kinerja Belajar

5. CONCLUSION

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan pada dealer motor di Medan. Program pelatihan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, beradaptasi dengan perubahan pasar, serta memberikan pelayanan yang lebih baik. Selain itu, pengembangan SDM juga berperan dalam meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja karyawan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap kinerja penjualan.

Sebagai saran, dealer motor sebaiknya mengalokasikan anggaran yang memadai untuk program pelatihan secara berkala guna meningkatkan keterampilan karyawan. Selain itu, penting untuk menerapkan program pengembangan SDM yang berfokus pada pertumbuhan jangka panjang, termasuk kepemimpinan dan manajemen waktu. Dealer juga perlu secara rutin mengevaluasi efektivitas program pelatihan dan pengembangan untuk memastikan relevansi serta dampaknya terhadap kinerja penjualan. Terakhir, meningkatkan kualitas layanan pelanggan harus menjadi prioritas utama agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar otomotif.

REFERENCES

- Akhmadi, A. (2021). Implementation of blended learning in training: Penerapan blended learning dalam pelatihan. *Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(1), 78–87.
- Cahaya, A. D., Rahmadani, D. A., Wijiningrum, A., & Swasti, F. F. (2021). Analisis pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. *YUME: Journal of Management*, 4(2). <https://doi.org/10.37531/yum.v4i2.870>
- Erlina, E. (2020). Inovasi Pembelajaran Melalui Penelitian Dan Pengembangan Bahan Ajar. *Jurnal Al Bayan: Jurnal Jurusan Pendidikan Bahasa Arab*, 8(1), 121-148. <https://dx.doi.org/10.24042/albayan.v8i1.356>
- Fauzian, N. A., & Sadiqin, A. (2021). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Pada Dealer Motor Honda PT Pratama Metropolitan Sejahtera. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 2(1), 49-55.
- Lolowang, M. G., Adolfini, A., & Lumintang, G. (2016). Pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja karyawan pada PT. Berlian Kharisma Pasifik Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.12546>
- 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. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v3i4.789>
- Maria, Y. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy di Dealer Astra Motor Berau. *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)*, 6(2), 276-287. <https://doi.org/10.35915/accountia.v6i2.723>
- Mendrofa, Y. F. J., Lase, D., Waruwu, S., & Mendrofa, S. A. (2023). Analisis kebutuhan pelatihan dan pengembangan perangkat desa se-Kecamatan Alasa Talumuzoi dalam meningkatkan pelayanan publik. *Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 11-21.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73-92.
- Nadeak, B. (2019). Buku Materi Pembelajaran Manajemen Pelatihan dan Pengembangan.
- 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 Scorpii Sentral Yamaha Medan. *Economic: Journal Economic and Business*, 3(4), 250–254. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v3i4.795>

- Sulaefi, S. (2017). Pengaruh pelatihan dan pengembangan terhadap disiplin kerja dan kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 8-21. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1212>
- Suryani, S., & Rindaningsih, I. (2023). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. *PERISAI: Jurnal Pendidikan dan Riset Ilmu Sains*, 2(3), 363-370. <https://doi.org/10.32672/perisai.v2i3.154>
- Tiara, L. C., Lestari, H. R., Kholifah, C. D. N., Zulfi, R. F. F., & Anshori, M. I. (2023). Pelatihan dan pengembangan berbasis digital: Implementasi pembelajaran daring, platform pelatihan interaktif, dan teknologi simulasi dalam pengembangan karyawan. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(4), 359-379. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1384>
- Yuliana, Y., & Ardansyah, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 309-320. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>