

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENILAIAN KINERJA PROMOTOR TERHADAP PRODUCT KNOWLEDGE MENGUNAKAN METODE KEY PERFORMANCE INDICATOR (STUDI KASUS : PT. WORLD INNOVATIVE TELECOMMUNICATION)

Genesis Angelia¹, Petrus Sokibi², Rifqi Fahrudin³

Universitas Catur Insan Cendekia

Jl. Kesambi 202, Kota Cirebon, Jawa Barat Tlp : (0231) 220250

e-mail : angeliagenesis22@gmail.com¹, petrus.sokibi@cic.ac.id², rifqi.fahrudin@cic.ac.id³

ABSTRAK

Oppo adalah perusahaan yang bergerak dibidang smartphome. Dalam memasarkan produk, perusahaan memerlukan promotor dalam membantu user. Oleh sebab itu promotor adalah ujung tombak perusahaan dalam penjualan produk. Dalam meningkatkan penjualan produk, promotor harus paham mengenai produk yang dijualnya. Dalam meningkatkan kualitas product knowledge promotor, perusahaan mengadakan training. Namun pada saat melakukan penilaian product knowledge trainer mengalami kendala karena belum adanya sistem penilaian digital. Dari hasil penelitian, adanya sistem yang efektif dan efisien bagi promotor yaitu promotor dapat melihat hasil penilaian dari setiap kriteria sedangkan untuk trainer yaitu mempermudah dalam melakukan penilaian dan regional manager dapat melihat hasil kinerja promotor terhadap product knowledge. Selain itu, penelitian ini menghasilkan terbentuknya penilaian KPI dilakukan setiap 3 bulan ketika ada produk baru. Kriteria yang dihasilkan dalam KPI adalah kuesioner, probing, komparasi dan penjualan. Setiap kriteria memiliki bobot yaitu 10 untuk kuesioner, 30 untuk probing, 10 untuk komparasi dan 50 untuk penjualan. Penerapan metode KPI dapat menunjang pengambilan keputusan penilaian product knowledge terhadap kinerja promotor. Setiap promotor yang mendapatkan skor KPI 100 akan mendapatkan reward sebesar Rp.200.000 dan sertifikat.

Kata Kunci: Sistem penilaian, KPI, Kinerja promotor.

ABSTRACT

Oppo is a company engaged in the smartphone sector. In marketing products, companies need promoters to help users. Therefore, the promoter is the spearhead of the company in product sales. In increasing product sales, promoters must understand the products they sell. In improving the quality of product knowledge promoters, the company held training. However, when evaluating product knowledge trainers, there are problems because there is no digital assessment system. From the results of the study, there is an effective and efficient system for promoters, namely the promoter can see the results of the assessment of each criterion, while for the trainer it is easier to make assessments and regional managers can see the results of the promoter's performance on product knowledge. In addition, this study resulted in the formation of KPI assessments carried out every 3 months when there were new products. The resulting criteria in the KPI are questionnaires, probing, comparisons and sales. Each criterion has a weight of 10 for the questionnaire, 30 for probing, 10 for comparison and 50 for sales. The application of the KPI method can support product knowledge assessment decisions on promoter performance. Every promoter who gets a KPI score of 100 will get a reward of IDR 200,000 and a certificate.

Keywords: Assessment system, KPI, Promoter performance.

1. PENDAHULUAN

Promotor adalah ujung tombak perusahaan untuk memasarkan produk. Dalam menjual produk, hal pertama yang diperlukan adalah harus mengenal baik bagaimana spesifikasi produk atau bisa dikatakan dengan *product knowledge*. Untuk menunjang pengetahuan promotor dalam *product knowledge* maka promotor harus mengikuti *training* produk yang diberikan oleh perusahaan selama 3 hari melalui *trainer*. Promotor yang sudah mengikuti *training* wajib mengikuti *test* yang berikan perusahaan dengan datang ke kantor sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan oleh *trainer*. Soal *test* menggunakan google form yang di share link di grup *training*. Pengujian *product knowledge* dibagi menjadi dua test yaitu *test product knowledge* dan *test role play* mengenai handphone Oppo Reno 5F yang diadakan pada periode Maret 2021.

Indikator dalam sistem penilaian yaitu kuesioner, *probing*, komparasi dan penjualan. Hasil nilai dapat dijadikan sebagai tingkat keberhasilan kinerja promotor. Dalam pencapaian kinerja promotor maka dibutuhkan metode KPI (*Key Performance Indicator*) adalah sebagai proses penilaian kinerja yang diberi target tertentu, sehingga presentase pencapaian dapat diperoleh berdasarkan rating. Hasil dari pencapaian kinerja akhir promotor digunakan sebagai tolak ukur dalam pemberian reward.

2. KAJIAN PUSTAKA

1. Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja merupakan satu prinsip manajemen fundamental. Ada ungkapan mengatakan: “*you can’t manage anything unless you measure it*” or “*what gets measured gets done.*” Ungkapan lain mengatakan: “jika kamu tidak dapat menentukan kinerja, kamu tidak dapat mengukurnya. Oleh karena itu dalam pemahaman tentang pengukuran kinerja, perlu memahami kinerja. Karyawan perlu melihat hubungan antara “*what they do*” dan “*the outcomes*”. Itu dapat diketahui melalui pengukuran kinerja (*performance measurement*). Penilaian kinerja karyawan harus dilakukan dengan adil, realistis, valid dan relevan dengan pekerjaan yang dilakukan karyawannya, serta harus bebas dari subjektivitas. Penilaian kinerja karyawan dapat dilakukan untuk memberi penghargaan kepada seorang karyawan yang berkinerja baik sesuai dengan kriteria penilaian yang telah ditentukan perusahaan.[1]

2. Key Performance Indicator (KPI)

Key Performance Indicator (KPI) merupakan bagian tak terpisahkan dari Sistem Manajemen Kinerja yang diimplementasikan dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Dengan menerapkan Sistem Manajemen Kinerja, organisasi berupaya untuk memastikan agar arah pengembangan organisasi. Selain itu organisasi harus menetapkan KPI yang tepat agar pencapaian kinerja organisasi dapat terukur sesuai dengan tujuan organisasi yang tertuang dalam rencana strategi organisasi [2].

3. Website

Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) [3].

4. MySQL

MySQL adalah sebuah program database server yang mampu menerima dan mengirimkan datanya dengan cepat, multiuser serta menggunakan perintah standar SQL. MySQL memiliki dua bentuk lisensi, yaitu FreeSoftware dan Shareware. MySQL yang biasa digunakan adalah MySQL Free Software yang berada di bawah lisensi GNU/GPL (General Public License). Sebagai database server yang free, artinya MySQL dapat secara bebas digunakan untuk kepentingan pribadi atau usaha. Selain sebagai server, MySQL dapat juga berperan sebagai client sehingga sering disebut database client – server [4].

5. PHP

PHP (atau resminya php: *hypertext preprocessor*) adalah skrip bersifat *serverside* yang ditambahkan ke dalam html. PHP sendiri merupakan singkatan dari personal *home page tools*. Skrip ini akan membuat suatu aplikasi dapat diintegrasikan ke dalam *html* sehingga suatu halaman web tidak lagi bersifat statis, namun menjadi bersifat dinamis. Sifat *server side* berarti pengerjaan kode program dilakukan di *server*, baru kemudian hasilnya dikirimkan ke *browser* [5].

6. UML

Unified Modeling Language (UML) merupakan *standard modeling language* yang terdiri dari kumpulan-kumpulan diagram, dikembangkan untuk membantu para pengembang sistem dan software agar bisa menyelesaikan tugas-tugas [6].

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data yang dilakukan untuk menunjang penelitian ini diantaranya:

1. Observasi

Pada penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung dengan mengamati situasi yang terjadi di PT. World Innovative Telecommunication mengenai penilaian kinerja promotor terhadap *product knowledge*.

2. Studi Literatur

Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data-data sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur bisa dapat dari berbagai sumber, jurnal, buku, dokumentasi, internet, dan studi pustaka.

3.2. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Penulis menerapkan metode KPI (*Key Performance Indicator*) pada sistem penilaian kinerja promotor terhadap *product knowledge*. Berikut ini adalah prosedur yang dilakukan sebagai berikut:

1. Cara menilai untuk *test* kuesioner menggunakan *google form* adalah test pilihan ganda dengan setiap jawaban benar memiliki poin 5 dari 20 soal. Jadi setiap jawaban benar akan dikalikan dengan 5. Maka hasil tersebut akan dijadikan nilai kuesioner.

2. Cara menilai untuk *test probing* adalah *test probing* dinilai oleh *trainer* melalui tabel penilaian yang sudah ditetapkan perusahaan. Tabel penilaian terdiri dari kalimat pembuka dengan nilai maksimalnya 25, desain dengan nilai maksimalnya 20, performa dengan nilai maksimalnya 20, kamera dengan nilai maksimalnya 20, Oppo band dengan nilai maksimalnya 10 dan kalimat penawaran bundling Oppo band dengan nilai maksimalnya 5. Semua nilai dari masing-masing tabel tersebut dijumlahkan dengan nilai maksimal adalah 100 dan hasil tersebut akan dijadikan nilai *test probing*.

3. Cara menilai untuk *test* komparasi adalah *test* komparasi dinilai oleh *trainer* melalui tabel penilaian yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, Tabel penilaian ini terdiri dari merek kompetitor Hp Oppo yang sejenis dengan tipe Reno 5F. Ada 7 tabel merek kompetitor yaitu Realme 8, Samsung A32 (6GB), Samsung A32 (8GB), Vivo V20 SE, Realme 7, Samsung A31, dan Xiaomi Poco X3 NFC. Nilai maksimal dari setiap tabel adalah 20. Promotor harus memilih 5 tabel kompetitor dan nilai maksimal dari nilai komparasi adalah 100.

4. Penjualan berisi data target penjualan dan pencapaian penjualan bulan Maret 2021.

Setelah melakukan input sistem akan melakukan proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:

1. Mengelolah setiap nilai dari setiap indikator yaitu dengan menggunakan rumus, Skor KPI = $(A/T)*B$ dimana A itu adalah *Achivement* (Pencapaian), T itu adalah Target dan B adalah Bobot KPI.

2. Setelah mendapatkan hasil skor KPI kemudian dirangkingkan dari skor akhir KPI tertinggi sampai yang terendah. Setiap promotor yang mendapatkan skor KPI 100 akan mendapatkan *Reward* sebesar Rp 200.000 sesuai dengan ketentuan perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Perhitungan KPI

Tabel 1. Tabel Kententuan Penilaian

Nama Kriteria	Oppo Reno5 F	
	Target	Bobot
Kuesioner	95	10
Probing	95	30
Komparasi	95	10
Penjualan	Disesuaikan dengan perusahaan	50

Tabel 2. Tabel Perhitungan Skor KPI Kuesioner

Nama Promotor	Skor KPI Kuesioner	
	Pencapaian	Skor KPI
TIYA DWIYANA	100	10
FUAD AMIN	100	10
SRI RAHAYU PUTRI	100	10
ALIPIYA APRIYANI	100	10
SRI ANDANI SUNENGSIH	95	10
LIPANA EVA	90	9
ANISYA NURAVIFA	100	10
NOVI NOVITA	100	10
SYAMSUL MA'ARIF	100	10
ASEP NASRULLOH	100	10

Contoh perhitungan dari kuesioner adalah TIYA DWIYANA mendapatkan pencapaian kuesioner 100 maka dengan rumus skor KPI = (A/T)*B, hasilnya adalah skor KPI = (100/95)*10. Skor KPI adalah 10.

Tabel 3. Tabel Perhitungan Skor KPI Probing

Nama Promotor	Skor KPI Probing	
	Pencapaian	Skor KPI
TIYA DWIYANA	95	30
FUAD AMIN	95	30
SRI RAHAYU PUTRI	90	28
ALIPIYA APRIYANI	90	28
SRI ANDANI SUNENGSIH	75	23
LIPANA EVA	80	25
ANISYA NURAVIFA	100	30

Nama Promotor	Skor KPI <i>Probing</i>	
	Pencapaian	Skor KPI
NOVI NOVITA	95	30
SYAMSUL MA'ARIF	95	30
ASEP NASRULLOH	95	30

Contoh perhitungan dari *probing* adalah TIYA DWIYANA mendapatkan pencapaian *probing* 95 maka dengan rumus skor KPI = (A/T)*B hasilnya adalah skor KPI = (95/95)*30. Skor KPI adalah 30.

Tabel 4. Tabel Perhitungan Skor KPI Komparasi

Nama Promotor	Skor KPI Komparasi	
	Pencapaian	Skor KPI
TIYA DWIYANA	100	10
FUAD AMIN	90	9
SRI RAHAYU PUTRI	100	10
ALIPIYA APRIYANI	70	7
SRI ANDANI SUNENGSIH	90	9
LIPANA EVA	80	8
ANISYA NURAVIFA	80	8
NOVI NOVITA	80	8
SYAMSUL MA'ARIF	90	9
ASEP NASRULLOH	90	9

Contoh perhitungan dari komparasi adalah TIYA DWIYANA mendapatkan pencapaian komparasi 100 maka dengan rumus skor KPI = (A/T)*B hasilnya adalah skor KPI = (100/95)*10. Skor KPI adalah 10.

Tabel 5. Tabel Target Penjualan Promotor

Nama Promotor	Penjualan Maret 2021	
	Target	Pencapaian
TIYA DWIYANA	140	140
FUAD AMIN	182	164
SRI RAHAYU PUTRI	155	137
ALIPIYA APRIYANI	217	205
SRI ANDANI SUNENGSIH	155	152
LIPANA EVA	252	251
ANISYA NURAVIFA	133	113

Nama Promotor	Penjualan Maret 2021	
	Target	Pencapaian
NOVI NOVITA	133	114
SYAMSUL MA'ARIF	177	142
ASEP NASRULLOH	177	137

Tabel 6. Tabel Perhitungan Skor KPI Penjualan

Nama Promotor	Skor KPI Penjualan	
	Pencapaian	Skor KPI
TIYA DWIYANA	140	50
FUAD AMIN	164	45
SRI RAHAYU PUTRI	137	44
ALIPIYA APRIYANI	205	47
SRI ANDANI SUNENGSIH	152	49
LIPANA EVA	251	49
ANISYA NURAVIFA	113	42
NOVI NOVITA	114	42
SYAMSUL MA'ARIF	142	40
ASEP NASRULLOH	137	38

Contoh perhitungan dari komparasi adalah TIYA DWIYANA mendapatkan pencapaian penjualan 140 maka dengan rumus skor KPI = (A/T)*B hasilnya adalah skor KPI = (140/140)*50. Skor KPI adalah 50.

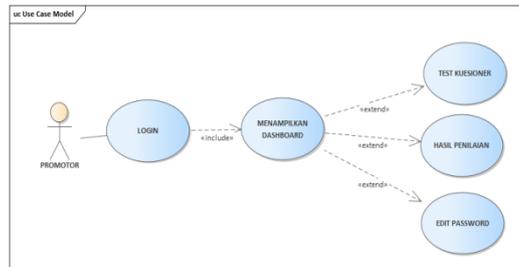
Tabel 7. Tabel Total Skor KPI dan Reward

Nama Promotor	Total Skor KPI dan Reward	
	Total Skor KPI	Reward
TIYA DWIYANA	100	Rp 200.000
FUAD AMIN	94	0
SRI RAHAYU PUTRI	92	0
ALIPIYA APRIYANI	92	0
SRI ANDANI SUNENGSIH	91	0
LIPANA EVA	91	0
ANISYA NURAVIFA	90	0
NOVI NOVITA	90	0
SYAMSUL MA'ARIF	89	0
ASEP NASRULLOH	87	0

Contoh perhitungan total skor KPI adalah menjumlahkan skor KPI dari setiap indikator. Jika promotor mendapatkan skor 100 maka akan mendapatkan *reward* Rp. 200.000. TIYA DWIYANA mendapatkan skor KPI dari setiap indikator adalah 10 + 30 + 10 + 50 maka hasilnya adalah 100. Maka TIYA berhak mendapatkan *reward* Rp. 200.000.

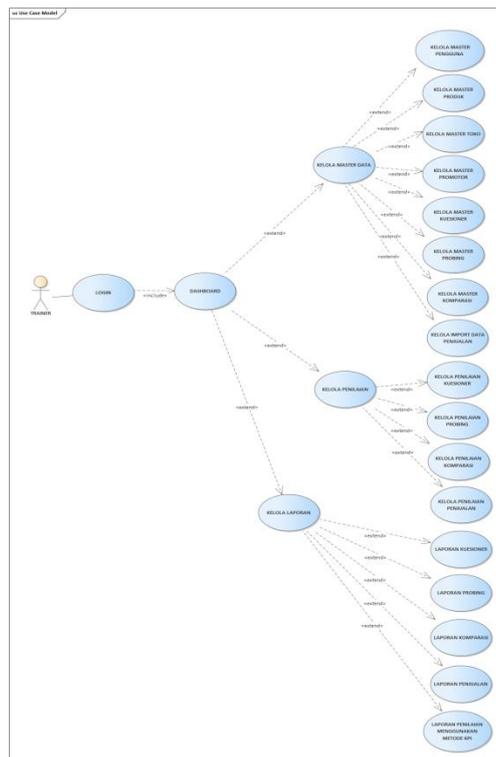
Berikut ini *Use Case Diagram*:

1. Promotor



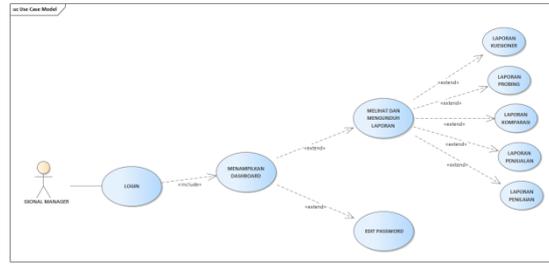
Gambar 1. Use Case Diagram Promotor

2. Trainer



Gambar 2. Use Case Diagram Trainer

3. Regional Manager



Gambar 3. Use Case Diagram Regional Manager

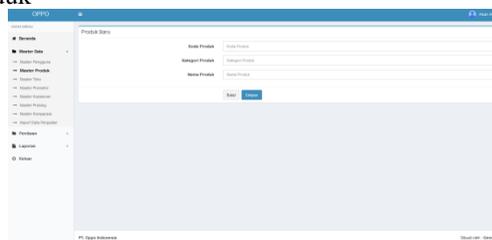
Berikut ini adalah tampilan program:

1. Tampilan login



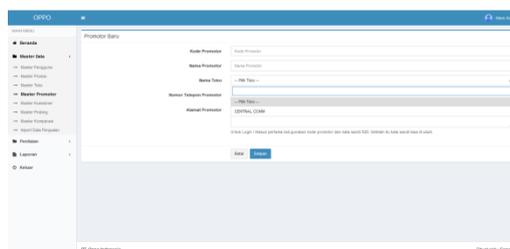
Gambar 4. Tampilan Login

2. Tampilan Master Produk



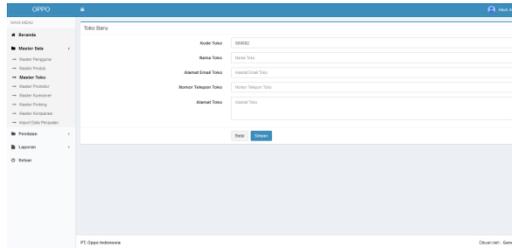
Gambar 5. Master Produk

3. Tampilan Master Promotor



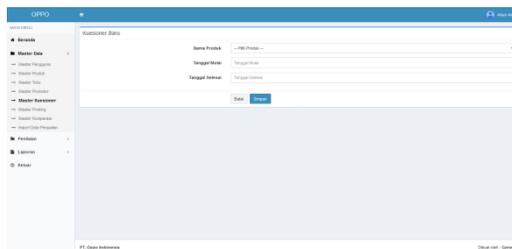
Gambar 6. Master Promotor

4. Tampil Master Toko



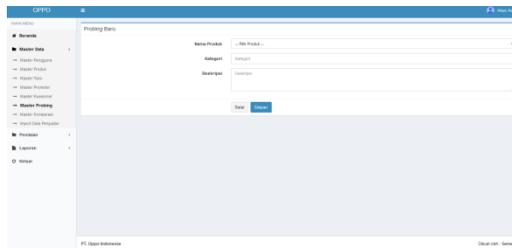
Gambar 7. Master Toko

5. Tampil Master Kuesioner



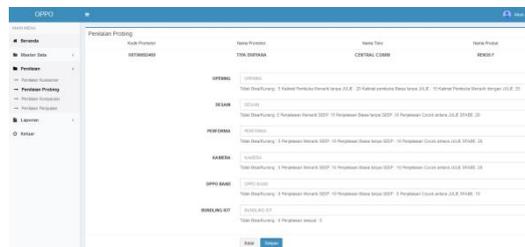
Gambar 8. Master Kuesioner

6. Tampil Master Probing



Gambar 9. Master Probing

7. Tampil Penilaian Probing



Gambar 10. Penilaian Probing

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sokibi Petrus dan Apriyanto Noer Setiawan, "Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Karyawan PT Harjamukti Jaya Mandiri Menggunakan Metode Simple Additive Weighting", *Jatisi*, vol. 5, no. 1, pp. 109-118, September 2018..
- [2] Soemohadiwidjojo, Arini T, Panduan Praktis Menyusun KPI. Jakarta: Raih Asa Sukses, 2015. Ratnawati, Christina. 2011. "Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Rawat Inap Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Ngesti Waluyo Parakan". Semarang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- [3] A. Hariyanto, *Membuat Web Profil Sekolah + PPDB Online*. Yogyakarta: CV. Lokomedia, 2015.
- [4] Adin, Sutardi, Tajidun, "SPK Penilaian Dan Pemberian Bonus Salesman Pada PT Matar Kendari Dengan Menggunakan Metode Profile Matching," *Jurnal SemanTIK*, vol. 3, no. 1, pp. 199-208, Januari 2017. Kotler & Armstrong. 2006. *The Principle of Marketing Management*. USA: Prentice Hall.
- [5] Supono, dan Vidiandry, *Pemrograman Web Dengan Menggunakan Php dan Framework Codeigniter*. Yogyakarta: Deepublish, 2016. Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Customer Behaviour*. Eight Edition. Pearson Educational International.
- [6] M. Hadi, *Sistem Pengolahan Tabungan Siswa Berbasis Java Dekstop*. Bandung: Universitas Telkom, 2015. Santoso Singgih. 2012. *Statistik Parametrik*. Jakarta: Elek Media Komputindo.