



Analisis Pengaruh Penerapan Sales Force Automation (SFA) dan Produktivitas Tim Penjualan pada Industri Distribusi

Laksamana Yudha Wardaya

21013010347@student.upnjatim.ac.id

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Indrawati Yuhertiana

yuhertiana@upnjatim.ac.id

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec.Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Abstract *The implementation of Sales Force Automation (SFA) has become a strategy in the goods distribution industry to improve the efficiency and productivity of sales teams. This article aims to analyze how SFA affects sales team performance in the context of goods distribution. Using a qualitative methodology, this research investigates the critical elements that influence the implementation of SFA. These include technology adoption, employee training, and system implementation in a complex business environment. By deepening the understanding of how SFA can be effectively implemented, this article provides insight into the strategies needed to optimize sales team performance in the distribution industry. The incorporation of SFA with existing business processes can yield significant benefits, such as increased operational efficiency, improved internal communication, and enhanced interaction with customers.*

Keywords: *Digital Transformation Strategy; Distribution Industry; Sales Force Automation; SFA; Sales Team Productivity; Technology Adoption, System Integration.*

Abstrak Penerapan Sales Force Automation (SFA) telah menjadi strategi dalam industri distribusi barang untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas tim penjualan. Artikel ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap bagaimana SFA mempengaruhi performa tim penjualan dalam konteks distribusi barang. Dengan menggunakan metodologi kualitatif, penelitian ini menyelidiki elemen penting yang memengaruhi pelaksanaan SFA. Ini termasuk adopsi teknologi, pelatihan karyawan, dan penerapan sistem dalam lingkungan bisnis yang kompleks. Dengan memperdalam pemahaman tentang bagaimana SFA dapat diterapkan secara efektif, artikel ini memberikan wawasan tentang strategi yang diperlukan untuk mengoptimalkan kinerja tim penjualan dalam industri distribusi. Penggabungan SFA dengan proses bisnis yang ada dapat menghasilkan manfaat yang signifikan, seperti peningkatan efisiensi operasional, peningkatan komunikasi internal, dan peningkatan interaksi dengan pelanggan.

Kata kunci: Adopsi Teknologi; Industri Distribusi; Integrasi Sistem; Produktivitas Tim Penjualan; Sales Force Automation; SFA; Strategi Transformasi Digital.

PENDAHULUAN

Sales force automation (SFA) dan alat penjualan digital terkait semakin relevan bagi perusahaan bisnis ke bisnis yang bertujuan untuk menciptakan nilai pelanggan dan efisiensi organisasi. Akan tetapi, alat penjualan digital dapat sangat mengubah dinamika dan pembagian kerja, serta hubungan kekuasaan, antara organisasi penjual dan pembeli. Agar perkembangan tersebut dapat terjadi, pembeli harus mulai menggunakan alat digital yang dikembangkan atau diadopsi oleh organisasi penjual. Akan tetapi, digitalisasi memperkenalkan kemungkinan untuk menghubungkan informasi pemasaran dan permintaan pelanggan ke berbagai sudut pandang operasional. Manajer penjualan menghadapi tekanan yang besar untuk mempertahankan strategi penjualan yang efektif di era kompetisi pasar yang ketat saat ini. (Cortez & Johnston, 2017; Syam & Sharma, 2018).

Hal ini menyebabkan tenaga penjualan lebih terbebani untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Banyak perusahaan dari berbagai industri kini secara aktif menginvestasikan sumber daya yang signifikan dalam teknologi *Sales Force Automation* (SFA), yang secara umum mengacu pada integrasi perangkat keras komputer, perangkat lunak, dan telekomunikasi yang digunakan oleh tenaga penjualan untuk mengotomatisasi proses penjualan dan layanan pelanggan. Dengan pemanfaatan SFA seperti pemrosesan pesanan, pelacakan pesanan, manajemen pelanggan, kontrol inventaris, kolaborasi dan aliran informasi yang lebih cepat, teknologi SFA memiliki potensi besar untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. (Prayuda & BulialiPublished , 2017)

Pertumbuhan yang cepat dalam teknologi canggih telah mengubah kehidupan tenaga penjualan. *Sales Force Automation* (SFA) adalah alat pemasaran yang menyediakan fungsi bagi tim penjualan dan manajer untuk memantau penjualan, meramalkan penjualan, dan menganalisis kinerja karyawan. Penerimaan alat SFA seperti telepon, pager, perangkat nirkabel, dll, dalam tugas penjualan akan tetap menjadi masalah bagi tenaga penjualan. Peneliti ingin menyelidiki dampak sistem SFA terhadap kinerja tenaga penjual dari perspektif *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). (Naqvi & Akber, 2019) Perusahaan besar dari berbagai industri seperti di pasar global, telah mulai menggunakan berbagai teknologi penjualan, seperti SFA dan *Customer Relationship Management* (CRM), basis data terpusat untuk membantu operasi bisnis yang kompleks, meskipun beberapa penelitian menemukan hubungan positif antara SFA dan produktivitas staf penjualan, serta memberikan bukti akan manfaat teknologi ini. Namun, penilaian terhadap manfaat SFA masih dalam proses evaluasi dan penelitian empiris terkait masih diperlukan untuk memberikan bukti yang lebih solid. Mengotomatisasi dan menstandarisasi aktivitas penjualan dan administrasi adalah salah satu hasil utama yang dikejar oleh para manajer penjualan dengan menggunakan SFA. (Saleh & Omar, 2015)

SFA mengurangi waktu yang dihabiskan untuk dokumen dengan menstandarkan formulir pelaporan penjualan dan, oleh karena itu, meningkatkan efisiensi manajer ketika memiliki lebih banyak waktu untuk membaca dan menganalisis data penjualan. Dengan adanya informasi yang akurat dan tepat waktu mengenai aktivitas penjualan akan meningkatkan pengambilan keputusan penjualan, seperti alokasi sumber daya yang lebih baik dan pemeringkatan prioritas pesanan pelanggan, yang kemudian akan berujung pada tingkat penjualan yang lebih tinggi. Peran SFA dalam meningkatkan akses ke informasi yang akurat dan tepat waktu. (Mahlamäki et al., 2020)

Manajer penjualan dapat mengelola pelanggan sesuai dengan profitabilitas mereka dengan mengumpulkan informasi tentang riwayat pembelian dan pembayaran pelanggan, yang seharusnya disediakan oleh sistem SFA. Dengan informasi ini, kebutuhan pelanggan juga akan ditangani dengan lebih tepat di seluruh operasi penjualan karena manajer penjualan dianggap lebih mampu memberikan informasi dan memimpin proses internal yang bertujuan. Dengan sistem SFA, manajer dapat memindai dan menganalisis frekuensi dan waktu yang dialokasikan untuk penjualan oleh tenaga penjualan mereka, yang mengarah pada pemantauan yang lebih baik. (Holloway et al., 2013)

Perusahaan kini beralih ke model penjualan yang berfokus pada pelanggan, menggunakan strategi untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Ini dilakukan melalui peningkatan respon, penjualan konsultatif, solusi terintegrasi, dan hubungan lintas fungsi. CRM membantu perusahaan membangun hubungan lebih baik dengan pelanggan, yang diharapkan meningkatkan kinerja penjualan. Penggunaan SFA diperkirakan akan

meningkatkan kinerja penjualan, terutama jika teknologi ini mendukung upaya membangun hubungan yang lebih mendalam dan berbasis kepercayaan antara pembeli dan penjual. Penelitian ini menganalisis bagaimana penggunaan SFA oleh tenaga penjualan dapat mempengaruhi kinerja mereka melalui pembelajaran pasar, orientasi pelanggan, dan kualitas hubungan. (Alhassan, 2018)

Artikel ini menyajikan model konseptual, metode, dan hasil penelitian, serta membahas implikasi manajerial, keterbatasan, dan arah penelitian di masa depan. Otomatisasi tenaga penjualan secara positif memengaruhi kinerja tenaga penjualan di industri, dengan usia memainkan peran moderat dalam hubungan ini. (Jridi et al., 2019)

KAJIAN TEORI

Pengertian Sistem Informasi

Sistem Informasi Berbasis Komputer (CBIS), juga dikenal sebagai Sistem Informasi Berbasis Komputer, adalah sistem yang mengolah data menjadi informasi berkualitas tinggi untuk digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan. Dalam kenyataannya, istilah "berbasis komputer" atau pengolahan data berbasis komputer selalu dikaitkan dengan sistem informasi yang akurat dan efisien. Sistem informasi "berbasis komputer" berarti komputer memainkan peran penting. Secara teori, sistem informasi tidak perlu menggunakan komputer untuk kegiatannya.

Namun, pada praktiknya, sistem informasi yang sangat kompleks tidak dapat berfungsi dengan baik tanpa komputer. Sistem pembangkit informasi adalah sistem informasi dengan mengintegrasikan subsistemnya, sistem informasi dapat menyediakan informasi yang berkualitas, tepat, cepat, dan akurat sesuai dengan kebutuhan manajemen. (Fikri & Hasugian, 2019)

Manfaat Sistem Informasi Dalam Bisnis

Penerapan sistem informasi yang dibangun dengan baik dan benar bermanfaat bagi perusahaan antara lain dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi stok material produksi, menghilangkan kegiatan yang tidak memiliki manfaat (nilai tambah), meningkatkan layanan dan kepuasan pelanggan, mengkoordinasikan setiap bagian dalam perusahaan serta meningkatkan kualitas kebijakan manajemen. (Karya et al., 2017) Komponen manfaat dalam hal ini dapat disebut pula sebagai efektivitas yang di dapat dari sebuah sistem informasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Manfaat atau efektifitas yang didapat dari pengurangan biaya.
2. Manfaat atau efektifitas yang didapat dari pengurangan kesalahan-kesalahan.
3. Manfaat atau efektifitas yang didapat dari peningkatan kecepatan aktivitas.
4. Manfaat atau efektifitas yang didapat dari meningkatkan perencanaan

Distribusi

Dalam proses penyaluran suatu barang atau jasa, beberapa organisasi saling terhubung melakukan distribusi. Distribusi adalah bagian akhir dari manajemen rantai pasokan (SCM), dan mencakup bagaimana barang jadi disampaikan kepada distributor atau konsumen. Istilah "distribusi" baru muncul pada tahun 90-an. Penulis menyimpulkan bahwa distribusi adalah kegiatan dalam menyalurkan suatu barang atau jasa pada sekumpulan organisasi yang membuat. (Fikri & Hasugian, 2019)

Sistem Informasi Distribusi Produk

Berdasarkan definisi Sistem Informasi dan Distribusi yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa Sistem Informasi Distribusi Produk adalah kumpulan beberapa

komponen yang saling terhubung yang mendukung proses penyaluran barang atau jasa. Kumpulan komponen ini dikaji dalam bentuk data yang diolah oleh beberapa komponen sehingga menghasilkan informasi tentang penyaluran barang atau jasa yang bermanfaat bagi setiap orang yang terlibat dalam proses penyaluran tersebut. (Vivi Sahfitri, 2018)

Sales Force Automation (SFA)

Sales Force Automation (SFA) merupakan teknologi saat ini, di mana fokus utamanya adalah menciptakan nilai bagi pelanggan dan meningkatkan efisiensi organisasi. Penggunaan alat penjualan digital, termasuk SFA, tidak hanya mengotomatisasi proses penjualan dan layanan pelanggan, tetapi juga mengubah dinamika hubungan antara organisasi penjual dan pembeli. Perusahaan menghadapi tekanan besar untuk mempertahankan strategi penjualan yang efektif di tengah persaingan pasar yang ketat, yang mendorong investasi signifikan dalam SFA untuk mengoptimalkan proses seperti pemrosesan pesanan, pelacakan inventaris, dan manajemen pelanggan. Potensi besar SFA terletak pada kemampuannya dalam meningkatkan produktivitas staf penjualan dan memfasilitasi aliran informasi yang lebih cepat, dalam mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dan efisien. (Isdianti, 2023)

Penerapan SFA tidak hanya terbatas pada otomatisasi rutinitas administratif, tetapi juga memungkinkan manajer penjualan untuk mengelola pelanggan secara lebih efektif berdasarkan informasi yang terkumpul, seperti riwayat pembelian dan perilaku pelanggan. Meskipun beberapa penelitian menunjukkan hubungan positif antara SFA dan produktivitas penjualan, evaluasi terus diperlukan untuk memahami secara mendalam manfaat teknologi ini dalam konteks industri distribusi barang. Melalui standarisasi proses penjualan dan pengelolaan data yang lebih baik, SFA dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional perusahaan, meskipun tantangan dan kompleksitas implementasi tetap menjadi fokus utama dalam pengembangan dan penerapan teknologi ini. (Mahlamäki et al., 2020)

Penerapan Sales Force Automation (SFA)

Penerapan SFA dalam sebuah industri distribusi dapat membantu dalam mengolah dan mengelompokkan data pelanggan sehingga dapat membantu anggota tim menyimpan dan menyatukan data pelanggan yang mereka miliki dalam satu tempat penyimpanan atau bisa disebut *Cloud*. Perusahaan dapat menggunakan teknologi SFA untuk menyimpan, menganalisa, dan mengelola data penjualan. Meningkatkan efisiensi proses penjualan dapat menggunakan perangkat lunak Sales Force Automation. Perangkat lunak ini digunakan oleh berbagai jenis karyawan penjualan, termasuk mereka yang bekerja dalam bisnis-ke-konsumen (B2B) dan B2C, penjual dari pintu ke pintu, penjual langsung, penjual online, dll. digunakan oleh manajer untuk melacak pelanggan, mengatur jalur penjualan, mengubah penawaran, dan membuat laporan. (Anggraini, 2023)

Untuk memenuhi permintaan pelanggan, SFA akan membantu manajer dalam hal aktivitas internal perusahaan dan hubungan langsung dengan pelanggan. SFA dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan dan perusahaan. Perusahaan di seluruh dunia saat ini menginvestasikan dana besar dalam otomasi tenaga penjualan untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Karena itu, SFA memiliki kemampuan untuk menghasilkan nilai dengan meningkatkan hasil penjualan perusahaan dan meningkatkan kinerja perusahaan secara

keseluruhan. Aplikasi Sales Force Automation dapat membantu perusahaan mendapatkan sepuluh kali lebih banyak pelanggan baru dan tujuh puluh kali lebih banyak pelanggan lama. Dengan melihat data penjualan secara real-time, manajemen dapat menilai kinerja tim penjualan dan mengetahui perilaku pelanggan, tren pasar, kinerja penjualan, dan mengembangkan strategi yang lebih baik. SFA dapat diintegrasikan ke dalam sistem CRM, yang memungkinkan perusahaan untuk memantau aktivitas penjualan secara real-time dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan selama bertahun-tahun.

Dengan menerapkan Sales Force Automation (SFA), dimana system ini dapat mempermudah para tenaga penjualan untuk melakukan penjualan terhadap konsumen secara langsung, dengan memberikan informasi yang cepat tentang produk dan harga. Serta mempermudah perusahaan dalam mempromosi barang, sehingga konsumen bisa berbelanja secara online. Implementasi sistem informasi penjualan ini diharapkan dapat meningkatkan laba keuntungan perusahaan, dan meningkatkan mutu penjualan dan pemasaran serta mempromosikan produk-produk perusahaan, dengan layanan sistem penjualan online dalam mempercepat pemesanan sehingga dapat mempercepat proses kerja para tenaga penjualan. (Palupi, 2022)

Kemudahan Pengguna dan Penggunaan SFA

Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi tersebut secara positif. Model Penerimaan Teknologi (TAM) menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi, dan pada akhirnya adopsi, ditentukan oleh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Teknologi yang mudah digunakan sering dianggap lebih berguna, sehingga tenaga penjual yang menemukan teknologi tersebut mudah digunakan lebih mungkin untuk menerapkannya dalam kegiatan sehari-hari mereka.

Penelitian lebih lanjut mengindikasikan bahwa pengalaman tenaga penjual bisa mempengaruhi orientasi teknologi dan adopsi SFA. Tenaga penjualan yang berpengalaman cenderung lebih terikat dengan rutinitas mereka dan memiliki persepsi yang lebih baik terhadap teknologi dibandingkan dengan yang kurang berpengalaman. Dengan demikian, persepsi kemudahan penggunaan menjadi lebih penting dalam mendorong penggunaan SFA di antara tenaga penjualan yang lebih berpengalaman. Jika sistem dianggap mudah digunakan, tenaga penjualan yang berpengalaman lebih cenderung bersedia mengadopsi sistem tersebut. (Holloway et al., 2013)

Pembaruan Data Pelanggan

Pengkinian data pelanggan adalah proses pengumpulan, pengelolaan, dan pemeliharaan informasi pelanggan yang akurat dan terkini. Proses-proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki data yang relevan dan terkini untuk membantu membuat keputusan dan strategi pemasaran mereka. Proses pengkinian data pelanggan melalui sistem SFA memastikan bahwa informasi yang dimiliki perusahaan selalu up-to-date dan dapat diandalkan, sehingga mendukung peningkatan kinerja penjualan dan hubungan pelanggan (Naqvi & Akbar, 2019)

Menurut teori yang dijelaskan oleh Wang dan Feng (2019), manajemen data pelanggan merupakan proses krusial dalam mengelola informasi pelanggan secara efisien. Proses pengkinian data pelanggan, yang dilakukan di perusahaan distribusi, dapat meningkatkan keberhasilan kualitas data dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih optimal. *Sales force automation* dapat menghasilkan laporan secara otomatis berdasarkan metrik waktu nyata. Laporan dapat dibuat berdasarkan metrik seperti prediksi penjualan, pendapatan, dan kinerja salesman. Hal ini menghemat waktu manajer untuk menganalisis kinerja tim. (samafsby, 2023) Aplikasi *SFA* juga dapat mengelola data secara otomatis, termasuk mengategorikan data berdasarkan prioritas tertentu. Data penting dari berbagai saluran bisnis akan dikumpulkan dalam satu platform terpadu. Hal ini memudahkan Anda untuk memantau dan mengaksesnya untuk menyusun strategi peningkatan bisnis.

Perlunya Sistem Sales force Automation

Pemanfaatan otomatisasi tenaga penjualan (SFA) bertujuan untuk mengoptimalkan produktivitas layanan bisnis. Perusahaan tertarik menggunakan SFA karena dapat mengelola dan meningkatkan hubungan klien, yang berdampak pada retensi pelanggan dan kemampuan menarik pelanggan baru. Dengan menyediakan alat yang diperlukan untuk komunikasi dengan pelanggan, perusahaan dengan solusi SFA yang kuat memiliki keunggulan kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa tenaga penjualan menggunakan SFA karena efisiensinya, memungkinkan mereka melakukan lebih banyak hal dalam waktu lebih singkat. SFA membantu tenaga penjualan tetap berhubungan dengan pelanggan dengan lebih sedikit usaha dan meningkatkan komunikasi secara keseluruhan. Alasan utama di balik pemanfaatan SFA adalah kebutuhan untuk memberikan layanan yang lebih efisien dibandingkan dengan cara tradisional dalam memantau dan mengelola logistik serta distribusi barang. (Naval Cartalla & G. Esguerra, 2022)

Perubahan teknologi mungkin sulit untuk ditangani, dan jika mereka terorganisir, berkolaborasi secara efisien, hal ini dapat memecahkan masalah dan mengendalikan semua aspek transisi yang mereka terapkan. Organisasi akan meningkatkan kemampuannya untuk melaksanakan perubahan ini dengan sukses. Hanya ketika penilaian yang cermat dan keunggulan teknologi tersebut dipertimbangkan, manajemen dapat mengatasi kesulitan penerapan teknis. Hal ini juga mencerminkan perspektif pemilik organisasi, pekerja, dan komunitas.

Optimalisasi Tugas Penjualan melalui SFA dan CRM

Sales Force automation (SFA) yang mengintegrasikan manajemen hubungan pelanggan (CRM) telah terbukti efektif dalam mengotomatisasi berbagai tugas dan memenuhi kebutuhan pengguna di perusahaan. Analisis ini mengungkap bagaimana sistem ini tidak hanya menyederhanakan proses operasional tetapi juga meningkatkan interaksi antara tenaga penjualan dan pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi CRM, sistem ini berhasil mengelola data pelanggan, melacak aktivitas penjualan, dan menyediakan wawasan real-time yang mendukung keputusan strategis. (Oetama, 2023)

Observasi dan wawancara dengan pengguna sistem menunjukkan bahwa otomatisasi ini mengurangi beban kerja administratif, memungkinkan tenaga penjualan untuk lebih fokus pada strategi penjualan dan pengembangan hubungan pelanggan. Selain itu, penerapan sistem ini meningkatkan efisiensi dalam penanganan permintaan dan pengelolaan informasi, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis. Penelitian ini

memberikan wawasan mendalam tentang manfaat praktis dari sistem otomatisasi tenaga penjualan dan manajemen hubungan pelanggan, serta tantangan yang dihadapi dalam proses implementasinya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif menawarkan kesempatan yang berharga bagi peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap aspek-aspek penting dalam kehidupan sosial dan pendidikan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dimensi kehidupan sehari-hari, seperti pengalaman, pemahaman, dan imajinasi peserta penelitian, serta proses sosial, institusi, wacana, dan hubungan kerja. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat menangkap kompleksitas dan nuansa yang ada dalam fenomena yang diteliti, serta mendalami konteks yang dihadapi. Buku ini bertujuan untuk memostingkan kesenjangan antara teori dan praktik penelitian kualitatif dengan menyediakan panduan tentang teknik pengumpulan dan analisis data, serta cara menyusun laporan hasil penelitian kualitatif yang efektif. (Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. 2019)

Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari jurnal-jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai jurnal yang relevan dengan topik permasalahan untuk periode 2014-2024, kemudian disusun menjadi sebuah review jurnal.

Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2018), data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contohnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder ini juga merupakan data yang sudah ada atau sudah tersedia lalu dikumpulkan oleh pihak lain yang memiliki kesamaan dengan data yang dicari oleh peneliti atau penulis (Anwar Sanusi, 2012). Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari Buku, Google Cendekia, Mendeley, Elsevier, serta media online lainnya yang merujuk pada sumber penelitian sebelumnya dengan rentang waktu sumber penelitian sebelumnya adalah 10 tahun, yaitu antara tahun 2014 hingga 2024 yang digunakan dalam mendapatkan teori, korelasi, serta pengaruh variabel yang ada pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi SFA

Analisis ini mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kegunaan dari konfigurator penjualan, dengan fokus pada kemudahan penggunaan, adaptabilitas sistem, dan kenikmatan yang dirasakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun semua faktor tersebut berkontribusi terhadap bagaimana pengguna menilai kegunaan konfigurator penjualan, kenikmatan yang dirasakan merupakan faktor yang paling signifikan. Kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana sistem dirasakan mudah untuk dipahami dan digunakan, mempengaruhi seberapa cepat dan efektif pengguna dapat beradaptasi dengan sistem. Adaptabilitas sistem, yang mencakup fleksibilitas dan kemampuan sistem untuk disesuaikan dengan kebutuhan spesifik

pengguna, juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kegunaan yang dirasakan. (Mahlamäki et al., 2020)

Namun, kenikmatan yang dirasakan yang berkaitan dengan kepuasan emosional dan pengalaman positif saat menggunakan system ternyata memiliki dampak paling besar terhadap persepsi kegunaan. Pengguna yang merasa menikmati proses penggunaan konfigurator penjualan lebih cenderung menilai sistem tersebut sebagai lebih berguna dan efektif dalam memenuhi kebutuhan mereka. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya merancang sistem yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan untuk digunakan, guna meningkatkan penerimaan dan efektivitasnya dalam konteks penjualan.

Kekurangan Tanpa Penerapan SAF

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam manajemen persediaan dan operasional bisnis, yang jika tidak ditangani dengan baik dapat berdampak negatif pada efisiensi dan kepuasan pelanggan. Salah satu masalah utama adalah kapasitas terbatas yang sering kali menyebabkan keterlambatan pengiriman. Hal ini dapat mengganggu alur produksi dan menghambat kemampuan bisnis untuk memenuhi permintaan pelanggan tepat waktu, yang pada gilirannya dapat merugikan reputasi bisnis.

Selain itu, akurasi data inventaris, pembayaran, penjualan, dan pengiriman yang rendah menjadi masalah serius dalam manajemen operasional. Kurangnya ketelitian dalam mengelola data ini dapat menyebabkan kesalahan yang merugikan, seperti pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan atau ketidakcocokan antara persediaan yang tercatat dengan yang sebenarnya di gudang. Kurangnya pengetahuan mengenai stok yang ada di gudang juga menjadi masalah, karena dapat mengakibatkan ketidakmampuan untuk memenuhi pesanan secara efisien dan tepat waktu. Selain itu, ada masalah tambahan yang harus diselesaikan, yaitu pengembalian barang yang tidak terkendali.

Proses pengembalian dapat mengganggu alur kerja dan menyulitkan tim operasional. Selain itu, tidak menghafal barcode dapat menyebabkan kesalahan dan kelalaian dalam proses pemrosesan, yang dapat menyebabkan produk yang salah atau tertunda dikirim. Tantangan lain yang sering dihadapi adalah tidak memiliki akses ke informasi secara real-time, yang dapat menghambat kemampuan manajemen untuk membuat keputusan yang cepat berdasarkan data terbaru. Akibatnya, proses kerja menjadi lebih lama dan diperlukan lebih banyak upaya untuk memastikan semua operasi berjalan lancar. Terakhir, rekonsiliasi keuangan yang tidak selesai dapat mengganggu laporan keuangan dan proses pengambilan keputusan strategis yang penting untuk kemajuan perusahaan dalam jangka panjang.

Dampak Penerapan SFA dan Produktivitas Tim

Dampak pelatihan dan pengalaman profesional terhadap daya serap organisasi dan penggunaan Sales Force Automation (SFA). Kami melakukan wawancara mendalam dengan 20 perwakilan penjualan medis dari berbagai perusahaan farmasi untuk memahami pandangan mereka tentang pelatihan, pengalaman, dan penggunaan SFA dalam pekerjaan mereka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelatihan intensif meningkatkan pemahaman dan kemampuan tenaga penjualan dalam menggunakan SFA, sehingga meningkatkan daya serap organisasi. Tenaga penjualan yang berpengalaman juga mengungkapkan bahwa pengalaman profesional

mereka membantu mereka lebih cepat menyesuaikan diri dengan teknologi baru dan mengintegrasikannya ke dalam rutinitas kerja mereka.

Selain itu, kapasitas serap organisasi yang tinggi terlihat pada perusahaan yang menyediakan pelatihan berkelanjutan dan mendukung tenaga penjualan mereka dalam penggunaan SFA. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi manajer perusahaan farmasi yang ingin meningkatkan penggunaan SFA. Dengan fokus pada pelatihan berkelanjutan untuk tenaga penjualan yang belum berpengalaman dan yang sudah berpengalaman, perusahaan dapat mempromosikan kapasitas serap yang tinggi dan penggunaan optimal dari SFA, sehingga meningkatkan kinerja penjualan dan hubungan dengan pelanggan. (Jridi & Chaabouni, 2021)

Kelebihan Penerapan SAF

Data yang diambil dari jurnal-jurnal periode 2014-2016 yang sesuai dengan bahasan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan penerapan *Sales Force Automation* (SAF) cenderung memiliki efisiensi operasional yang lebih tinggi. (Park et al., 2016). Penerapan sisten ini membantu dalam mengoptimalkan kinerja tim dalam, menganalisa, dan mengelola data penjualan. Meningkatkan efisiensi proses penjualan. Dengan adanya penerapan SAF informasi tentang omset harian yang lebih cepat sangat penting dalam pengambilan keputusan bisnis yang tepat waktu.

Dengan sistem yang memantau omset secara otomatis, perwakilan penjualan dapat dengan cepat mengevaluasi kinerja mereka dan mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Proses pengerjaan yang lebih mudah juga mendukung produktivitas, memungkinkan perwakilan untuk fokus pada aktivitas penjualan daripada administrasi yang memakan waktu. Rekonsiliasi keuangan yang dapat dilakukan kapan saja memastikan akurasi dalam pelaporan dan pengelolaan keuangan. Ini mengurangi tingkat kesalahan dan memperkuat kepercayaan dalam hubungan dengan pelanggan dan pemasok. Cara kerja yang lebih efisien dan manajemen waktu yang lebih baik tidak hanya meningkatkan produktivitas perwakilan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan pemasok melalui layanan yang lebih responsif dan tepat waktu. Dengan akses lebih cepat terhadap informasi, termasuk informasi produk dan penawaran terbaru, perwakilan penjualan dapat lebih siap dalam menanggapi permintaan pelanggan dan meningkatkan keandalan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Selain itu, SFA juga membantu perusahaan khususnya di bidang logistik dan distribusi untuk mendapatkan keputusan manajemen terbaik melalui data real-time yang dikumpulkan oleh SFA dalam operasional sehari-hari dan perlunya perbaikan SFA demi kemajuan salesman sebagai alat dalam penjualan dan informasi pasar perusahaan yang dikumpulkan menggunakan SFA. Terakhir, sistem ini menawarkan kesempatan besar bagi individu untuk mengembangkan keterampilan mereka tidak hanya dalam menjual tetapi juga dalam mengadopsi teknik-teknik baru melalui teknologi agar tetap relevan dan relevan dengan industri yang sedang berkembang.

Peningkatan Kinerja Penjualan melalui Pelatihan dan Pengalaman dalam Penggunaan SFA

Meskipun teknologi ERP dan sistem CRM telah lama ada dan diketahui memberikan manfaat signifikan bagi bisnis, penggunaannya oleh profesional penjualan masih belum optimal. Kurva pembelajaran sering kali menjadi penghalang utama, dengan banyak profesional yang

enggan memanfaatkan kemampuan pelaporan real-time dan analisis data yang ditawarkan, meskipun mereka mengetahui manfaatnya. Hal ini menunjukkan pentingnya pelatihan intensif dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya serap organisasi terhadap teknologi baru. Pelatihan dan pengalaman profesional terbukti memiliki dampak positif terhadap penggunaan Sales Force Automation (SFA).

Manajer dan perwakilan penjualan yang dilatih dalam teknik perkiraan penjualan cenderung lebih mampu memanfaatkan teknologi ini secara efektif. Selain itu, pengalaman profesional membantu tenaga penjualan beradaptasi dan mengintegrasikan teknologi baru dalam rutinitas kerja mereka lebih cepat. Dukungan dari pimpinan puncak juga penting untuk mendorong adopsi teknologi, dengan menyediakan add-in dan komponen yang mengurangi beban awal penggunaan, serta meningkatkan keandalan data pelaporan melalui alat analisis yang menyeluruh. Dengan memaksimalkan penggunaan teknologi CRM dan SFA, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi penjualan dan kualitas hubungan dengan pelanggan, membawa manfaat besar bagi organisasi secara keseluruhan. Penelitian ini menyoroti bahwa investasi dalam pelatihan berkelanjutan dan strategi adopsi teknologi yang komprehensif adalah kunci untuk mengatasi hambatan adopsi teknologi dan meningkatkan kinerja penjualan. (Hoyle et al., 2020)

Mengoptimalkan Produktivitas tim melalui SAF

Otomatisasi tenaga penjualan (SFA) secara signifikan meningkatkan kinerja tenaga penjualan baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, SFA membantu tenaga penjualan menjadi lebih efisien dengan menyediakan alat untuk mengelola data klien, melacak interaksi, dan memantau pencapaian target secara real-time. Dengan akses yang lebih mudah ke informasi yang relevan, tenaga penjualan dapat membuat keputusan yang lebih cepat dan lebih tepat, sehingga meningkatkan produktivitas mereka. Secara tidak langsung, SFA juga mempengaruhi kinerja melalui mediator interpersonal dan intrapersonal (Franck & Dampérat, 2022). Misalnya, dengan SFA, tenaga penjualan dapat menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap klien, yang dikenal sebagai perilaku penjualan yang adaptif.

Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas penjualan tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan. Kualitas hubungan yang baik dengan pelanggan adalah kunci untuk retensi pelanggan dan loyalitas jangka panjang. Selain itu, SFA dapat meningkatkan self-efficacy dan motivasi internal tenaga penjualan, yang merupakan faktor intrapersonal penting yang mempengaruhi kinerja. Dengan dukungan teknologi yang mumpuni, tenaga penjualan merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk mencapai target mereka. Semua faktor ini bersama-sama menunjukkan bahwa otomatisasi tenaga penjualan tidak hanya mengoptimalkan kinerja melalui efisiensi operasional tetapi juga melalui peningkatan kualitas interaksi dan hubungan dengan pelanggan.

KESIMPULAN

Mengenai pentingnya penerapan Sales Force Automation (SFA) dalam industri distribusi untuk meningkatkan produktivitas tim penjualan. SFA dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan proses penjualan seperti pemrosesan pesanan, pelacakan inventaris, dan manajemen pelanggan secara otomatis. Hal ini berpotensi meningkatkan produktivitas perusahaan dengan memfasilitasi aliran informasi yang lebih cepat untuk mendukung pengambilan keputusan. Manfaat penerapan SFA bagi industri distribusi dan tim penjualan. SFA

dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan menstandarisasi proses penjualan dan manajemen data. Hal ini memungkinkan fokus tim penjualan pada aktivitas utama seperti membangun hubungan dengan pelanggan. SFA juga memudahkan akses terhadap informasi pelanggan secara real-time untuk menunjang pengambilan keputusan strategis.

Tantangan yang dihadapi perusahaan distribusi tanpa penerapan SFA dan kurangnya tim yang efisien. Antara lain kapasitas terbatas yang menyebabkan keterlambatan pengiriman, ketidakakuratan data, serta kurangnya akses informasi real-time yang dapat menghambat proses pengambilan keputusan. Hal ini berpotensi merugikan reputasi bisnis dan mengganggu hubungan dengan pelanggan, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan seiring peningkatan layanan yang lebih cepat dan responsif. Dengan menerapkan SFA berpotensi meningkatkan produktivitas tim penjualan di industri distribusi dengan mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, serta memfasilitasi pengambilan keputusan berbasis data akurat dan terkini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhassan, N. (2018). Assessing the Effect of Sales Force Automation on Sales Force Performance in the Sekondi-Takoradi Metropolis, Ghana. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i9/4675>
- Anggraini, E. (2023). Lika-liku Sales Force Automation untuk Tingkatkan Produktivitas dan Efisiensi Penjualan. In *HELIOS - Infrastructure, Digital IT, and Cloud Solutions Provider*.
- Fikri, A., & Hasugian, L. P. (2019). Sistem Informasi Distribusi Produk pada CV. Trianom Agrotektur. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 9(2), 122–131. <https://doi.org/10.34010/jamika.v9i2.1976>
- Franck, R., & Damp erat, M. (2022). Influence of sales force automation on salesperson performance: A study of interpersonal and intrapersonal mediators. *Recherche et Applications En Marketing (English Edition)*, 37, 59–85. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:253728312>
- Holloway, B. B., Deitz, G. D., & Hansen, J. D. (2013). The Benefits of Sales Force Automation (SFA): An Empirical Examination of SFA Usage on Relationship Quality and Performance. *Journal of Relationship Marketing*, 12(4), 223–242. <https://doi.org/10.1080/15332667.2013.846735>
- Hoyle, J. A., Dingus, R., & Wilson, J. H. (2020). An exploration of sales forecasting: sales manager and salesperson perspectives. *Journal of Marketing Analytics*, 8(3), 127–136. <https://doi.org/10.1057/s41270-020-00082-8>
- Isdianti, H. (2023). Apa itu Sales Force Automation dan Pentingnya Untuk Bisnis. In *Barantum*. <https://www.barantum.com/blog/sales-force-automation/>
- Jridi, K., & Chaabouni, A. (2021). The Effects of Organizational Absorptive Capacity, Professional Experience and Training over the Use of Sales Force Automation. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 19, 15–32. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:235584251>
- Jridi, K., Chaabouni, A., & Triki, A. (2019). Reconciliation of deterministic and knowledge management approaches for a better understanding of SFA’s impact on salespersons’ performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 49(3), 353–371. <https://doi.org/10.1108/VJKMS-11-2018-0103>

- Karya, S., Suhartono, J., & Candra, S. (2017). Sales Force Automation dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Pelanggan. *Jurnal ULTIMA InfoSys*, 8(1), 29–34. <https://doi.org/10.31937/si.v8i1.553>
- Mahlamäki, T., Storbacka, K., Pylkkönen, S., & Ojala, M. (2020). Adoption of digital sales force automation tools in supply chain: Customers' acceptance of sales configurators. *Industrial Marketing Management*, 91(August), 162–173. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.024>
- Naqvi, A., & Akber, I. (2019). Impact of Sales Force Automation System on Performance of Salesman: Pakistani Companies' Perspective. *Sir Syed University Research Journal of Engineering & Technology*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:198571675>
- Naval Cartalla, K. F., & G. Esguerra, A. (2022). Performance Level of Sales Force Automation System in a Logistics and Distribution Company. *Asia-Pacific Journal of Information Technology and Multimedia*, 11(02), 89–96. <https://doi.org/10.17576/apjitm-2022-1102-07>
- Oetama, R. S. (2023). DEVELOPING SALES FORCE AUTOMATION PROTOTYPE AT INDONESIAN FURNITURE TRADING COMPANY. *IJISCS (International Journal of Information System and Computer Science)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:264573938>
- Palupi, E. S. (2022). Web-Based Customer Services Management Implementation For The Sales Division. *Jurnal Riset Informatika*, 5(1), 565–572. <https://doi.org/10.34288/jri.v5i1.485>
- Park, C., Li, L., & Cho, A. (2016). A Study on the Factors Influencing on the Salesperson's Resistance to SFA. *Journal of the Korea Society of IT Services*, 15, 15–31. <https://doi.org/10.9716/KITS.2016.15.3.015>
- Prayuda, J. A., & BulialiPublished, J. L. (2017). Studi Kelayakan Aplikasi Sales Force Automation pada PT. Semesta Nustra Distrindo. *Sisfo*, 06(02), 213–230. <https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2017.01.005>
- Saleh, Y., & Omar, M. (2015). Perception of sales managers, sales persons and customers towards sales force automation technology in Palestine. *Jordan Journal of Mechanical and Industrial Engineering*, 9(1), 67–74.
- samafitsby. (2023). Panduan Lengkap Sales Force Automation (SFA) untuk Bisnis - PT Samafitro - Surabaya | One Stop Solution Provider. In *PT.Samafitro cabang Surabaya | Pusat Printer | Canon | HP Indigo Print | Indonesia – Samafitro Pusat Printer dengan service terbaik*.
- Vivi Sahfitri. (2018). Sistem Informasi Penjualan Dengan Menerapkan Metode Sales Force Automation. *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 20(3), 214–223.