

**PERANAN TENAGA PENJUAL (AGEN) TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN POLIS ASURANSI PRUDENTIAL PADA  
PT. INFINITEAM INDONESIA, JAKARTA**

**Debbie Cynthia<sup>1</sup>, Mustangin<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jayabaya, Jakarta, Indonesia

E-mail: debbiecynthia@yahoo.com

---

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan tenaga penjual (Agen) terhadap volume penjualan polis asuransi prudential pada PT. Infiniteam Indonesia, Jakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kuantitatif, sampel pada penelitian ini yaitu sebagian dari tenaga penjual PT. Infiniteam Indonesia, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan Kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pengolahan data sekunder dengan menggunakan analisis uji hipotesis (uji t) diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5.854 > 2.020$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 45.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 45.5%. Hal tersebut diperkuat dengan pengolahan data primer dengan menggunakan uji hipotesis (uji t) yang diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.563 > 2.003$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 50.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 50.5%.

**Kata Kunci :** Tenaga Penjual; Volume Penjualan

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the role of salespeople (agents) in the sales volume of prudential insurance policies at PT. Infiniteam Indonesia, Jakarta. The research method used in this research is quantitative descriptive research, the sample in this research is part of the sales force of PT. Infiniteam Indonesia, while the sampling technique uses the Slovin formula. The types of data used in this research are primary data and secondary data, the data collection methods used are observation, interviews and questionnaires. The data analysis techniques used in this research are simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of the research show that based on secondary data processing using hypothesis test analysis (t test), the results obtained are  $t_{count} > t_{table}$  ( $5,854 > 2,020$ ), so  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, meaning that partially there is a significant influence between the sales force on the sales volume of PT. Infiniteam Indonesia. Meanwhile, based on the results of the analysis of the coefficient of determination, a result of 45.5% was obtained, which means that the variability in sales volume of PT. Infiniteam Indonesia which occurred was caused by salespeople. In other words, the influence of the sales force variable on the sales volume of PT. Infiniteam Indonesia is 45.5%. This is strengthened by processing primary data using hypothesis testing (t test) which results in  $t_{count} > t_{table}$  ( $7,563 > 2,003$ ), so  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, meaning that partially there is a significant influence between salespeople on PT's sales volume. Infiniteam Indonesia. Meanwhile, based on the results of the analysis of the coefficient of*

---

*determination, a result of 50.5% was obtained, which means that the variability in sales volume of PT. Infiniteam Indonesia which occurred was caused by salespeople. In other words, the influence of the sales force variable on the sales volume of PT. Infiniteam Indonesia by 50.5%.*

**Keywords:** Sales Force; Sales Volume



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

## PENDAHULUAN

Menghadapi persaingan Global, perusahaan harus mensiasati persaingan yang begitu ketat, untuk menghindari penurunan penjualan. Peranan dari tenaga penjual merupakan ujung tombak dari penjualan yang dimiliki oleh perusahaan Asuransi. Adanya persaingan dapat menjadi salah satu pendorong dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar.

Peranan tenaga penjual dalam lingkup business-to-business (B2B) atau business to consumer (B2C) dalam perusahaan Asuransi sangat diperlukan. Perlu kita ingat bahwa di industri apapun, persaingan kian hari kian ketat. Pada saat bersamaan, target penjualan yang harus dipenuhi oleh seorang tenaga penjual terus naik begitu pula dengan harapan konsumen yang kian meningkat. Di lain pihak, kebijakan pemerintah mungkin akan menghadirkan tantangan baru bagi dunia industri. Sebagai contoh yang erat kaitannya dengan penelitian ini adalah kasus BPJS (*badan penyelenggara jaminan kesehatan*) dengan kehadirannya di tahun 2014, para tenaga penjual di industri asuransi harus bekerja lebih keras dan rajin memutar otak untuk meningkatkan volume penjualan mereka.

Penjualan, merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan.

Banyak orang Indonesia dahulu, merasa tidak percaya dan tidak membutuhkan sebuah asuransi kesehatan dan jiwa untuk memproteksi diri mereka di masa yang akan datang. Hal ini disebabkan oleh paradigma mereka yang buruk akan perusahaan asuransi atau agen asuransi (tenaga penjual) di zaman dulu. Pada tahun 1998, terjadi krisis moneter di Indonesia. Pada saat itu tidak sedikit tenaga penjual asuransi jiwa membawa kabur uang nasabah mereka untuk kepentingan pribadinya, atau bisa jadi penyebab lainnya berdasar cerita dari kerabat calon nasabah bahwa di beberapa perusahaan asuransi tertentu sulit untuk mengeluarkan klaim sehingga kebanyakan dari mereka (nasabah) berasumsi bahwa tidak penting bahkan merasa tidak baik untuk membuka polis asuransi untuk diri mereka masing-masing karena mereka takut tertipu oleh suatu perusahaan asuransi.

Terjadinya fenomena akan ketidakpercayaan masyarakat Indonesia terhadap asuransi tidak lepas dari peran tenaga penjual asuransi (agen/sales force) tersebut. Citra atau *image* yang diproyeksikan oleh tenaga penjual merupakan citra perusahaan itu sendiri, namun kurangnya perhatian pada personil pemasaran dapat menjadi masalah. Hal ini disebutkan mengingat seorang agen asuransi atau sales adalah seseorang yang menjadi bagian penting didalam suatu perusahaan

karena dia berada di garis terdepan perusahaan yang berhubungan langsung dengan para konsumen. Jadi, apapun yang dilakukan oleh tenaga penjual asuransi tersebut akan merefleksikan perusahaan di mata para nasabah. Maka dari itu bagi sebagian orang yang pernah merasakan imbas langsung perlakuan seorang agen asuransi dari kejadian krisis di sekitar tahun 1998-2000 masih berbekas dan terasa buruk di mata mereka.

Dewasa ini, industri Asuransi di Indonesia sudah berkembang, citra merk asuransi dan tenaga pemasarnya pun sudah kembali mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia, hal ini terjadi karena banyak agen (*sales force*) yang berusaha untuk memperbaiki citra dirinya sebagai agen asuransi yang profesional dan bertanggung jawab, sehingga mereka merefleksikan produk dari perusahaan asuransi yang akan mereka jual ke masyarakat. Sehingga pada saat ini sudah banyak orang yang kembali berpikiran terbuka soal agen asuransi, yang dulunya berfikir negatif sekarang kembali menjadi positif, dan banyak juga orang Indonesia yang sudah sadar akan pentingnya memiliki polis asuransi jiwa.

Tenaga penjual (*sales force*), dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan perlu dicermati dalam mengkomunikasikan antara produk, dengan konsumen. Kesuksesan perusahaan dalam mengelola segala sumber daya yang berkaitan dengan tenaga penjualan, akan mendukung keberhasilan perusahaan itu dalam mencapai tujuannya. Salah satu tujuan utama dari pengukuran tenaga kerja penjual adalah mencapai penjualan produk berkelanjutan yang pada akhirnya untuk mempertahankan penjualan dalam jangka panjang sesuai dengan tujuan perusahaan. Ketatnya persaingan antar satu agency pemasaran mandiri ke agency yang lain membuat perusahaan harus menambah atau memperbanyak sales force sebagai instrumen utama perusahaan dalam menjual produk polisnya. PT. Infiniteam Indonesia sebagai kantor pemasaran mandiri untuk melakukan penjualan polis asuransi jiwa Prudential, selalu mengadakan pelatihan setiap minggu untuk mensupport agen dan memotivasinya, dengan harapan meningkatnya jumlah tenaga kerja atau agen tersebut berpengaruh terhadap kenaikan volume penjualan polis.

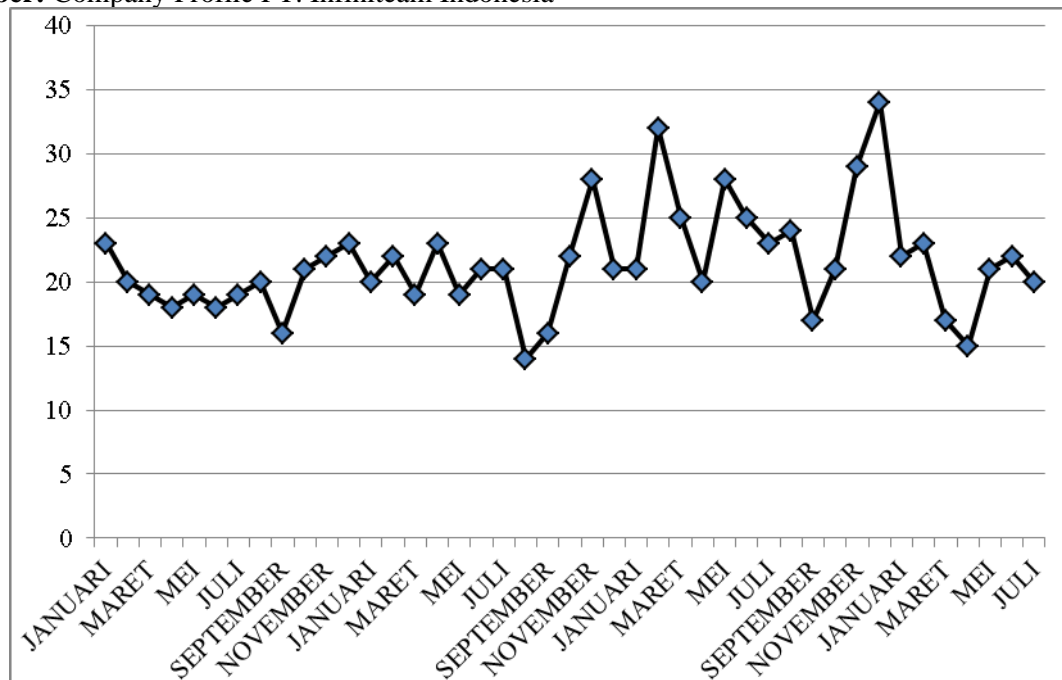
Ada masalah penjualan di PT. Infiniteam Indonesia dimana penjualan cenderung turun seperti dalam tabel berikut :

#### Perkembangan Tenaga Penjual dan Volume Penjualan Periode 2019 Sampai Dengan 2022

Tahun	Bulan	Tenaga Penjual (Orang)	Volume Penjualan (Rp)
2019	JANUARI	23	Rp 1,087,546,783
	FEBRUARI	20	Rp 976,576,543
	MARET	19	Rp 844,567,324
	APRIL	18	Rp 732,480,900
	MEI	19	Rp 755,648,500
	JUNI	18	Rp 600,576,855
	JULI	19	Rp 632,087,980
	AGUSTUS	20	Rp 776,897,095
	SEPTEMBER	16	Rp 445,676,534
	OKTOBER	21	Rp 678,576,900
	NOVEMBER	22	Rp 771,452,346
	DESEMBER	23	Rp 899,078,654
2020	JANUARI	20	Rp 555,435,645
	FEBRUARI	22	Rp 765,600,986
	MARET	19	Rp 435,444,678
	APRIL	23	Rp 756,889,055
	MEI	19	Rp 545,667,456
	JUNI	21	Rp 512,354,670
	JULI	21	Rp 448,769,050

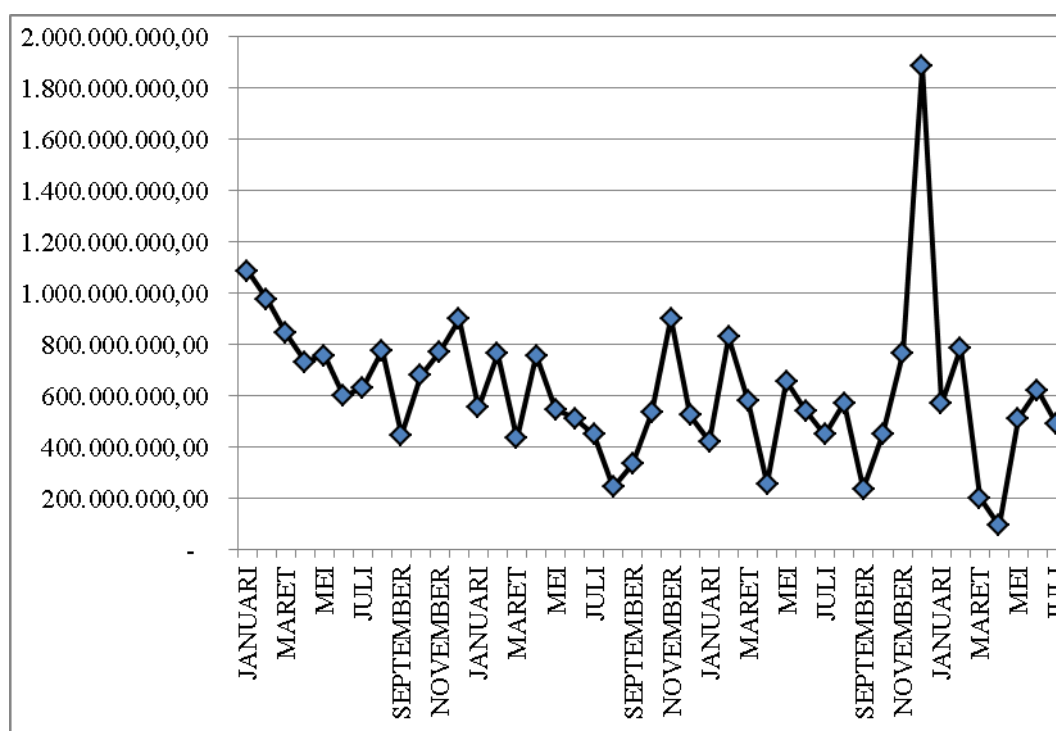
2021	AGUSTUS	14	Rp	243,566,784
	SEPTEMBER	16	Rp	335,477,890
	OKTOBER	22	Rp	533,456,734
	NOVEMBER	28	Rp	900,867,435
	DESEMBER	21	Rp	523,480,760
	JANUARI	21	Rp	422,927,757
	FEBRUARI	32	Rp	828,379,163
	MARET	25	Rp	582,755,957
	APRIL	20	Rp	256,265,238
	MEI	28	Rp	657,756,280
	JUNI	25	Rp	542,935,915
	JULI	23	Rp	450,590,016
2022	AGUSTUS	24	Rp	571,480,165
	SEPTEMBER	17	Rp	238,149,738
	OKTOBER	21	Rp	450,363,126
	NOVEMBER	29	Rp	767,440,599
	DESEMBER	34	Rp	1,886,535,137
	JANUARI	22	Rp	570,127,369
	FEBRUARI	23	Rp	786,006,575
	MARET	17	Rp	202,980,819
	APRIL	15	Rp	93,781,894
	MEI	21	Rp	511,013,103
	JUNI	22	Rp	622,364,344
	JULI	20	Rp	489,994,537

Sumber: Company Profile PT. Infiniteam Indonesia



Gambar 1 Grafik Perkembangan Tenaga Penjual Periode 2019 Sampai Dengan 2022

Sumber : Data sekunder diolah oleh penulis, 2022



**Gambar 2** Grafik Perkembangan Volume Penjualan Periode 2019 Sampai Dengan 2022

**Sumber:** Data sekunder diolah oleh penulis, 2019

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif, dimana metode ini menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel yang diteliti kemudian dianalisa dengan menggunakan pengujian hipotesis dan dibandingkan dengan teori-teori yang ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Tenaga Penjual terhadap Volume Penjualan Berdasarkan Data Sekunder

Berdasarkan hasil uji hipotesis antara Tenaga penjual Terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5.854 > 2.020$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien regresi yang digunakan untuk memperkirakan secara sistematis tentang apa yang mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu, sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Regresi sederhana antara variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia, diperoleh model regresi yaitu :  $\hat{Y} = -4.036 + 4.772X$ . Konstanta sebesar -4.036 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel Tenaga penjual maka Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia mengalami penurunan sebesar 4.036. Koefisien regresi sebesar 4.772 menyatakan bahwa setiap penambahan satu orang Tenaga penjual maka akan memberikan kontribusi terhadap kenaikan Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar Rp. 4.772.000,-.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara tenaga penjual Terhadap volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Diperoleh hasil nilai korelasi antara tenaga penjual dengan volume penjualan PT. Infiniteam

Indonesia adalah sebesar 0.675, hal ini berarti hubungan tenaga penjual terhadap volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia kuat dan positif.

Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan (*share*) pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Adapun hasil dari proses perhitungan dilakukan diperoleh hasil sebesar 45.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 45.5%.

#### **Pengaruh *Citra Merek* terhadap Volume Penjualan Berdasarkan Data Primer**

Berdasarkan hasil uji hipotesis antara *Citra Merek* Terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.349 > 2.003$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *Citra Merek* terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien regresi yang digunakan untuk memperkirakan secara sistematis tentang apa yang mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu, sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Regresi sederhana antara variabel *Citra Merek* terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia, diperoleh model regresi yaitu:  $\hat{Y} = 5.602 + 0.296X$ . Konstanta sebesar 5.602 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel *Citra Merek* maka Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia adalah 5.602. Koefisien regresi sebesar 0.296 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai *Citra Merek* maka akan memberikan kenaikan Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 0.296.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara *Citra Merek* Terhadap volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Diperoleh hasil nilai korelasi antara *Citra Merek* dengan volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia adalah sebesar 0.299, hal ini berarti hubungan *Citra Merek* terhadap volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia rendah dan positif.

Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan (*share*) pengaruh variabel *Citra Merek* terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Adapun hasil dari proses perhitungan dilakukan diperoleh hasil sebesar 9%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh *Citra Merek*. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel *Citra Merek* terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 9%.

#### **Pengaruh Tenaga Penjual terhadap Volume Penjualan Berdasarkan Data Primer**

Berdasarkan hasil uji hipotesis antara Tenaga penjual Terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.563 > 2.003$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien regresi yang digunakan untuk memperkirakan secara sistematis tentang apa yang mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu, sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Regresi sederhana antara variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia, diperoleh model regresi yaitu:  $\hat{Y} = -6.798 + 0.514X$ . Konstanta sebesar -6.798 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel Tenaga penjual maka Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia mengalami penurunan sebesar 6.798. Koefisien regresi sebesar 0.514 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai positif kinerja Tenaga penjual maka akan dapat memberikan kenaikan Volume penjualan terhadap PT. Infiniteam Indonesia sebesar 0.514 satu satuan.



Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara tenaga penjual Terhadap volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Diperoleh hasil nilai korelasi antara tenaga penjual dengan volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia adalah sebesar 0.711, hal ini berarti hubungan tenaga penjual terhadap volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia kuat dan positif.

Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan (*share*) pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Adapun hasil dari proses perhitungan dilakukan diperoleh hasil sebesar 50.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 50.5%.

### **Pengaruh *Citra Merek* dan Tenaga Penjual Terhadap Variabel Volume Penjualan Secara Simultan Berdasarkan Data Primer**

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  29.517. Sedangkan harga kritis nilai  $F_{tabel}$  pada Sebesar 95% ( $\alpha = 0.05$ ) sebesar 3.162. Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga jelas  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama *Citra Merek* dan Tenaga penjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk memperkirakan secara sistematis tentang apa yang mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu, dengan tujuan untuk memperkecil kesalahan yang akan terjadi di masa depan. Regresi linier berganda antara variabel *Citra Merek* ( $X_1$ ), dan variabel Tenaga penjual ( $X_2$ ) terhadap Variabel Volume penjualan ( $Y$ ), diperoleh persamaan  $\hat{Y} = -9.970 + 0.114 X_1 + 0.491 X_2$ . Persamaan tersebut menginformasikan bahwa kecenderungan perubahan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Konstanta  $a$  sebesar -9.970 menunjukkan jika tidak terjadi perubahan pada *Citra Merek* dan Tenaga penjual maka Volume penjualan terjadi penurunan sebesar 9.970.
- b. Setiap peningkatan 1 skor variabel *Citra Merek* berpengaruh terhadap peningkatan variabel Volume penjualan sebesar 0.114 skor dengan asumsi variabel lainnya nilainya konstan.
- c. Setiap peningkatan 1 skor variabel Tenaga penjual berpengaruh terhadap peningkatan variabel Volume penjualan sebesar 0.491 skor dengan asumsi variabel lainnya nilainya konstan.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan (*share*) *Citra Merek* dan Tenaga penjual secara simultan terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia nilai ( $r^2$ ) sebesar 50%, yang memberikan arti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh *Citra Merek* dan Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh *Citra Merek* ( $X_1$ ) dan Tenaga penjual secara simultan terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia adalah sebesar 50%.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa berdasarkan pengolahan data sekunder dengan menggunakan uji hipotesis (uji  $t$ ) diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5.854 > 2.020$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 45.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 45.5%.

Hal tersebut dikuatkan dengan pengolahan data primer dengan menggunakan uji hipotesis (uji  $t$ ) yang diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.563 > 2.003$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 50.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam

Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 50.5%.

*Citra Merek* Prudential mempunyai peran dalam membantu tenaga pemasar untuk menjual polis. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan (*share*) pengaruh variabel *Citra Merek* terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Adapun hasil dari proses perhitungan dilakukan diperoleh hasil sebesar 9%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh *Citra Merek*. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel *Citra Merek* terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 9%.

Hal tersebut senada dengan hasil wawancara penulis dengan Phan Dhanny Wijaya yang mengatakan bahwa “Sangat berpengaruh dan cenderung calon nasabah sudah yakin kekuatan keuangan dari Prudential Life Assurance, sehingga tenaga pemasar dari Infiniteam Agency lebih mudah menjual polis asuransi Prudential. Berbanding terbalik andai kata kami membawa *Citra Merek* seperti Bakrie Life, yang sudah bangkrut karena tidak kuat secara keuangan oleh sebab pengelolaan perusahaan yang buruk.”

Berdasarkan uraian di atas maka penulis berpendapat bahwa berdasarkan pengolahan data primer diketahui jika terjadi penambahan tenaga penjual maka akan berpengaruh terhadap volume penjualan, sedangkan berdasarkan pengolahan data primer diketahui bahwa jika terjadi peningkatan pada performance tenaga penjual maka akan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Uraian tersebut memberikan arti bahwa dengan bertambahnya tenaga penjual harus diiringi dengan peningkatan performance dari tenaga penjual tersebut maka akan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjual. Peningkatan terhadap penjualan tenaga penjual tidak semata-mata hanya dari peningkatan performance saja melainkan terdapat peran dari *Citra Merek*, hal tersebut diketahui dari hasil pengolahan data primer yang diketahui *Citra Merek* mempunyai peranan sebesar 9% terhadap peningkatan volume penjualan. Adapun peran *Citra Merek* terhadap volume penjualan terbilang kecil disebabkan karena kurang yakinnya tenaga penjual terhadap brand yang mereka pasarkan, untuk meningkatkan volume penjualan tersebut maka tenaga penjual harus merasa yakin terhadap brand yang mereka jual.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data sekunder diperoleh hasil bahwa terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara tenaga penjual terhadap volume penjualan, hal tersebut diketahui dari hasil analisis uji hipotesis (uji t) diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5.854 > 2.020$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 45.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 45.5%.

Berdasarkan analisis data primer diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tenaga penjual terhadap volume penjualan, hal tersebut diketahui dari uji hipotesis (uji t) diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.563 > 2.003$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia. Sedangkan berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 50.5%, yang berarti bahwa variabilitas Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia yang terjadi disebabkan oleh Tenaga penjual. Dengan kata lain bahwa pengaruh variabel Tenaga penjual terhadap Volume penjualan PT. Infiniteam Indonesia sebesar 50.5%.



## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha. Dan Handoko, T. Hani, 2012, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler dan Keller, 2012, *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice. Hall.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2012, *Principles Of Marketing, Global Edition*,. 14 Edition, Pearson Education.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud, 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- Masyhuri dan M. Zainuddin, 2009, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, Bandung : PT RefikaAditama, 2009.
- Siregar, S., 2010, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Kencana.
- Soeprajitno, Hendra, Et.al, 2015, *Iam Marketeers*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Soifan, Assauri, 2011, “*Strategic Management, Sustainable Competitive Advantages*”, Jakarta : Lembaga Management Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sugars, Bradley J., 2014, *Instant Sales*. Jakarta : Kesaint Blanc.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_, 2012, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Zalukhu, Eloy, 2015, *Sales Warrior*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Fachira, Nurul Rizki, 2019, “*Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Pajero Sport Pada PT. Bosowa Berlian Motor*”, Fakultas Ekonomi Universitas Hasanudin.
- Masyhar, Ahmad Thontowi, 2019, “*Pengaruh Sales Promotion Dan Direct Marketing Terhadap Volume Penjualan Pada MC. Plastik Surabaya*”, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Mustikarillah, Rizki Nurafdal, 2018, “*Pengaruh Brand image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Pada PT. Hadji Kalla di Makassar*”, Fakultas Ekonomi Universitas Hasanudin.
- Ningtyas, Septi Ari, 2019, “*Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT. Indofarma Global Medika Surabaya*”, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jember.
- Utari, Woro, 2018, “*Analisis Strategi Marketing Mix PT. Combiphar Serta Pengaruh Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*”, Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma.