

Analysis of Teamwork Dynamics and Its Impact on Sales Performance at PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan

Devi Aprilia Lubis¹, Rangga Hadi Wijaya², Muhammad Akbar Sampurno³, Zahratun Nisa⁴,
Dina Sarah Syahreza⁵, Hilma Harmen⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: deviapriliabls@mhs.unimed.ac.id; rangga.7213210043@mhs.unimed.ac.id;
akbarsam.7213510049@mhs.unimed.ac.id; tunnisazahra45@gmail.com; dinasarahsyahreza@unimed.ac.id;
hilmaharmen@unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kerja sama tim berpengaruh terhadap kinerja penjualan di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Kinerja penjualan adalah tingkat efektivitas perusahaan dalam mencapai hasil yang diinginkan dari aktivitas penjualan. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan yang terkhusus SPG PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerja sama tim berpengaruh terhadap kinerja penjualan di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan kinerja penjualan, sementara kerja sama tim yang buruk dapat menurunkan kinerja penjualan.

Keyword: Dinamika Kerja Sama Tim; Kinerja Penjualan; Manajemen

ABSTRACT

This research aims to find out how teamwork influences sales performance at PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Sales performance is the level of company effectiveness in achieving the desired results from sales activities. The subjects in this research were employees, specifically SPG PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. The type of research that the author uses is descriptive qualitative research. Descriptive research aims to describe a population, situation or phenomenon accurately and systematically. This research uses qualitative techniques by conducting observations, interviews and documentation studies. The research results show that teamwork influences sales performance at PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Good teamwork can improve sales performance, while poor teamwork can reduce sales performance.

Keyword: Teamwork Dynamics; Sales Performance; Management

Corresponding Author:

Devi Aprilia Lubis,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: deviapriliabls@mhs.unimed.ac.id



1. INTRODUCTION

Manajemen kinerja merupakan pendekatan terintegrasi yang memastikan tujuan organisasi tercapai secara konsisten dengan cara yang efektif dan efisien. Proses ini melibatkan pengukuran dan evaluasi sistematis terhadap pencapaian tujuan untuk menjamin keberhasilannya. Manajemen kinerja meliputi berbagai kegiatan yang dirancang untuk memastikan pencapaian target, baik pada tingkat organisasi, departemen, individu karyawan, maupun dalam proses yang mendukung pengembangan produk, layanan, dan aspek-aspek lainnya (Bahiroh, 2024).

Kinerja merupakan aspek penting bagi sebuah organisasi, terutama kinerja pegawai yang memegang peranan besar dalam mendorong instansi atau organisasi menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Keberhasilan aktivitas perusahaan sangat bergantung pada kualitas kinerja karyawan yang dimilikinya,

semakin tinggi tingkat kinerja karyawan, semakin baik pula kinerja keseluruhan perusahaan. Secara umum, kinerja dapat diartikan sebagai hasil kerja yang dicapai dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi, yang dilaksanakan secara legal, tidak bertentangan dengan hukum, serta sesuai dengan norma moral dan tanggung jawab yang telah dibebankan (Juniarti & Putri, 2021).

Kinerja optimal dalam organisasi bergantung tidak hanya pada kemampuan individu, tetapi juga pada efektivitas kerja sama tim. Kerja sama tim memungkinkan anggota untuk saling mendukung, berbagi wawasan, dan mengatasi tantangan bersama, sehingga meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Sebagai elemen penting, kerja sama tim mencerminkan keterampilan kolektif dengan komitmen bersama untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Priskilla & Santika, 2019). Kerja sama yang baik juga memperkuat komunikasi antara karyawan dan manajemen. Oleh karena itu, perusahaan harus menekankan pentingnya kerja sama tim, terutama dalam menghadapi tantangan era modern, untuk mencapai hasil kerja optimal dan mendorong pertumbuhan organisasi (Raka et al., 2023).

Kerja sama tim yang baik memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja penjualan sebuah perusahaan. Ketika anggota tim bekerja secara sinergis, saling mendukung, dan mengkomunikasikan tujuan serta strategi secara efektif, mereka dapat mencapai target penjualan dengan lebih efisien dan produktif. Menurut (Andayaningsih et al., 2022) kinerja penjualan sendiri merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari keseluruhan aktivitas penjualan dalam suatu organisasi. Efektivitas kinerja penjualan dapat diukur dengan membandingkan target penjualan yang ditetapkan dengan realisasi penjualan yang tercapai. Kinerja penjualan ini mencerminkan hasil dari pekerjaan yang telah diemban oleh tenaga penjualan, dan hasil kontribusi tersebut tercatat dengan baik (Sulasmi et al., 2023). Dengan demikian, tingkat ketercapaian kinerja dapat dievaluasi dengan tepat, serta memberikan dasar untuk perbaikan dan pengambilan keputusan yang lebih efektif di masa depan.

Salah satu perusahaan yang mengutamakan kerja sama tim sebagai faktor kunci dalam mencapai kinerja penjualan yang unggul adalah PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, yang berlokasi di Medan. Perusahaan ini menerapkan pendekatan kerja sama tim yang sangat efektif, di mana setiap anggota tim bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan penjualan yang telah ditetapkan. Dengan menekankan pentingnya komunikasi yang baik, pembagian tugas yang jelas, serta dukungan yang kuat antara manajemen dan karyawan, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk berhasil mencapai kinerja penjualan yang optimal.

Setiap karyawan memiliki tanggung jawab untuk mencapai target penjualan individu serta mendukung keberhasilan tim secara keseluruhan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa karyawan PT Ramayana, salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah kurangnya koordinasi tim antara karyawan dalam merencanakan dan mengatur strategi penjualan, yang menyebabkan ketidaksesuaian dalam pendekatan yang digunakan oleh masing-masing anggota tim. Misalnya, beberapa SPG cenderung terlalu fokus pada produk tertentu dan mengabaikan produk lainnya, sementara yang lainnya berusaha menawarkan berbagai produk tanpa mendalami spesifikasi atau keunggulannya. Hal ini mengakibatkan potensi penjualan yang terhambat, dan pelanggan pun merasa bingung dengan banyaknya pilihan tanpa adanya arahan yang jelas.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya penulis tertarik meneliti tentang "Analisis Dinamika Kerja Sama Tim dan Dampaknya terhadap Kinerja Penjualan di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan"

2. LITERATURE REVIEW

A. Kinerja Penjualan

1) Pengertian Kinerja Penjualan

Kinerja penjualan adalah hasil dari pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga penjualan, di mana kontribusi tersebut tercatat dengan baik sehingga tingkat pencapaian kinerja yang seharusnya dapat dievaluasi secara efektif (Sulasmi et al., 2023). Menurut Pettijohn dalam (Maulana dan Wijayanto, 2019), kinerja penjualan adalah pencapaian yang menggambarkan keberhasilan tenaga penjual dalam mendukung pertumbuhan pangsa pasar, meningkatkan profitabilitas, mempercepat penjualan produk baru, mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan, dan membantu supervisor mencapai tujuan mereka.

Kinerja penjualan adalah tingkat efektivitas perusahaan dalam mencapai hasil yang diinginkan dari aktivitas penjualan. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti jumlah produk atau jasa yang berhasil dijual (volume penjualan), pangsa pasar yang dikuasai dibandingkan pesaing, pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan, serta jumlah pelanggan baru yang diperoleh. Kinerja ini mencerminkan keberhasilan strategi, proses, dan upaya tim dalam mendukung pertumbuhan dan tujuan bisnis perusahaan (Roswiyanti et al., 2023).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, kinerja penjualan dapat didefinisikan sebagai pencapaian yang mencerminkan keberhasilan karyawan dan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti volume penjualan, pangsa pasar, pencapaian target, dan perolehan

pelanggan baru, yang menunjukkan efektivitas dan efisiensi dalam mendukung pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan.

2) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan

Kinerja penjualan adalah pencapaian yang mencerminkan keberhasilan karyawan dan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan. Menurut Swastha Basu dan Irawan dalam (Silam et al., 2022), faktor yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal mencakup elemen-elemen yang berasal dari dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi secara langsung kinerja penjualan. Faktor-faktor ini umumnya dapat dikendalikan atau dipengaruhi oleh manajemen perusahaan.

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kemampuan penjual untuk memahami produk dan berinteraksi dengan pelanggan sangat penting dalam kinerja penjualan. Penjual yang terlatih, memiliki pengetahuan produk yang mendalam, serta keterampilan komunikasi yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Penjual yang mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan juga lebih cenderung mencapai target penjualan.

b. Modal

Modal yang cukup memungkinkan perusahaan untuk menjalankan berbagai kegiatan yang mendukung penjualan. Modal berperan penting dalam membiayai pengadaan produk, biaya promosi, pelatihan penjual, dan pengembangan infrastruktur.

c. Kondisi Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi yang baik dan sistem manajemen yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja tim penjualan. Organisasi yang memiliki komunikasi internal yang baik, pembagian tugas yang jelas, serta proses kerja yang efisien akan mempermudah penjual dalam melaksanakan tugas mereka.

d. Promosi

Strategi promosi yang efektif memainkan peran besar dalam meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan dengan tepat waktu dan relevansi tinggi, seperti diskon, bundling produk, atau iklan yang menarik, dapat menarik lebih banyak pelanggan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah elemen-elemen yang berasal dari luar perusahaan dan dapat mempengaruhi kinerja penjualan. Faktor-faktor ini tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh perusahaan, namun harus diperhatikan agar strategi penjualan tetap relevan dan responsif terhadap perubahan pasar.

a. Kondisi Pasar

Kondisi pasar sangat mempengaruhi kinerja penjualan. Jika pasar sedang dalam kondisi yang berkembang atau permintaan produk tinggi, penjualan akan cenderung meningkat begitu juga sebaliknya.

b. Faktor Lain

Faktor-faktor lain yang dimaksud seperti perubahan dalam pola hidup dan kebiasaan masyarakat, perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah, regulasi perdagangan, peraturan pajak, isu-isu lingkungan dan lain sebagainya.

B. Kerja Sama Tim

1) Pengertian Kerja Sama Tim

Kerja sama tim adalah proses di mana sekelompok orang bekerja bersama, memanfaatkan keahlian masing-masing, dengan tujuan yang jelas, serta didukung oleh kepemimpinan dan komunikasi yang efektif untuk mencapai hasil yang lebih baik dibandingkan kerja individu. (Tamaya et al., 2023). Menurut Ibrahim et al. (2021), kerja sama tim adalah sekelompok orang dengan berbagai keterampilan, bakat, pengalaman, dan latar belakang yang berbeda, yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang sama dalam satu atau lebih aktivitas.

Kerja sama tim adalah kemampuan setiap individu untuk bekerja sama dengan baik guna mencapai tujuan bersama dalam tim yang saling percaya, mendukung, dan bertanggung jawab terhadap tugas masing-masing. Dengan kerja sama yang baik, anggota tim dapat menyelesaikan tugas mereka dengan lebih efektif untuk mencapai tujuan organisasi dengan hasil yang lebih baik (Lukitasari dan Nugraha, 2023).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, kerja sama tim dapat didefinisikan sebagai upaya bersama yang melibatkan sekelompok individu dengan beragam kemampuan, pengalaman, dan latar belakang untuk mencapai tujuan bersama. Proses ini ditandai dengan koordinasi yang terorganisir, komunikasi yang efektif, saling percaya, serta tanggung jawab kolektif, sehingga mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal dibandingkan dengan kerja individu.

2) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kerja Sama Tim

Kerja sama tim adalah upaya bersama yang melibatkan sekelompok individu dengan beragam kemampuan, pengalaman, dan latar belakang untuk mencapai tujuan bersama. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kerja sama tim. Menurut Zaky (2023), faktor yang dapat mempengaruhi kerja sama tim yaitu:

1. Komunikasi yang Efektif

Komunikasi yang efektif memungkinkan tim untuk berkomunikasi secara jelas dan terstruktur. Hal ini membantu mengurangi kebingungan, meningkatkan efisiensi, serta memastikan anggota tim memahami tugas mereka dengan baik.

2. Kepemimpinan yang Baik

Pemimpin yang baik memainkan peran penting dalam keberhasilan tim. Kepemimpinan yang efektif mampu memotivasi anggota tim, memastikan koordinasi yang lancar, dan memberikan arahan yang jelas.

3. Kepercayaan Antar Anggota Tim

Kepercayaan di antara anggota tim menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan kolaboratif. Hubungan yang didasari saling percaya mendorong anggota untuk bekerja sama lebih efektif, meningkatkan motivasi, serta mempermudah penyelesaian tugas secara kolektif.

4. Tugas yang Jelas

Tugas yang didefinisikan dengan baik membantu anggota tim memahami peran dan tanggung jawab mereka. Hal ini memungkinkan tim bekerja secara terstruktur, fokus, dan efektif untuk mencapai tujuan bersama.

5. Dukungan Organisasi

Dukungan organisasi, seperti penyediaan sumber daya dan fasilitas yang memadai, menjadi fondasi penting bagi keberhasilan tim. Dukungan ini menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan kinerja, dan memperkuat hubungan antar anggota tim.

3. RESEARCH METHOD

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Rita Fiantika et al. (2022) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. Jenis penelitian ini dapat menjawab pertanyaan apa, di mana, kapan dan bagaimana, tetapi tidak untuk pertanyaan mengapa. Pada penelitian kualitatif tidak merumitkan perhitungan angka pada statistika sosial namun lebih ditekankan pada data dari hasil observasi dan wawancara peneliti dengan narasumber yang diterjemahkan dalam tulisan baku. Tipe penelitian deskriptif yaitu dengan memaparkan subjek penelitian, tipe penelitian ini didasarkan pada pertanyaan dasar yaitu “bagaimana”. Pada penelitian ini metode kualitatif deskriptif memudahkan penulis untuk meneliti bagaimana dinamika kerja sama tim dan dampaknya terhadap kinerja penjualan di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan.

Subjek penelitian adalah individu, benda, atau kelompok sebagai sumber data yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan yang terkhusus SPG PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Objek penelitian merupakan masalah atau tema yang diteliti. Objek penelitian merupakan inti penelitian, yaitu apa selaku bidikan penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah dinamika kerja sama tim dan dampaknya terhadap kinerja penjualan.

A. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya memahami dinamika kerja sama tim dan dampaknya terhadap kinerja penjualan di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, penelitian ini menggunakan teknik kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

- 1) Observasi

Observasi naturalistik atau ilmiah dilakukan untuk memahami situasi dan perspektif sosial. Metode ini mengandalkan pengamatan langsung terhadap fenomena sosial tanpa manipulasi, sehingga data yang diperoleh bersifat mendalam dan sesuai konteks (Sugiyono, 2022).

- 2) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan menggali pandangan, pengalaman, atau pemahaman informan secara mendalam. Metode ini mencakup wawancara terstruktur, yang menggunakan daftar pertanyaan untuk hasil yang sistematis; tak terstruktur, yang lebih fleksibel dalam menggali informasi; serta wawancara kelompok untuk mendapatkan perspektif kolektif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami fenomena secara lebih mendalam dan kontekstual (Sugiyono, 2022).

- 3) Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif merujuk pada pengumpulan data melalui bahan-bahan tertulis atau rekaman lainnya, seperti arsip, catatan, foto, atau video, yang memiliki relevansi dengan topik yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk memahami dan menganalisis fenomena tertentu melalui jejak-jejak

yang tercatat, yang dapat memberikan informasi yang mendalam mengenai konteks atau sejarah suatu peristiwa atau kondisi. Dokumentasi membantu peneliti untuk menggali data yang sulit diperoleh melalui wawancara atau observasi langsung (Hikmawati, 2020).

B. Informan Penelitian

Penulis menggunakan teknik sampling purposive dalam menentukan informan untuk penelitian ini. Teknik ini dilakukan dengan cara memilih informan yang memiliki kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, sehingga hanya informan yang dianggap relevan dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan yang akan dilibatkan dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa Sales Promotion Girl (SPG) yang bekerja di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan, antara lain:

1. AL merupakan salah satu SPG brand X yang ada di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan
2. DS merupakan salah satu SPG brand Y yang ada di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan
3. RM merupakan salah satu SPG brand W yang ada di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan

4. RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan gambaran kerja sama tim di antara karyawan SPG PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh berbagai informasi yang mendalam terkait dinamika dan efektivitas kerja sama tim di perusahaan tersebut.

AL merupakan salah satu SPG di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Menurut penuturannya *"Koordinasi di antara anggota tim masih kurang, sehingga pelanggan sering mendapatkan informasi yang tidak konsisten dari setiap anggota. Misalnya, ada anggota tim yang fokus pada promosi produk tertentu dengan menawarkan diskon atau keunggulan produk, sementara anggota lain memberikan informasi yang lebih umum tanpa mendalami detail produk"*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis melihat adanya permasalahan mendasar dalam koordinasi di antara anggota tim penjualan. Ketidakkonsistenan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan menjadi salah satu dampak nyata dari kurangnya koordinasi tersebut. Beberapa anggota tim cenderung memusatkan perhatian pada promosi produk tertentu, sementara yang lain hanya menyampaikan informasi secara umum tanpa mendalami detail produk. Perbedaan pendekatan ini menyebabkan pelanggan merasa bingung dengan informasi yang diterima, sehingga berpotensi kehilangan kepercayaan terhadap tim penjualan.

Ketidakkonsistenan ini tidak hanya memengaruhi pengalaman pelanggan secara langsung, tetapi juga berdampak negatif pada efektivitas strategi penjualan yang telah dirancang. Pelanggan yang tidak mendapatkan informasi yang jelas dan terarah merasa kurang yakin terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat merugikan citra perusahaan di mata mereka. Dengan kondisi seperti ini, tantangan yang dihadapi perusahaan bukan hanya soal meningkatkan koordinasi internal, tetapi juga memulihkan kepercayaan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan di pasar.

DS merupakan salah satu SPG brand Y yang ada di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Menurut penuturannya, *"Sering kali, saya merasa bingung karena tidak ada arahan yang jelas mengenai produk mana yang seharusnya menjadi prioritas untuk dipromosikan. Situasi ini membuat saya harus mengambil keputusan sendiri di lapangan, yang terkadang tidak sesuai dengan strategi tim secara keseluruhan"*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, penulis mengamati bahwa kurangnya arahan yang jelas mengenai prioritas produk menjadi salah satu kendala utama dalam tim penjualan. Situasi ini menyebabkan para anggota tim sering kali harus mengambil keputusan secara mandiri di lapangan. Sayangnya, keputusan-keputusan tersebut tidak selalu sejalan dengan strategi yang telah ditetapkan oleh tim secara keseluruhan. Ketidakkonsistenan dalam pengambilan keputusan ini berdampak pada koordinasi yang kurang optimal di antara anggota tim, yang pada akhirnya mengurangi efektivitas upaya penjualan.

Lebih dari itu, pelanggan sering kali menerima informasi yang tidak seragam dari berbagai anggota tim, menciptakan kebingungan dan menimbulkan kesan bahwa perusahaan kurang terorganisir. Kondisi ini tidak hanya memengaruhi hasil penjualan, tetapi juga merusak kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, yang menjadi tantangan serius dalam upaya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

RM merupakan salah satu SPG brand W yang ada di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan. Menurut penuturannya, *"Ada beberapa teman kerja yang keliatannya lebih fokus nawarin satu atau dua produk aja, jadi produk lain sering kelewat gitu. Padahal, mungkin aja produk-produk itu sebenarnya punya potensi besar kalau dijelaskan dengan baik."*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, penulis mengamati terdapat beberapa anggota tim penjualan cenderung fokus pada satu atau dua produk tertentu, sehingga produk lainnya sering kali terabaikan. Meskipun produk-produk tersebut mungkin memiliki potensi besar, mereka tidak mendapatkan perhatian yang cukup, padahal dengan penjelasan yang baik, produk tersebut bisa saja menarik minat pelanggan.

Dampak dari pendekatan yang terbatas ini adalah potensi penjualan yang tidak maksimal, karena pelanggan tidak mendapatkan informasi yang komprehensif tentang seluruh produk yang ditawarkan. Hal ini dapat mengurangi peluang untuk meningkatkan pendapatan dan memperkenalkan produk-produk lain yang mungkin lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai penyebab kurangnya perhatian terhadap produk lain dan mencari solusi untuk memastikan bahwa setiap produk mendapatkan perhatian yang layak untuk meningkatkan efektivitas penjualan secara keseluruhan.

5. CONCLUSION

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai dinamika kerja sama tim dan dampaknya terhadap kinerja penjualan di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Medan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kurangnya koordinasi tim, Salah satu permasalahan utama yang ditemukan adalah kurangnya koordinasi yang efektif antara anggota tim dalam merencanakan dan melaksanakan strategi penjualan. Hal ini menyebabkan ketidaksesuaian dalam pendekatan yang digunakan oleh masing-masing anggota tim, yang berujung pada ketidakkonsistenan informasi yang diberikan kepada pelanggan. Ketidakkonsistenan ini berdampak pada pengalaman pelanggan yang menjadi bingung dan kurang percaya terhadap produk yang ditawarkan.
2. Ketidaktepatan arahan dalam prioritas produk, kurangnya arahan yang jelas mengenai produk mana yang harus menjadi prioritas untuk dipromosikan. Hal ini menyebabkan beberapa anggota tim merasa bingung dan mengambil keputusan secara mandiri tanpa mempertimbangkan keselarasan dengan strategi tim secara keseluruhan. Hal ini menurunkan efektivitas koordinasi tim dan menyebabkan hasil penjualan yang tidak optimal.
3. Fokus yang terbatas pada beberapa produk, beberapa anggota tim terlalu fokus pada satu atau dua produk tertentu, sementara produk lain yang sebenarnya berpotensi besar justru terabaikan. Pendekatan ini menyebabkan ketidakseimbangan dalam penjualan, mengurangi peluang untuk memaksimalkan potensi penjualan seluruh produk, dan berdampak pada pengurangan pendapatan yang seharusnya bisa diperoleh dari produk-produk lain.
4. Dampak negatif pada kepercayaan pelanggan, ketidakkonsistenan dalam penyampaian informasi, kurangnya prioritas produk yang jelas, dan terbatasnya perhatian pada seluruh produk menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Pelanggan yang mendapatkan informasi yang tidak terarah atau kontradiktif cenderung merasa bingung dan tidak yakin dengan keputusan pembelian mereka. Kondisi ini dapat merusak citra perusahaan dan mengurangi kepercayaan pelanggan, yang menjadi tantangan besar dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

B. Saran

1. Meningkatkan koordinasi tim melalui rapat rutin, Perusahaan perlu mengadakan rapat koordinasi secara rutin untuk memastikan semua anggota tim memahami tujuan yang sama dan strategi penjualan yang diterapkan. Dalam rapat ini, manajemen dapat memberikan arahan yang jelas mengenai produk mana yang harus diprioritaskan dan bagaimana cara menyampaikan informasi kepada pelanggan secara konsisten. Koordinasi yang baik akan mengurangi kebingungan dan meningkatkan keselarasan dalam penyampaian pesan kepada pelanggan.
2. Memberikan pelatihan terhadap keterampilan komunikasi dan pengetahuan produk, pelatihan yang lebih intensif mengenai pengetahuan produk dan keterampilan komunikasi sangat penting untuk meningkatkan kemampuan anggota tim dalam menjelaskan produk dengan jelas dan meyakinkan pelanggan. Selain itu, pelatihan dalam hal strategi penjualan dan teknik negosiasi dapat membantu tim dalam mencapai target penjualan lebih efektif.
3. Menyusun panduan strategi penjualan yang jelas, untuk menghindari kebingungan dalam pengambilan keputusan di lapangan, perusahaan sebaiknya menyusun panduan atau prosedur yang jelas mengenai produk-produk yang harus dipromosikan terlebih dahulu. Panduan ini dapat memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki acuan yang sama dalam melakukan pendekatan penjualan dan menghindari penjualan yang tidak terarah.
4. Peningkatan pemantauan dan evaluasi kinerja penjualan, perusahaan perlu melakukan pemantauan dan evaluasi kinerja penjualan secara berkala, baik dari sisi individu maupun tim secara keseluruhan. Dengan melakukan evaluasi, perusahaan dapat mengidentifikasi masalah yang muncul lebih cepat dan memberikan solusi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penjualan. Evaluasi ini juga bisa menjadi dasar untuk perbaikan strategi penjualan di masa mendatang.

5. Membangun kepercayaan dan kepemimpinan yang kuat, peningkatan kualitas kepemimpinan dalam tim penjualan sangat penting untuk menciptakan suasana kerja yang lebih terbuka, mendukung, dan kolaboratif. Pemimpin yang baik dapat memberikan arahan yang jelas, memotivasi anggota tim, serta menjaga komunikasi yang lancar antar anggota. Kepemimpinan yang kuat akan memastikan bahwa tim bekerja dengan semangat yang sama dan dapat mengatasi tantangan dengan lebih efektif.
6. Mendorong kerja sama tim yang lebih solid, membangun budaya kerja sama yang solid di antara anggota tim sangat penting untuk meningkatkan kinerja penjualan secara keseluruhan. Tim yang saling mendukung, berbagi informasi, dan memiliki rasa tanggung jawab yang sama akan mampu menyelesaikan tugas mereka lebih efektif. Perusahaan dapat mengadakan kegiatan team building atau diskusi kelompok untuk meningkatkan ikatan antar anggota tim dan memperkuat rasa saling percaya.
7. Meningkatkan fokus pada semua produk, setiap produk yang dijual harus mendapatkan perhatian yang setara. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pengetahuan yang cukup mengenai setiap produk agar semua anggota tim dapat mempromosikan produk dengan cara yang efektif. Dengan memberikan perhatian yang sama terhadap setiap produk, tim penjualan dapat memperkenalkan seluruh produk kepada pelanggan dan meningkatkan peluang penjualan dari berbagai lini produk yang ada.

REFERENCES

- Andayaningsih, S., Nurinaya, & Marhumi, S. (2022). Analisis keunggulan bersaing terhadap kinerja penjualan pada PT. Wicaksana Overseas International Tbk Cabang Gowa. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 540–548.
- Bahiroh, E. (2024). *Manajemen kinerja*. Tahta Media Group.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi penelitian*. Rajawali Pers.
- Juniarti, A. T., & Putri, D. G. (2021). Faktor-faktor dominan yang memengaruhi kinerja. CV. Pena Persada.
- Priskilla, N. M. D., & Santika, I. P. (2019). Implikasi gaya kepemimpinan transformasional, iklim organisasi, dan kerjasama tim terhadap kinerja karyawan di Puri Saron Hotel Seminyak. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*, 01(1), 61–73.
- Raka, M., Sucandrawati, N. L. K. A. S., & Yusmini, N. M. (2023). Analisis kerjasama tim, kemampuan kerja, dan disiplin kerja terhadap prestasi kerja karyawan PT CIMB Niaga Finance di Cabang Renon Denpasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 24596–24605.
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulasmi, S., Yuniati, N., & Sarwono, A. W. (2023). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja penjualan gedung pertemuan (Studi di Grha Sarina Vidi Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 1739–1753.