

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi lampu dimulai pada 150 tahun yang lalu dengan diperkenalkannya lampu busur di Inggris pada tahun 1835, diikuti oleh bola lampu pijar pada tahun 1879, *fluorescent lamps* pada tahun 1930, *compact fluorescent lamps* (CFL) pada tahun 1985, dan *light-emitting diode* (LED) pada tahun 1962 (energy.gov, 2013). Proses evolusi ini memberikan landasan untuk proyeksi kebutuhan pencahayaan di Indonesia pada tiga kategori pengguna yaitu rumah tangga, profesional, dan penggunaan di luar ruangan seperti lampu jalan dan pencahayaan luar lainnya. Dalam sektor perumahan, jumlah unit pencahayaan diperkirakan akan tumbuh sebesar 2,7% setiap tahunnya, meningkat dari 334,4 juta unit pada tahun 2019 menjadi 446,2 juta unit pada tahun 2030. Untuk penggunaan lampu LED dalam di sektor perumahan sudah mencapai 43,5% pada tahun 2019, dengan proyeksi mencapai 100% pada tahun 2030. Selain itu, dalam sektor profesional, terdapat rencana transisi penuh menuju pencahayaan LED yang akan menggantikan CFL dan lampu fluoresen linear. Di lingkungan luar ruangan, penggunaan pencahayaan LED sudah mencapai tingkat 85,5% pada tahun 2019 dan diperkirakan dapat mencapai 100% pada tahun 2030 (Prita Srikandi et al., n.d.). Menurut survey Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa sekitar 89% rumah tangga perkotaan dan 86% rumah tangga pedesaan telah menggunakan lampu hemat energi pada tahun 2021. Hasil survey ini mencerminkan peningkatan kesadaran akan kebutuhan solusi lampu hemat energi yang semakin meningkat di berbagai sektor di Indonesia.

PT Fullmoon Jaya Abadi adalah perusahaan perdagangan elektronik yang didirikan pada tahun 2019 di Jakarta. PT Fullmoon Jaya Abadi menyediakan berbagai produk dan layanan yang mencakup berbagai bidang bisnis seperti keamanan, pencahayaan, bahan bangunan, dan bidang bisnis lainnya. Dalam bisnisnya, PT Fullmoon Jaya Abadi ini juga telah membuka cabang di berbagai kota di Indonesia, termasuk Jakarta, Bogor, Bekasi, Depok, Tangerang, Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Solo, Surabaya, Malang, Jember, Kediri, Bali, Medan, Pekanbaru, Kepulauan Riau, Padang, Palembang, Lampung, Makassar, Manado, Pontianak,

Banjarmasin, Balikpapan, dan Papua. Objek penelitian dalam Tugas Akhir ini adalah PT Fullmoon Jaya Abadi Sub Bekasi. Adapun Sub Bekasi dibagi ke dalam beberapa wilayah yaitu Bekasi Kota, Bekasi Kabupaten, dan Jakarta Timur. PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi memiliki produk yang dijual yaitu lampu dengan merek Megaman.



Gambar I. 1 Produk PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi

Divisi sales memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan dan merupakan ujung tombak dalam menghasilkan pendapatan serta memastikan kelangsungan bisnis. Divisi sales merupakan garis depan penghubung langsung perusahaan dengan distributor. Tabel I.1 menunjukkan data jumlah karyawan sales PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi tahun 2022.

Tabel I. 1 Jumlah Karyawan Sales PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi Tahun 2022

(Sumber: PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi, 2022)

Jumlah Karyawan		Jam Kerja
Jumlah	Status	
10	PKWTT	9 Jam (08:00 - 17.00)

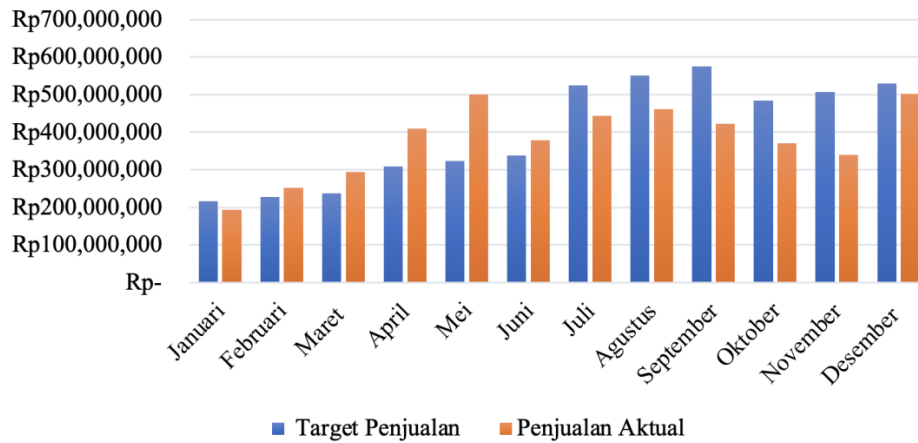
Informasi lebih lanjut mengenai *job requirement*, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan masa kerja di PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi ditunjukkan pada Tabel I.2.

Tabel I. 2 Profil Karyawan Sales  
(Sumber: PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi, 2022)

No	Keterangan
1	<i>Job Requirement</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pria/Wanita</li> <li>• Pendidikan minimal SMA/SMK</li> <li>• Usia maksimal 35 tahun</li> <li>• Berpengalaman dibidang <i>retail</i> elektrikal minimal 1 tahun</li> <li>• Mempunyai SIM C dan kendaraan</li> <li>• Berpenampilan menarik</li> <li>• Mampu bekerja dalam tim</li> <li>• Mampu berkomunikasi dengan baik</li> </ul>
2	Gender
	Pria: 10 orang
3	Tingkat Pendidikan
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SMA/SMK: 2 orang</li> <li>• D1 – D4: 6 orang</li> <li>• S1: 2 orang</li> </ul>
4	Masa Kerja
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 – 12 bulan: 4 orang</li> <li>• 1 – 3 tahun: 6 orang</li> </ul>

Berdasarkan hasil diskusi dengan *problem owner*, PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi melakukan strategi pemasaran dan promosi produk lewat iklan di media sosial dan media cetak. Selain itu perusahaan juga aktif mengikuti *event-event* seperti pameran elektrikal dan *supplier* kontraktor di berbagai daerah dan nasional. Berikut merupakan data target dan aktual penjualan PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi tahun 2022.

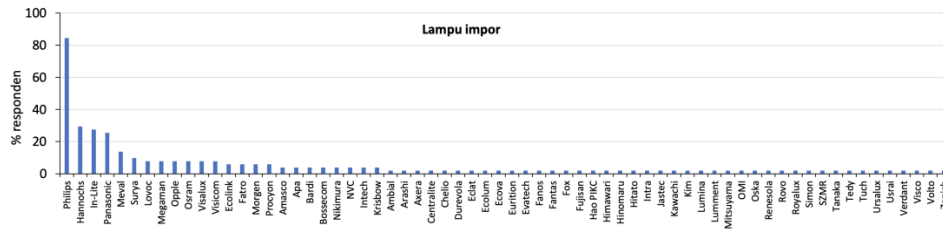
### Target Penjualan dan Penjualan Aktual Area Bekasi Tahun 2022



Gambar I. 2 Target Penjualan dan Penjualan Aktual Area Bekasi Tahun 2022  
(Sumber: PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi, 2022)

Berdasarkan Gambar I.2 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi yang signifikan pada pencapaian target penjualan lampu PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi tahun 2022. Penjualan lampu yang dapat mencapai target perusahaan hanya pada bulan Februari, Maret, April, Mei, dan Juni. Akan tetapi, pada bulan lainnya, perusahaan belum dapat mencapai target penjualan lampu.

Berdasarkan *interview* bersama *sales supervisor* terdapat beberapa faktor yang menyebabkan belum tercapainya target penjualan. Salah satu faktor yang teridentifikasi adalah sulitnya persaingan dengan *brand* kompetitor dalam memasarkan dan menjual produk. Hal ini disebabkan oleh *brand* lampu Megamen tergolong baru dibandingkan dengan merek-merek lain yang telah lama beredar di pasar seperti Phillips, Hannochs, dan In-lite. Berikut merupakan data survey merek lampu impor yang paling laku menurut Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral tahun 2022.



Gambar I. 3 Hasil Survey Merek Lampu Impor yang Paling Laku

(Sumber: Kementerian Energi dan Sumber Daya Manusia, 2022)

Gambar I.4 menunjukkan data hasil survey merek lampu impor yang paling laku terjual pada tahun 2022. Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa *brand* Philips menempati posisi pertama sebagai merek lampu impor yang paling laku terjual sedangkan *brand* Megamen berada pada posisi kedelapan. Dapat diketahui pula bahwa terdapat 65 kompetitor lampu Mengamen, hal ini menunjukkan adanya kompetisi yang ketat dalam industri lampu.

Selain itu, penyebab penjualan belum dapat mencapai target yaitu perusahaan masih mengandalkan proses administrasi karyawan sales secara manual dengan menggunakan dokumen fisik, seperti pelaporan data penjualan, laporan kerja yang terdiri dari data *base* toko, data *purchase order* (PO) toko, *form* PO, *form* pembukaan *new dealer*.

Ketidapaian target penjualan didukung dengan data hasil penilaian kinerja karyawan berdasarkan *key performance indicator* selama tahun 2022. *Key performance indicator* (KPI) dapat digunakan sebagai dasar untuk mengukur bagaimana seorang karyawan sales dapat mencapai target yang telah ditetapkan dan mengukur kontribusinya terhadap perusahaan secara lebih kuantitatif yang terdiri dari *sell in lighting* dan *new open dealer*. *Sell in lighting* merupakan *jobdesk* sales dalam menjual produk lampu kepada toko eksisting dan toko baru. Berikut merupakan data kinerja karyawan sales berdasarkan *key performance indicator* (*sell in lighting*) setiap karyawan sales tahun 2022.

Bulan	Sales A		Sales B		Sales C		Sales D		Sales E	
	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual
JAN	Rp 30,000,000	Rp 40,680,471	Rp 30,000,000	Rp 42,579,944	Rp 30,000,000	Rp 27,397,962	Rp 30,000,000	Rp 38,593,824	Rp 30,000,000	Rp 23,369,386
FEB	Rp 52,884,612	Rp 52,268,139	Rp 55,553,927	Rp 31,905,405	Rp 35,617,351	Rp 41,291,716	Rp 50,171,971	Rp 20,233,982	Rp 30,380,202	Rp 30,487,315
MAR	Rp 67,948,581	Rp 94,505,991	Rp 41,477,027	Rp 38,330,445	Rp 53,679,231	Rp 37,983,222	Rp 26,304,177	Rp 56,946,230	Rp 39,633,510	Rp 21,088,074
APR	Rp 122,857,788	Rp 171,285,437	Rp 49,829,579	Rp 78,762,375	Rp 49,378,189	Rp 49,320,797	Rp 74,030,099	Rp 20,672,718	Rp 27,414,496	Rp 51,216,260
MEI	Rp 222,671,068	Rp 133,816,492	Rp 102,391,088	Rp 98,211,859	Rp 64,117,036	Rp 56,398,600	Rp 26,874,533	Rp 62,606,260	Rp 66,581,138	Rp 43,326,055
JUN	Rp 173,961,440	Rp 115,137,255	Rp 127,675,417	Rp 53,807,398	Rp 73,318,180	Rp 38,408,900	Rp 81,388,138	Rp 58,513,217	Rp 56,323,872	Rp 21,786,775
JUL	Rp 149,678,432	Rp 145,042,279	Rp 69,949,617	Rp 65,444,637	Rp 49,931,570	Rp 43,643,219	Rp 76,067,182	Rp 36,685,249	Rp 28,322,808	Rp 30,620,913
AGU	Rp 188,554,963	Rp 91,998,388	Rp 85,078,028	Rp 51,323,778	Rp 56,736,185	Rp 82,451,750	Rp 47,690,824	Rp 124,321,755	Rp 39,807,187	Rp 50,235,940
SEP	Rp 119,597,904	Rp 53,864,440	Rp 66,720,911	Rp 43,123,840	Rp 107,187,275	Rp 34,856,110	Rp 161,618,282	Rp 139,066,572	Rp 65,306,722	Rp 58,769,578
OKT	Rp 70,023,772	Rp 70,593,068	Rp 56,060,992	Rp 56,593,210	Rp 45,312,943	Rp 24,583,021	Rp 180,786,544	Rp 91,920,074	Rp 76,400,451	Rp 27,463,023
NOV	Rp 91,770,988	Rp 65,593,068	Rp 73,571,173	Rp 48,473,921	Rp 31,957,927	Rp 14,802,385	Rp 119,496,096	Rp 75,930,462	Rp 35,701,930	Rp 19,437,540
DES	Rp 85,270,988	Rp 91,947,331	Rp 63,016,097	Rp 42,092,038	Rp 19,243,101	Rp 58,929,321	Rp 98,709,601	Rp 133,019,278	Rp 25,268,802	Rp 27,743,913

Gambar I. 4 Key Performance Indicator Sell in Lighting Tahun 2022

Bulan	Sales F		Sales G		Sales H		Sales I		Sales J	
	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Target Penjualan	Penjualan Aktual
JAN	Rp 30,000,000	Rp 21,262,112								
FEB	Rp 27,640,746	Rp 49,694,760								
MAR	Rp 64,603,188	Rp 58,078,430								
APR	Rp 75,501,959	Rp 55,559,701	Rp 5,000,000	Rp 1,302,911	Rp 5,000,000	Rp 3,552,125				
MEI	Rp 72,227,611	Rp 85,620,582	Rp 1,693,784	Rp 9,105,317	Rp 4,617,763	Rp 11,166,087				
JUN	Rp 111,306,757	Rp 77,920,473	Rp 11,836,912	Rp 5,018,226	Rp 14,515,913	Rp 8,221,236				
JUL	Rp 101,296,615	Rp 92,451,750	Rp 6,323,694	Rp 15,802,841	Rp 10,687,607	Rp 10,374,289	Rp 5,000,000	Rp 2,658,776	Rp 5,000,000	Rp 1,439,573
AGU	Rp 120,187,275	Rp 32,769,578	Rp 20,543,693	Rp 10,765,240	Rp 13,488,576	Rp 9,292,650	Rp 3,456,409	Rp 5,527,381	Rp 1,871,445	Rp 2,596,896
SEP	Rp 42,600,451	Rp 47,503,752	Rp 13,994,812	Rp 18,402,845	Rp 12,080,445	Rp 12,940,561	Rp 7,185,595	Rp 6,321,749	Rp 3,375,965	Rp 7,319,365
OKT	Rp 61,754,878	Rp 52,465,384	Rp 23,923,699	Rp 14,894,875	Rp 16,822,729	Rp 15,325,834	Rp 8,218,274	Rp 13,759,318	Rp 9,515,175	Rp 3,514,379
NOV	Rp 68,204,999	Rp 46,980,547	Rp 19,363,338	Rp 19,098,278	Rp 19,923,584	Rp 22,126,745	Rp 17,887,113	Rp 10,328,463	Rp 4,568,693	Rp 16,954,320
DES	Rp 61,074,711	Rp 41,083,294	Rp 24,827,761	Rp 22,912,312	Rp 28,764,769	Rp 35,321,932	Rp 13,427,002	Rp 38,214,902	Rp 22,040,616	Rp 10,842,353

Gambar I. 5 Key Performance Indicator Sell in Lighting Tahun 2022

Gambar I.4 dan I.5 menunjukkan data target dan penjualan aktual pada kategori *sell in lighting* setiap karyawan sales PT. Fullmoon Jaya Abadi Bekasi pada tahun 2022. Terdapat penambahan jumlah karyawan sales pada bulan April dan Juli. Penetapan target setiap karyawan sales didasarkan pada pencapaian penjualan bulan sebelumnya ditambah dengan 30% dari pencapaian penjualan tersebut. Pada gambar dapat diketahui bahwa karyawan sales masih belum dapat mencapai target individu yang telah ditetapkan perusahaan.

*New open dealer* adalah *jobdesk* sales dalam menjual produk lampu ke toko baru yang sebelumnya belum pernah membeli produk perusahaan. Berikut merupakan hasil *key performance indicator (new open dealer)* setiap karyawan sales tahun 2022.

No	Sales	Target Toko	New Open Dealer											
			JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU	SEP	OKT	NOV	DES
1	Sales A	7	2	0	5	2	2	3	5	7	3	1	9	3
2	Sales B	7	2	4	8	6	9	5	8	6	4	1	5	5
3	Sales C	7	5	1	4	3	1	4	3	9	3	2	7	7
4	Sales D	7	3	9	6	7	4	4	5	2	1	7	7	2
5	Sales E	7	8	6	4	6	7	10	6	7	3	4	2	7
6	Sales F	7	10	3	4	8	7	3	2	9	4	3	0	3
7	Sales G	3				0	1	1	4	5	1	2	2	2
8	Sales H	3				0	0	1	2	8	1	2	3	5
9	Sales I	3						1	2	1	2	3	4	
10	Sales J	3						0	1	1	1	2	3	

Gambar I. 6 Key Performance Indicator New Open Dealer Tahun 2022

(Sumber: PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi, 2022)

Gambar I.6 menunjukkan hasil penilaian kinerja karyawan sales pada kategori *new open dealer* setiap karyawan sales PT. Fullmoon Jaya Abadi Bekasi pada tahun 2022. Karyawan lama perusahaan memiliki target sebanyak 7 toko sedangkan karyawan baru memiliki target sebanyak 3 toko. Berdasarkan hasil *key performance indicator*, dapat disimpulkan bahwa karyawan sales baik pada kategori *sell in lighting* dan *new open dealer* masih belum dapat mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

Untuk meninjau lebih dalam terkait permasalahan yang terjadi terhadap ketidakcapaian karyawan sales dilakukan analisa penilaian kinerja. Penilaian kinerja individu karyawan sales yang dimaksud mencakup kompetensi karyawan sales di PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi terdiri dari *product knowledge*, keterampilan komunikasi, *initiative and aggressiveness*, *customer oriented selling*, *appearance and manner*, dan *attitude*. Berikut merupakan hasil penilaian kinerja karyawan sales dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I. 3 Penilaian Kinerja Karyawan Sales  
(Sumber: PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi, 2022)

No	Karyawan	<i>Product Knowledge</i>	<i>Keterampilan Komunikasi</i>	<i>Initiative and Aggressiveness</i>	<i>Customer Oriented Selling</i>	<i>Appearance and Manner</i>
1	Sales A	85	85	80	75	90
2	Sales B	85	80	70	75	90
3	Sales C	80	80	75	60	90
4	Sales D	85	80	80	70	90
5	Sales E	80	70	75	65	90
6	Sales F	85	75	70	70	90
7	Sales G	75	75	70	60	90
8	Sales H	75	75	60	60	90
9	Sales I	70	70	60	60	90
10	Sales J	70	70	60	60	90
Rata-Rata		79	76	70	66	90

Nilai *score* tersebut dikategorisasi berdasarkan standar kategori yang telah ditetapkan perusahaan. Berikut merupakan standar kategori penilaian kinerja karyawan sales.

Tabel I. 4 Kategori Penilaian Kinerja Individu  
(Sumber: PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi, 2022)

Rentang Nilai	Kategori
< 60	Sangat Kurang
60 - 79	Kurang
80 – 89	Cukup
90 - 99	Baik
$\geq$ 100	Sangat Baik



Tabel I.3 menunjukkan penilaian kinerja individu karyawan sales untuk setiap kompetensi. Dapat diketahui dari penilaian kinerja, *customer oriented selling* merupakan kompetensi yang memiliki rata-rata yang paling rendah dengan nilai sebesar 66.

Dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, perusahaan perlu mempertimbangkan *gap* kompetensi karyawan dengan melihat sejauh mana karyawan memiliki kompetensi yang diharapkan oleh perusahaan. Untuk mengetahui *gap* antara harapan perusahaan dan kenyataan dari penguasaan karyawan sales, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada tiga orang yang menjabat sebagai *Sales Supervisor* dan 10 karyawan sales. Di mana kuesioner tersebut menggunakan skala pengukuran 1-5 yang dibagi atas tingkat harapan dan kenyataan. Skala pengukuran untuk masing-masing kuesioner tingkat harapan dan tingkat kenyataan, dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel I. 5 Skala Pengukuran Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan

Skala	Tingkat Harapan	Tingkat Kenyataan (Penguasaan)
1	Sangat Tidak Diharapkan	Sangat Tidak Menguasai
2	Tidak Diharapkan	Tidak Menguasai
3	Netral	Netral
4	Diharapkan	Menguasai
5	Sangat Diharapkan	Sangat Menguasai

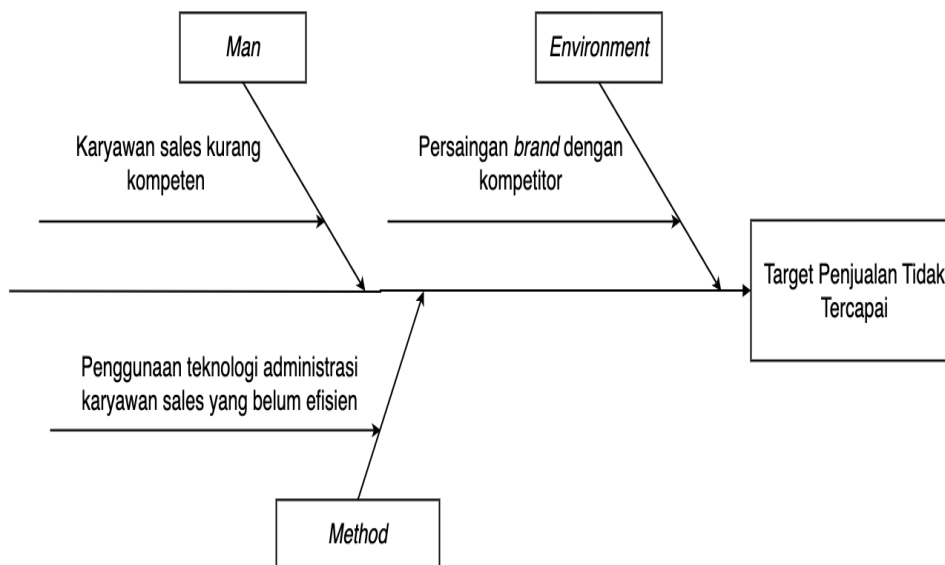
Hasil penyebaran kuesioner kemudian akan diolah untuk dapat menemukan *gap*. Untuk pengolahan data kuesioner tingkat harapan dilakukan dengan melihat nilai modus dari seluruh jawaban *sales supervisor* pada setiap kompetensi. Begitu juga dengan pengolahan data kuesioner tingkat kenyataan (penguasaan) dilakukan dengan cara yang sama. Analisa *gap* kompetensi karyawan sales PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi ditunjukkan pada Tabel I.6.

Tabel I. 6 Hasil Analisis *Gap* PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi

Hasil <i>Gap</i> Karyawan Sales			
Kompetensi	Harapan	Penguasaan	<i>Gap</i>
<i>Product Knowledge</i>	5	5	0
Keterampilan Komunikasi	4	4	0
<i>Initiative and Aggressiveness</i>	4	4	0
<i>Customer Oriented Selling</i>	5	4	-1

Pada Tabel I.5, diketahui bahwa terdapat satu kompetensi yang memiliki nilai nilai negatif. Apabila selisih *gap* bernilai negatif maka karyawan sales membutuhkan pelatihan. Berdasarkan hasil penilaian kerja individu dan analisa *gap* maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi *customer oriented selling* menjadi prioritas kompetensi karyawan sales yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan.

Berikut ini merupakan *fishbone diagram* yang mengkaji akar permasalahan yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan.



Gambar I. 7 *Fishbone Diagram*

Berdasarkan Gambar I.7 dapat diketahui bahwa terdapat tiga faktor penyebab tidak tercapainya target penjualan yaitu faktor *environment*, *method* dan *man*. Faktor

*environment* yaitu persaingan *brand* yang ketat dengan kompetitor . Faktor *method*, yaitu penggunaan teknologi administrasi karyawan sales yang belum efisien. Terakhir faktor *man* yaitu karyawan sales kurang kompeten.

Berdasarkan hasil analisis *fishbone diagram*, dapat diidentifikasi beberapa alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Selanjutnya, alternatif solusi tersebut akan dipilih oleh *problem owner* untuk mengetahui alternatif solusi yang paling tepat untuk diimplementasi di PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi. Pemilihan alternatif dipaparkan pada Tabel I.6.

Tabel I. 7 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1	Karyawan sales kurang kompeten.	Perancangan kebutuhan dan program pelatihan kompetensi <i>customer oriented selling</i> .
2	Persaingan <i>brand</i> dengan kompetitor.	Perancangan model bisnis dan strategi bersaing.
3	Penggunaan teknologi administrasi karyawan sales yang belum efisien.	Perancangan sistem digitalisasi dokumen.

Alternatif solusi tersebut diberikan kepada *problem owner* untuk dinilai berdasarkan bobot kriteria implementasi yang paling mungkin dilakukan. Penilaian potensi solusi dilakukan dengan menggunakan kriteria skala 1 – 5 dan yang memiliki total penilaian terbesar maka dijadikan prioritas penelitian. Berikut hasil penilaian setiap potensi solusi ditunjukkan pada Tabel I.7.

Tabel I. 8 Penilaian Potensi Solusi

No	Potensi Solusi	Penilaian Kriteria (Skala 1 - 5)				Total Nilai
		Memberikan Dampak Signifikan	Relatif Mudah Dilakukan	Biaya Relatif Rendah	Realisasi Lebih Singkat	
1	Perancangan kebutuhan dan program pelatihan kompetensi <i>customer oriented selling</i>	5	3	3	4	15
2	Perancangan model bisnis dan strategi bersaing	4	3	3	3	13
3	Perancangan Sistem Digitalisasi Dokumen	4	2	2	3	11

Alternatif solusi yang dipilih oleh *problem owner* yaitu perancangan kebutuhan dan program pelatihan kompetensi *customer oriented selling*. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “Perancangan Program Pelatihan Karyawan Sales PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi Menggunakan *Framework ADDIE*”.

### **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka rumusan permasalahan untuk Tugas Akhir ini adalah “Bagaimana perancangan kebutuhan dan program pelatihan karyawan sales kompetensi *Customer Oriented Selling* PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi menggunakan *framework ADDIE*?”

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah merancang kebutuhan dan program pelatihan karyawan sales kompetensi *Customer*

*Oriented Selling* PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi menggunakan *framework* ADDIE.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Memberikan usulan kepada perusahaan mengenai kebutuhan pelatihan dan program pelatihan *customer oriented selling* bagi karyawan sales PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi.
  - b. Memberikan masukan kepada perusahaan mengenai pentingnya pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan guna meningkatkan kinerja dan keterampilan karyawan agar dapat mencapai tujuan.
  - c. Hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah pertimbangan perusahaan untuk memperbaiki pelatihan karyawan sales PT Fullmoon Jaya Abadi Bekasi.
2. Bagi Institusi
  - a. Dapat menjadi referensi bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.
  - b. Sebagai bahan pertimbangan bagi institusi untuk memperdalam materi kuliahnya, disesuaikan dengan kondisi di lapangan.

#### **I.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini dirancang sistematika penelitian sebagai berikut:

##### **BAB I           Pendahuluan**

Pada bab ini berisi latar belakang tentang gambaran umum serta permasalahan pada objek penelitian, rancangan solusi dari akar masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dari rumusan masalah, manfaat tugas akhir bagi objek penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

##### **BAB II           Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini berisi kajian Pustaka atau literatur yang relevan dengan pemecahan masalah, identifikasi model pendekatan, perbandingan

dengan penelitian terdahulu, dan alasan pemilihan metode yang digunakan dalam tugas akhir.

**BAB III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan mengenai sistem penyelesaian masalah, identifikasi sistem terintegrasi, batasan dan asumsi penelitian, identifikasi komponen sistem terintegrasi, serta rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

**BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini akan membahas mengenai data-data yang digunakan dalam penelitian, cara pengumpulan data-data tersebut, serta bagaimana data-data tersebut diolah.

**BAB V Analisis**

Pada bab ini penulis akan menganalisis hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

**BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.