

ABSTRAK

Di era globalisasi dan digital saat ini, ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi tumbuh dan berubah dengan sangat cepat yang berdampak terhadap semua bidang seperti politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya. Demikian pula di sektor industri obat hewan khususnya unggas, perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi dapat memberikan dampak bagi perusahaan. Perusahaan yang memasarkan produk obat hewan harus menciptakan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan mampu bersaing. *Sales force performance* merupakan hal yang penting dalam rangka mencapai tujuan dan menjalankan strategi pemasaran di pasar bisnis obat hewan. *Personal selling* merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam menghadapi dunia persaingan pada pasar bisnis obat hewan. *Personal selling* bertujuan meningkatkan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Perusahaan juga memberikan *sales training* untuk meningkatkan keterampilan tenaga penjualan yang berpengalaman atau untuk mendukung pencapaian target perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *sales training*, *personal selling* dan *sales forces performance* di PT. Medion Ardhika Bhakti, serta untuk mengetahui pengaruh *sales training* dan *personal selling* secara parsial dan simultan terhadap *sales force performance* di PT. Medion Ardhika Bhakti. Pengumpulan data dilakukan dengan metode sensus atau sampling jenuh menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara *online* kepada seluruh populasi yaitu tenaga penjualan di PT. Medion Ardhika Bhakti yang berjumlah 172 orang, dan yang mengembalikan kuesioner berjumlah 170 orang.

Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda (*multiple linear regression*) dengan menggunakan *software* IBM SPSS 20. Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *sales training* dan *personal selling* secara parsial dan simultan terhadap *sales force performance*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap *sales training* berada dalam kategori tinggi, artinya berdasarkan evaluasi *training* dengan kerangka Kirkpatrick, responden berpendapat bahwa *sales training* yang dilaksanakan tinggi manfaatnya dalam merubah sikap/perilaku tenaga penjualan menjadi lebih baik dan efektif terhadap pencapaian penjualan perusahaan. Hasil penilaian responden terhadap *personal selling* berada dalam kategori tinggi, artinya *personal selling* tinggi manfaatnya dalam mencapai tujuan *personal selling* yaitu meningkatkan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Sedangkan hasil penilaian *sales force performance* tenaga penjualan berada dalam kategori sangat tinggi, yang artinya secara rata-rata, hasil penilaian *sales force performance* pada periode penelitian diinterpretasikan sangat tinggi atau berada di atas standar perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel *sales training* dan *personal selling* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap *sales force performance*.

Kata Kunci: *Sales Training, Personal Selling, Sales Force Performance*