

**PENGARUH E-TRAINING TERHADAP PENJUALAN
ONLINE DI PT AXA FINANCIAL INDONESIA DI KOTA
JAKARTA; BANDUNG; TANGERANG; SEMARANG;
YOGYAKARTA; SOLO DAN SURABAYA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:
Inggita Dellapranaya Parikesit
2012120135

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2017

THE EFFECT OF E-TRAINING TOWARDS ONLINE SALES PERFORMANCE OF PT AXA FINANCIAL INDONESIA IN JAKARTA; BANDUNG; TANGERANG; YOGYAKARTA; SEMARANG; SOLO AND SURABAYA



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete the requirements of
a Bachelor Degree in Economics

By:
Inggita Dellapranaya Parikesit
2012120135

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY
MANAGEMENT PROGRAM
Accredited Based on BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2017

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh E-training Terhadap Penjualan Online di PT AXA
Financial Indonesia di Kota Jakarta; Bandung; Tangerang;
Yogyakarta; Semarang; Solo; dan Surabaya.**

Oleh:

Inggita Dellapranaya Parikesit

2012120135

Bandung, Juli 2017

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Fransiskus Xaverius Supriyono, Drs., M.M.

PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Inggita Dellapranaya Parikesit
Tempat, tanggal lahir : Solo, 9 Mei 1994
No. Pokok Mhs./ NPM : 2012120135
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh E-training Terhadap Penjualan Online di PT AXA Financial Indonesia di Kota Jakarta; Bandung; Tangerang; Yogyakarta; Semarang; Solo; dan Surabaya.

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Fransiskus Xaverius Supriyono, Drs., M.M.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : Juli 2017

Pembuat pernyataan :



(Inggita Dellapranaya Parikesit)

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh *E-Training* Terhadap Penjualan *Online* di PT AXA Financial Indonesia di Kota Jakarta; Bandung; Tangerang; Yogyakarta; Semarang; Solo dan Surabaya” bertujuan untuk mengetahui apakah program *e-training* yang dibentuk oleh perusahaan asuransi PT AXA Financial Indonesia meningkatkan kinerja penjualan *online*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif bersifat eksplanatori, dengan pengumpulan data menggunakan angket. Angket penelitian disebar ke 20 tenaga pemasar PT AXA Financial Indonesia di Kota Jakarta; Bandung; Tangerang; Yogyakarta; Semarang; Solo; dan Surabaya yang menjabat sebagai *assistant manager*, *senior assistant manager*, *agency director* dan *assistant vice president*. Data dari angket penelitian kemudian diolah dan dianalisa menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan *e-training* meningkatkan kinerja penjualan online ditunjukkan oleh nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,887. Nilai t-hitung 2,887 berada diluar nilai t-tabel (-2,101 dan 2,101). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, kontribusi *e-training* terhadap variabel kinerja penjualan *online* yaitu 31,7%, sedangkan 68,3% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Saran yang diberikan adalah perusahaan dapat mempertimbangkan untuk memberikan *e-training* untuk tenaga pemasar pemula yang memangku jabatan *financial consultant* untuk menambah keterampilan menjual produk asuransi secara *online*.

Kata kunci: *e-training*, kinerja penjualan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Tuhan karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelas sarjana strata-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian dengan judul “Pengaruh E-Training Terhadap Penjualan Online di PT AXA Financial Indonesia di Kota Jakarta; Bandung; Tangerang; Yogyakarta; Semarang; Solo dan Surabaya” ini tentunya tidak lepas dari kekurangan, baik aspek kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan pada keterbatasan yang dimiliki penulis. Dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan, motivasi, didikan, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama ini, antara lain kepada:

1. Ibu Wijayanti dan Bapak Eko Nugroho selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa
2. Ibu Dr. M. Merry Marianti, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan
3. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra. M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan
4. Bapak Dr. FX Supriyono, M.M selaku dosen pembimbing Skripsi Manajemen Sumber Daya Manusia yang selalu menyediakan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini
5. Ibu Ria Satyarini, S.E., M.Si. selaku dosen wali penulis dan dosen-dosen Program Studi Manajemen lain yang telah mengarahkan penulis dalam menjalani seluruh rangkaian pendidikan di Program Studi Manajemen, sehingga penulis dapat sampai ke tahap penyusunan skripsi ini
6. Teman-teman penulis yang selalu hadir, memberi dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai dibuat.

Inggita Dellapranaya Parikesit

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR GAMBAR	V
DAFTAR TABEL.....	VI
DAFTAR LAMPIRAN.....	VIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN	2
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.4 MANFAAT PENELITIAN	3
1.5 KERANGKA PEMIKIRAN	3
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 PELATIHAN	6
2.1.1 Tujuan Pelatihan.....	6
2.1.2 Metode pelatihan.....	8
2.1.3 Prinsip Pelatihan.....	9
2.1.4 E-training.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.2 PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA	9
2.2.1 Tujuan Pengembangan.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.3 EFEKTIVITAS (SEBAGAI INDIKATOR TINGKAT KEBERHASILAN).....	10
2.3.1 Kriteria Pengukuran Efektivitas	10
2.3.2 Faktor yang Memengaruhi Efektivitas	10
BAB III.....	12
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	12
3.1 DESAIN DAN METODE PENELITIAN	12
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL.....	12
3.2.1. Variabel Bebas.....	13

3.2.2 Variabel Terikat	15
3.3 SUMBER DATA DAN OBJEK PENELITIAN	15
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	16
3.5 POPULASI	16
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	16
3.6.1 Uji Normalitas.....	16
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	17
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	17
3.6.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	18
BAB IV	18
PEMBAHASAN.....	18
4.1 ANALISA DESKRIPTIF KARAKTERISTIK RESPONDEN	18
4.1.1 Profil Responden.....	18
4.2 ANALISA DESKRIPTIF KATEGORI VARIABEL INDEPENDEN DAN DEPENDEN	21
4.2.1 Pencapaian Tujuan Pelatihan.....	21
4.2.2 Kesesuaian Materi Pelatihan.....	25
4.2.3 Ketepatan Prinsip Pembelajaran.....	27
4.2.4 Evaluasi	31
4.3 KINERJA PENJUALAN	33
4.4 PENGARUH <i>E-TRAINING</i> TERHADAP KINERJA PENJUALAN ONLINE DI PT AXA FINANCIAL INDONESIA.....	35
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	36
4.3.2 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	37
4.3.3 Koefisien Determinasi	38
4.3.4 Pengujian Hipotesis	39
4.5 HAMBATAN-HAMBATAN <i>E-TRAINING</i>	40
BAB V	41
KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 KESIMPULAN	41
5.2 SARAN	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	1

DAFTAR GAMBAR

gambar 1. 1 Model Penelitian	5
------------------------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Efektivitas E-training.....	13
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Dependen : Kinerja Tenaga Pemasar.....	14
Tabel 4. 1 Perbandingan Jenis Kelamin Responden	18
Tabel 4. 2 Perbandingan Usia Responden.....	19
Tabel 4. 3 Perbandingan Jabatan Responden.....	19
Tabel 4. 4 Perbandingan Masa Kerja Responden	20
Tabel 4. 5 Perbandingan Kota Domisili Responden	20
Tabel 4. 6 Tingkat Kesulitan Menjual Produk Asuransi.....	21
Tabel 4. 7 Pelatihan yang Diberikan Menambah Keterampilan Menyadur Artikel ..	22
Tabel 4. 8 Pelatihan yang Diberikan Menambah Keterampilan Membuat E-mail yang Professional.....	23
Tabel 4. 9 Pelatihan yang Diberikan Menambah Keterampilan Mengelola Sosial Media Untuk Tujuan Bisnis	23
Tabel 4. 10 Pelatihan yang Diberikan Menambah Keterampilan Dalam Melakukan Penjualan Online	24
Tabel 4. 11 Pelatihan yang Diberikan Bermanfaat Untuk Membantu Menjual Asuransi.....	25
Tabel 4. 12 Tingkat Kepentingan Materi Menyadur Artikel Terhadap Keterampilan Menjual Produk.....	25
Tabel 4. 13 Tingkat kepentingan Materi Membuat E-mail Terhadap Keterampilan Menjual Produk.....	26
Tabel 4. 14 Tingkat Kepentingan Materi Mengelola Sosial Media Terhadap Keterampilan Menjual Produk	27
Tabel 4. 15 Tingkat Kepentingan Materi Menggunakan Perangkat Elektronik (Laptop) Terhadap Keterampilan Menjual Produk	27
Tabel 4. 16 Tingkat Kepentingan Materi Pelatihan yang Diberikan Secara Keseluruhan Terhadap Keterampilan Menjual Produk.....	28
Tabel 4. 17 Kelancaran Proses Pelatihan	28

Tabel 4. 18 Kelengkapan Pengerjaan Tugas	29
Tabel 4. 19 Ketepatan Jadwal Pengumpulan Tugas.....	29
Tabel 4. 20 Tingkat Kesulitan Pelatihan	29
Tabel 4. 21 Kemampuan Menyadur Artikel Selama Pelatihan.....	29
Tabel 4. 22 Kebersediaan Menyadur Artikel Selama Pelatihan	30
Tabel 4. 23 Penggunaan Alat Bantu Sadur	30
Tabel 4. 24 Kemampuan Membuat Email untuk Nasabah Selama Masa Pelatihan ..	30
Tabel 4. 25 Kebersediaan Membuat Email Untuk Nasabah Selama Masa Pelatihan	31
Tabel 4. 26 Pengiriman Email Untuk Nasabah Sesuai Dengan Arahan Pelatih	31
Tabel 4. 27 Kemampuan Mengelola Sosial Media Selama Masa Pelatihan.....	31
Tabel 4. 28 Kebersediaan Mengelola Sosial Media Selama Masa Pelatihan	32
Tabel 4. 29 Pengelolaan Sosial Media Setelah Program Pelatihan Selesai	32
Tabel 4. 30 Kemampuan Menyadur Artikel Tanpa Aplikasi Sadur.....	32
Tabel 4. 31 Jumlah Artikel yang Diunggah Peserta Pelatihan Tanpa Bantuan Alat Sadur	33
Tabel 4. 32 Kemampuan Membuat Email yang Professional Untuk Nasabah	33
Tabel 4. 33 Jumlah Email yang Dikirimkan Untuk Nasabah.....	33
Tabel 4. 34 Kemampuan Responden Mendapat Nasabah Baru Melalui Media Sosial	34
Tabel 4. 35 Nasabah Yang Didapatkan Dari Sosial Media.....	34
Tabel 4. 36 Nasabah Yang Didapatkan Dari Luar Sosial Media.....	34
Tabel 4. 37 Tenaga Pemasar Yang Didapatkan Dari Sosial Media.....	35
Tabel 4. 38 Tenaga Pemasar Yang Didapatkan Dari Sosial Media Yang Masih Aktif Hingga Juni 2017	35
Tabel 4. 39 Tenaga Pemasar Yang Didapatkan Diluar Sosial Media.....	35
Tabel 4. 40 Tenaga Pemasar Yang Didapatkan Diluar Sosial Media Yang Masih Aktif Hingga Juni 2017	36
Tabel 4. 41 Hasil Uji Normalitas Data.....	37
Tabel 4. 42 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	38
Tabel 4. 43 Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4. 44 Pengujian Hipotesis.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Angket Penelitian

Lampiran 3 Output SPSS Uji Normalitas dan Regresi Linier Sederhana

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap individu memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman yang berbeda, pendidikan dan pengalaman ini yang kemudian membentuk karakter, pengetahuan dan kemampuan yang berbeda-beda untuk setiap individu. Karakter, pengetahuan dan kemampuan yang berbeda dari setiap individu ini menjadi modal yang dapat dikembangkan dan dikelola oleh perusahaan agar dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan. Perbedaan pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia yang berbeda-beda, sering kali menjadi hambatan bagi perusahaan untuk mengatur dan mengarahkan sumber daya manusia dalam hal ini karyawan perusahaan.

Maka dari itu untuk menyamakan standar pengetahuan dan kemampuan karyawan yang berbeda, perusahaan mengadakan program pelatihan. Program pelatihan tersebut ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan serta mengembangkan para karyawan agar dapat menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Persiapan perusahaan dalam bentuk pelatihan memang sangat penting di lakukan, karena para pesaing bisnis dewasa ini mulai berlomba-lomba memperbaharui dan mengembangkan teknik penjualan; teknik menanggapi keluhan dan pertayaan konsumen; serta teknik menarik minat konsumen terhadap suatu produk.

Program pelatihan yang selama ini dilakukan oleh perusahaan asuransi AXA ternyata memakan biaya yang tidak sedikit; menyita banyak waktu bekerja karyawan dan program pelatihan tersebut cenderung memerlukan waktu yang panjang. Waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk melatih karyawan sangat tergantung dari jumlah tenaga pemasar. Semakin banyak tenaga pemasar suatu perusahaan, otomatis waktu yang dibutuhkan untuk melatih karyawan juga semakin panjang dan biaya pelatihan juga semakin mahal. Untuk mengantisipasi semakin besarnya biaya dan waktu yang terbuang untuk sebuah program pelatihan konvensional maka dibentuklah program pelatihan berbasis internet atau *e-training*.

E-training memang terbukti membantu perusahaan baik yang berskala nasional maupun multinasional dalam hal menghemat biaya *training* yang selama ini dikeluarkan serta tidak menyita waktu karyawan untuk menghadiri *training* konvensional. Dengan demikian, *e-training* merupakan program yang dipandang tepat untuk diimplementasikan oleh perusahaan berskala nasional dan/atau multinasional, kendatipun diantara kelebihan-kelebihan tersebut, *e-training* dipandang masih memiliki sisi lemah yaitu berupa tingkat keberhasilan yang sangat tergantung kepada sumberdaya manusia pada masing-masing perusahaan.

PT AXA Financial Indonesia sebagai perusahaan asuransi berskala nasional di Indonesia mulai menggunakan pelatihan berbasis internet pada tahun 2016. Pelatihan diadakan secara serempak di beberapa kota di Indonesia antara lain : Jakarta; Bandung; Tangerang; Yogyakarta; Solo; Semarang dan Surabaya, selama kurang lebih tiga bulan. Tujuan pelatihan tersebut terutama adalah untuk meningkatkan penjualan polis secara *online*.

Setelah penulis berkesempatan mengikuti pelatihan yang diadakan oleh PT AXA Financial Indonesia di Kota Bandung, penulis memperoleh informasi mengenai hambatan yang dihadapi oleh tenaga pemasar selama proses pelatihan yang berupa kesulitan mengimplementasikan teknologi baru yang disiapkan perusahaan, sehingga proses pelatihan selama kurang lebih tiga bulan tidak/belum berjalan lancar. Maka dari itu, melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang terjadi selama proses pelatihan dan apakah hambatan-hambatan tersebut memengaruhi tujuan pelatihan.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan-pertanyaan penelitian yang muncul adalah sebagai berikut:

- Apakah materi *e-training* yang diberikan perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu menambah keterampilan tenaga pemasar untuk membantu tenaga pemasar menjual produk asuransi?
- Bagaimana kinerja penjualan *online* setelah *e-training*?
- Apakah *e-training* mempengaruhi kinerja penjualan *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi oleh tenaga pemasar AXA selama mengikuti program pelatihan *online*
- Mengetahui kinerja penjualan *online* sebagai dampak dari program *e-training* di AXA
- Mengetahui pengaruh *e-training* terhadap penjualan online PT AXA Financial Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

- Kepentingan akademis : dapat memberikan pengetahuan tentang hal yang berkaitan dengan Manajemen Insani khususnya perihal tingkat efektivitas pelatihan berbasis *online* atau *e-training*.
- Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan kontribusi kepada perusahaan asuransi di Indonesia, khususnya PT AXA Financial Indonesia dalam menentukan program pelatihan yang paling tepat untuk diberikan kepada tenaga pemasar untuk meningkatkan penjualan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Persaingan bisnis dalam hal memasarkan produk menjadi sebuah hal yang cukup rumit yang harus di hadapi oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan melalui tenaga pemasar berlomba untuk menggunakan berbagai cara untuk dapat memasarkan produknya. Menurut Phillip Kotler (1997:8), pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Agar tenaga pemasar dapat selalu memasarkan produknya secara efektif dan efisien, perusahaan memberikan pelatihan dan pengembangan diri yang dilakukan secara berkala.

Training atau pelatihan menurut Carrell dan Kuzmits (1982:282) adalah proses sistematis menyangkut cara karyawan mempelajari suatu pengetahuan (*knowledge*); ketrampilan (*skill*); kemampuan (*ability*) dan perilaku yang diarahkan pada tujuan baik pribadi maupun organisasi.

Sasaran program pelatihan perusahaan terutama adalah para tenaga pemasar yang baru masuk maupun para tenaga pemasar yang sudah terlebih dahulu bekerja di perusahaan bersangkutan. Tenaga pemasar yang baru masuk di perusahaan memiliki pengetahuan; keterampilan dan kemampuan yang berbeda-beda, sehingga apabila *tidak* disamakan dengan standar pengetahuan; keterampilan dan kemampuannya akan menjadi hambatan tersendiri bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis. Maka dari itu, umumnya pelatihan diberikan kepada para tenaga pemasar yang baru masuk. Bagi tenaga pemasar yang sudah terlebih dahulu berada di perusahaan, pelatihan dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan; keterampilan dan kemampuan mereka, sehingga para tenaga pemasar dapat menjalankan tugasnya dengan lebih efektif dan efisien.

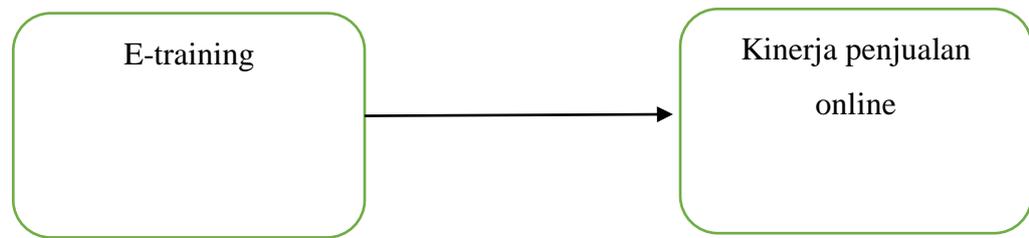
Program pelatihan yang diberikan oleh perusahaan disesuaikan dengan kebutuhan pengetahuan dan keterampilan tenaga pemasar serta tuntutan pasar. Perusahaan memberikan program pelatihan dengan sasaran yang berbeda-beda, oleh karena itu program pelatihan harus dirancang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan serta sesuai dengan kebutuhan (*needs*) tenaga pemasar yang bersangkutan.

Program pelatihan konvensional yang diadakan oleh perusahaan pada umumnya memerlukan waktu yang panjang, semakin banyak tenaga pemasar yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin panjang waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menyelesaikan program pelatihan yang sudah di rancang. Untuk mempersingkat waktu dan memudahkan proses pelatihan, perusahaan mulai mengembangkan pelatihan berbasis internet atau disebut *e-training*. *E-training* pada dasarnya sama dengan pelatihan konvensional dengan tujuan yang serupa, namun proses pelatihannya menggunakan internet sebagai alat bantu, maka dari itu *e-training* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sehingga tidak menyita waktu para tenaga pemasar.

Perusahaan mengadakan pelatihan untuk tenaga pemasar dengan harapan bahwa kinerja tenaga pemasar akan meningkat. Kinerja Menurut Soeprihanto (1996:6), adalah hasil kerja seorang pegawai selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standar, target/sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama. Kinerja tenaga pemasar dapat dilihat secara sederhana melalui hasil penjualan pada periode tertentu. Aspek-aspek kinerja meliputi: kualitas pekerjaan; kuantitas pekerjaan; kemampuan bekerja sendiri; pemahaman dan pengenalan pekerjaan; dan kemampuan memecahkan persoalan

Kerangka Pemikiran

gambar 1. 1 Model Penelitian



Sumber : olahan penulis

Atas dasar kerangka pemikiran tersebut diatas, dapat dimunculkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : *e-training* berpengaruh terhadap kinerja penjualan online para tenaga pemasar