
PERANAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) TERHADAP KINERJA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK DI PT. PUSRI PALEMBANG

Oleh

Miftahul Huda¹, Trisninawati²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma Palembang

E-mail : ¹miftahulhuda.13@gmail.com, ²trisninawati@binadarma.ac.id

Article History:

Received: 27-12-2023

Revised: 14-01-2024

Accepted: 25-01-2024

Keywords:

HR Competency, Product Promotion, Training

***Abstract:** Increased product promotion at PT. Pusri Palembang can be done through the competence of human resources (HR). This study aims to determine the role of human resource (HR) competence on employee performance in improving product promotion at PT. Pusri Palembang. This study used qualitative descriptive method. The results obtained from this study are the role of human resource (HR) competence at PT. Pusri Palembang is very influential in improving product promotion, through training provided by the company*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu, dan apabila tercapai barulah dapat dikatakan berhasil. Untuk mencapai keberhasilan, diperlukan sumber daya manusia yang kompeten. Dengan demikian, kompetensi menjadi sangat berguna untuk membantu organisasi meningkatkan kinerjanya. Kompetensi sangat diperlukan dalam setiap proses sumber daya manusia (Anwar, 2010). Sumber Daya Manusia yang berbasis kompetensi dapat meningkatkan kapasitas dan membangun pondasi perusahaan karena apabila orang-orang yang bekerja dalam organisasi memiliki kompetensi yang tepat sesuai dengan tuntutan pekerjaannya, maka dia akan mampu baik dari segi pengetahuan, keterampilan maupun mental serta karakter produktifnya (Sudarmanto, 2009). Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut (Moeheriono, 2012).

Kompetensi menjelaskan apa yang dilakukan orang ditempat kerja pada berbagai tingkatan dan memperinci standar masing-masing tingkatan, mengidentifikasi karakteristik, pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan oleh individual yang memungkinkan menjalankan tugas dan tanggung jawab secara efektif sehingga mencapai standar kualitas profesional dalam bekerja, dan mencakup semua aspek catatan manajemen kinerja, keterampilan dan pengetahuan tertentu, sikap, komunikasi, aplikasi, dan pengembangan. Permintaan tenaga kerja dengan standar kompetensi tertentu semakin meningkat. Perubahan lingkungan bisnis yang terjadi ini mengarah pada pengakuan pentingnya sumber daya manusia sebagai sumber keunggulan bersaing bagi organisasi. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi tinggi dipandang dapat mendukung peningkatan kinerja karyawan dan memberikan kontribusi dalam keuntungan atau profit, yang nantinya menentukan masa depan perusahaan.

PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Pusri) adalah perusahaan yang didirikan sebagai

pelopor produsen pupuk urea di Indonesia pada tanggal 24 Desember 1959 di Palembang Sumatera Selatan, dengan nama PT Pupuk Sriwidjaja (Persero). Pusri memulai operasional usaha dengan tujuan utama untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di industri pupuk dan kimia lainnya. Keberhasilan perusahaan tersebut tidak lepas dari pencapaian kinerja yang baik secara individu maupun kelompok. Departemen Pendukung Pemasaran berperan dalam melaksanakan distribusi dan pemasaran pupuk bersubsidi kepada petani sebagai bentuk pelaksanaan Publik Service Obligation (PSO) untuk mendukung program pangan nasional dengan memprioritaskan produksi dan pendistribusian pupuk bagi petani di seluruh wilayah Indonesia. Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, salah satu cara yang harus dilakukan oleh PT Pusri adalah promosi. Dengan promosi PT Pusri dapat menyampaikan informasi mengenai kualitas, harga, merk, dan informasi lainnya. Promosi juga dapat dilakukan untuk membujuk, mengajak, dan menyakinkan kepada konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan. Promosi adalah sebuah kegiatan komunikasi penjualan agar produk atau jasa di perusahaan dikenal oleh masyarakat serta dapat mempengaruhi masyarakat agar tertarik .

Terdapat keterkaitan erat antara kompetensi karyawan dan efektivitas promosi produk. Karyawan yang memiliki pengetahuan mendalam tentang produk, keterampilan komunikasi yang baik, dan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang pasar dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan penjualan dan citra merek. Peranan kompetensi dalam lingkup perusahaan merupakan hal penting yang harus diketahui. Karena, kompetensi menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Karyawan atau pegawai yang tidak memiliki kompetensi dapat menghambat kinerjanya dalam menjalankan tugasnya, dan jika hal tersebut terjadi maka akan menimbulkan suatu masalah bagi sebuah Perusahaan. Hal ini sesuai dengan PT. Pupuk Sriwidjaja yang bertujuan untuk mempromosikan produk-produk yang ada sehingga PT. Pupuk Sriwidjaja membutuhkan sumberdaya yang kompeten agar bisa berdaya saing dengan PT. Pupuk lainnya. Berdasarkan hal tersebut, telah memperkuat penulis sehingga tertarik melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui peranan kompetensi SDM terhadap kinerja karyawan dalam meningkatkan promosi produk. Sehingga penulis dapat mengetahui apa saja peran kompetensi SDM. Maka penulis tertarik untuk menyusun laporan akhir studi independen tentang **“Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Promosi Produk Di PT Pusri Palembang”**.

LANDASAN TEORI

1. Kompetensi

Kompetensi adalah kemampuan individu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan benar dan memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal- hal yang menyangkut pengetahuan (knowledge), keahlian (skill), dan sikap (attitude) (Edison dkk, 2016). Kompetensi adalah kemampuan, pengetahuan dan keterampilan, sikap, nilai, perilaku dan karakteristik seseorang yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan tertentu dengan tingkat kesuksesan secara optimal (Hermawan dkk, 2006). Kompetensi merupakan pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, yang menjadi bagian dari dirinya, sehingga dia biasa menjalankan penampilan kognisi, afeksi, dan perilaku

psikomotorik tertentu (Sudarmanto, 2009). Kompetensi merupakan landasan dasar karakteristik orang dan mengindikasikan cara berperilaku atau berpikir, menyamakan situasi, dan mendukung untuk periode waktu yang cukup lama (Wibowo, 2017). Dari berbagai pandangan di atas dapat di garis bawahi bahwa kompetensi merupakan kemampuan menjalankan tugas atau pekerjaan dengan dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan didukung oleh sikap yang menjadi karakteristik individu.

2. Kinerja Karyawan

Kinerja atau biasa disebut performance, yaitu hasil dari apa yang telah dikerjakan atau prestasi kerja. Namun sebenarnya kinerja memiliki makna lebih luas, bukan hanya hasil dari apa yang telah dikerjakan, tetapi juga bagaimana proses pekerjaan tersebut berjalan. Pengertian kinerja menurut Mangkunegara (Salam, 2021) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja karyawan dipengaruhi oleh banyak faktor, faktor dari dirinya sendiri dan dari luar. Faktor dari dalam dirinya sendiri adalah pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang dimiliki, motivasi kerja, kepribadian, sikap, dan perilaku yang mempunyai pengaruh pada kinerja. Faktor dari luar dirinya antara lain gaya kepemimpinan atasan, hubungan antar karyawan, dan lingkungan kerja tempat karyawan bekerja. Menurut Mardjuni (Syafurudin, 2021). Kinerja juga adalah bentuk implementasi dari rencana yang telah disusun dengan mengedepankan kapasitas sumber daya. Kinerja yang baik tidak lepas dari kerja sama antara atasan dan bawahan dalam menjalin hubungan kerja dan memberikan motivasi kepada karyawan agar terciptanya suasana kerja yang harmonis dan disamping itu kepemimpinan atasan di dalam sebuah organisasi perusahaan juga menjadi salah satu faktor keberhasilan suatu organisasi.

Kinerja karyawan merupakan hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan memiliki tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya. Setiap kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan perkembangan perusahaan adalah wujud dari performa atau kinerja karyawan. dalam hal ini, perusahaan harus bisa memantau kinerja setiap karyawan apakah karyawan tersebut. Perusahaan harus menyadari potensi tenaga kerja mereka karena lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Memiliki kinerja karyawan yang tinggi, akan meningkatkan tingkat produktivitas perusahaan dengan demikian akan meningkatkan keuntungan perusahaan. berdasarkan penelitian menurut Naharudin dan Sadegi dalam jurnal (Novriani Gultom & Nurmaysaroh, 2021) membuktikan kinerja karyawan tergantung pada kemauan dan juga keterbukaan karyawan itu sendiri dengan dirinya dan orang lain dalam melakukan pekerjaan. Selanjutnya dia menyatakan adanya kemauan dan keterbukaan karyawan dalam menjalankan tugasnya, dapat meningkatkan produktivitas karyawan yang juga berujung pada kinerja.

3. Promosi Produk

Pengertian Promosi Menurut (Fandy Tjiptono, 2015). Pengertian promosi adalah komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan juga produknya agar masyarakat bisa menerima, membeli dan juga loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.. Pengertian Promosi Menurut Philip Kotler (2016), adalah proses strategi pemasaran sebagai bentuk komunikasi dengan pasar melalui komposisi marketing mix. Pengertian Promosi Menurut Indriyo Gitosudarmo (2000), adalah kegiatan yang dilakukan

untuk mempengaruhi calon konsumen agar mereka bisa mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada mereka dan lalu mereka senang dan mau membeli produk tersebut. Pengertian Promosi Menurut Basu Swastha (2008), adalah promosi yang dilakukan secara satu arah yang dibuat guna mempengaruhi pihak lain agar bisa menciptakan pertukaran di dalam pemasaran. Pengertian Promosi Menurut Louis E. Boone & David L. Kurtz (2002), adalah upaya untuk membujuk, memberikan informasi, dan (mempengaruhi keputusan pembelian. Dapat ditarik kesimpulan promosi merupakan strategi pemasaran yang dilakukan upaya untuk membujuk, memberikan informasi, dan mempengaruhi keputusan pembelian agar terjadinya pertukaran didalam pemasaran.

4. Pelatihan

Menurut Hasibuan (2017), pelatihan merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi, hal ini dikarenakan dengan adanya pelatihan para pegawai, secara sistematis kemampuan pegawai akan bertambah, dengan bertambahnya kemampuan dan keterampilan pegawai akan memudahkan pegawai dalam melaksanakan tugas – tugas yang diberikan oleh atasan atau akan memudahkan pegawai dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya dalam bekerja, sehingga dengan adanya pelatihan, akan meningkatkan efektivitas kerja pegawai. Menurut Hasibuan (2017). Pelatihan adalah proses belajar dengan menggunakan metode dan serta Teknik tertentu dalam upaya meningkatkan kecakapan dan keterampilan seseorang atau beberapa orang. Setiap organisasi dengan memberikan pelatihan kepada sumber daya manusia yang dimilikinya tentunya berharap dengan pelatihan tersebut akan memaksimalkan pencapaian hasil kerja pegawai. Menurut Mangkunegara dan Prabu (2011), pelatihan adalah proses belajar atau pembelajaran seseorang pegawai dengan tujuan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai kemampuan dalam melaksanakan tugas – tugas dalam bekerja. Berdasarkan beberapa pengertian pelatihan dari definisi, maka dapat disimpulkan pelatihan adalah proses belajar dengan menggunakan metode dan serta Teknik tertentu dalam upaya meningkatkan kecakapan dan keterampilan seseorang atau beberapa orang.

METODE PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis data, yaitu :

- a. Data Primer (*Field Research*) Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung dilokasi penelitian. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:
 - ❖ Interview (wawancara) adalah suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang bersangkutan dalam lingkungan sosial untuk memperoleh data yang berhubungan dengan pembahasan.
 - ❖ Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan terhadap objek pelaporan untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilaporkan melakukan pengamatan dan pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap masalah yang akan dibahas.
- b. Data Sekunder

Merupakan data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Penelitian mendapatkan data sekunder dari buku-buku, majalah, hasil lapangan dan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang dengan populasi sebanyak 11 orang. Dan pengumpulan data dilakukan dengan cara mendapatkan langsung dari responden. Teknik pengambilan data yang digunakan didalam penelitian ini ialah observasi dan wawancara.

Metode atau cara untuk melakukan pengumpulan data melalui dua tahap yaitu tahap yang pertama dengan melakukan observasi pada unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang, kemudian memberikan pertanyaan-pertanyaan yang dapat menambah informasi bagi peneliti dengan melakukan wawancara kepada karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang.

1. Gambaran Umum Responden

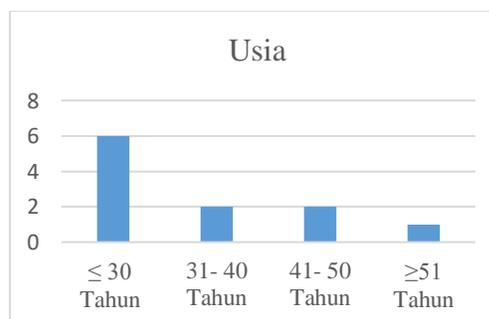
Penelitian ini dilakukan pada seluruh karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang yang berjumlah 11 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Dari wawancara tersebut maka dapatlah gambaran umum mengenai karakteristik responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan lama bekerja.

a. Berdasarkan Usia

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden
1	≤ 30 Tahun	6
2	31- 40 Tahun	2
3	41- 50 Tahun	2
4	≥51 Tahun	1
Jumlah		11

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 11 orang/responden, 6 orang berusia ≤ 30 tahun, 2 orang berusia 31- 40 tahun, 2 orang berusia 41-50 tahun, dan 1 orang berusia ≥51 Tahun. Dengan demikian usia karyawan paling dominan dari responden adalah yang berusia ≤ 30 Tahun.



Gambar 1. Grafik Usia

- b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Laki-Laki	8
2	Perempuan	3
Jumlah		11

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 11 orang/responden, 8 orang berjenis kelamin laki-laki, dan 3 orang berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian jumlah karyawan laki-laki lebih banyak dibandingkan karyawan perempuan.



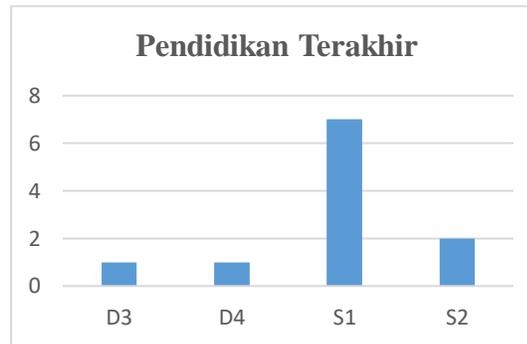
Gambar 2. Grafik Jenis Kelamin

- c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden
1	D3	1
2	D4	1
3	S1	7
4	S2	2
Jumlah		11

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 11 orang/responden, 1 orang berpendidikan terakhir D3, 1 orang berpendidikan terakhir D4, 7 orang berpendidikan terakhir S1, dan 2 orang berpendidikan S2. Dengan demikian karyawan yang paling dominan adalah S1.



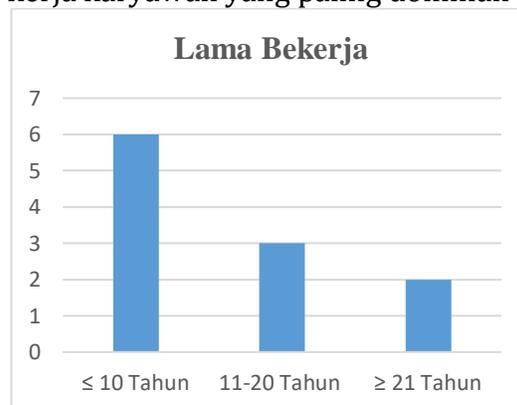
Gambar 3. Grafik Pendidikan Terakhir

d. Berdasarkan Lama Bekerja

No	Masa Kerja	Jumlah Responden
1	≤ 10 Tahun	6
2	11-20 Tahun	3
3	≥ 21 Tahun	2
Jumlah		11

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 11 orang/responden, 6 orang memiliki masa kerja ≤ 10 tahun, 3 orang memiliki masa kerja 11-20 tahun, dan 2 orang memiliki masa kerja ≥ 21 tahun. Dengan demikian masa kerja karyawan yang paling dominan adalah ≤ 10 tahun.



Gambar 4. Grafik Lama Bekerja

2. Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang

Kompetensi karyawan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan karakteristik kepribadian yang mempengaruhi secara langsung terhadap kinerjanya yang dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan dari hasil wawancara serta telah dilaksanakan pemantauan di lapangan yang telah peneliti lakukan, maka dapat dijabarkan mengenai peran kompetensi

yang tentu saja mempengaruhi dalam meningkatnya promosi produk di PT. Pusri Palembang.

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan Karyawan PT. Pusri Palembang, tentang apa saja kompetensi karyawan yang dibutuhkan di PT. Pusri Palembang, mengatakan bahwa :

“... pada dasarnya PT. Pusri Palembang hanya merekrut tenaga kerja sesuai kebutuhan posisi atau jabatan yang kosong, seperti misalnya dibutuhkan posisi Agronomis, maka PT. Pusri Palembang akan merekrut tenaga kerja ahli di bidang pertanian. Jadi kompetensi yang dibutuhkan adalah berdasarkan posisi atau jabatan yang dibutuhkan.

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan Karyawan PT. Pusri Palembang, tentang apa saja kompetensi karyawan yang dibutuhkan di PT. Pusri Palembang, mengatakan bahwa :

“... dalam perekrutan karyawan perlu didasari oleh 2 kompetensi yang harus dipenuhi, yaitu soft kompetensi dan hard kompetensi. Soft kompetensi ialah yang berkaitan dengan perilaku SDM tersebut mengenai kemampuannya mengolah data dan menyelesaikan persoalan yang berkaitan dengan tugas dan kewajibannya. Sedangkan hard kompetensi berkaitan dengan kemampuan dan pengetahuan SDM dalam melakukan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya dengan baik, seperti menguasai komputer yaitu microsoft office yang mana akan membantu kinerjanya.

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan Karyawan PT. Pusri Palembang, tentang apa saja kompetensi karyawan yang dibutuhkan di PT. Pusri Palembang, mengatakan bahwa :

“...proses perekrutan karyawan yang dilakukan oleh Marketing Support di PT. Pusri Palembang dalam mendapatkan karyawan menggunakan 3 tahap yaitu, seleksi administrasi, seleksi tertulis dan pengetahuan, serta interview. Proses dari penempatan karyawan ini mempunyai kualifikasi yang sangat ketat sehingga akan menetapkan seseorang pada jabatan yang tepat atau sesuai dengan keahliannya. Kualifikasi tersebut antara lain, keahlian, pendidikan, karakter, bakat, dan pengabdian.

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

Berdasarkan hasil diatas bahwa kompetensi yang dibutuhkan oleh perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan posisi atau jabatan yang diperlukan, seperti misalnya membutuhkan posisi untuk Agronomis, maka perusahaan akan merekrut tenaga kerja ahli di bidang pertanian.

3. Indikator yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan di Unit Kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang

Menurut Robbins (2016:260) indikator kinerja adalah alat untuk mengukur sejauh mana pencapaian kinerja karyawan. Berikut beberapa indikator untuk mengukur kinerja karyawan adalah :

a. Kualitas

Kualitas kerja karyawan dapat diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap ketrampilan dan kemampuan karyawan (Robbins, 2016:260).

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang mengatakan bahwa :

“...kualitas kerja dapat digambarkan dari tingkat baik buruknya hasil kinerja karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang dalam menyelesaikan pekerjaan juga kemampuan dan keterampilan karyawan dalam mengerjakan tugas yang diberikan padanya. Kualitas kerja karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang sudah berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat berdasarkan karyawan yang mengerjakan pekerjaan sesuai dengan apa yang ditugaskan...”

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

b. Kuantitas

Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan (Robbin, 2016:260)

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang mengatakan bahwa :

“...kuantitas yaitu sesuatu yang dapat diukur dari jumlah atau banyaknya suatu hal yang diselesaikan oleh karyawan sehingga kinerja karyawan dapat diukur melalui jumlah unit/siklus tersebut. Karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan prosedur yang diinginkan...”

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

c. Ketepatan waktu

Ketepatan waktu merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain. (Robbin,2016:260)

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang mengatakan bahwa :

“...ketepatan waktu karyawan mengacu pada kemampuan karyawan untuk tiba dan memulai pekerjaan, pertemuan, atau tugas pada waktu yang ditentukan. Karyawan di PT. Pusri Palembang menyelesaikan pekerjaan sesuai yang ditugaskan kepadanya, sehingga tidak mengganggu pekerjaan yang lain yang merupakan bagian dari tugas karyawan tersebut. Ketepatan waktu mencerminkan profesionalisme dan tanggung jawab dalam menjalankan tugas sehari-hari sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan lingkungan kerja yang teratur di Marketing Support PT. Pusri Palembang..”

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

d. Efektifitas

Efektifitas merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi dan bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya (Robbins, 2016)

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang mengatakan bahwa :

“...efektifitas karyawan mencerminkan sejauh mana mereka mencapai tujuan dan memenuhi tanggung jawabnya. Marketing Support di PT. Pusri Palembang memiliki karyawan yang dapat bekerja secara efektif dalam tim, berkontribusi, dan membangun hubungan positif dengan rekan kerjanya..”

(hasil wawancara tanggal 20 desember 2023)

4. Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja Karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang

Kompetensi Sumber Daya Manusia adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut (Wibowo,2017 :272). Semakin meningkatnya kinerja karyawan dan semakin lama ia bekerja pada perusahaan, pengetahuan karyawan juga harus semakin ditingkatkan dengan mengadakan pelatihan karyawan. Kompetensi SDM dalam PT. Pusri Palembang memiliki pengaruh yang cukup baik bagi perkembangan PT. Pusri Palembang itu sendiri. Kompetensi menjadi sangat penting untuk membantu perusahaan dalam menciptakan budaya kinerja yang tinggi.

Dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan karyawan di Marketing Support PT. Pusri Palembang, mendapatkan informasi mengenai pendidikan terakhir karyawan :

No	Nama	Pendidikan Terakhir
1	BENNY FARLO	S2 Manajemen SDM
2	RIYAN MARIZKA	D3 Teknik Elektro
3	DERY CIPTA	S1 Teknik Elektro
4	TAUFIK AFRIZAL	S1 Manajemen
5	INGGIT INAHERTIKA	S2 Marketing
6	NANDA NADYA	S1 Pendidikan
7	RIZKA YURIARTIKA	S1 DKV
8	GIANTO	S1 Agribisnis
9	SUBAGUS DWI FADLI	S1 Pertanian
10	MUFTI SYAFINNUHA	D4 Budidaya Tanaman Perkebunan
11	ANDRE WIJAYA	S1 Pertanian

Sumber : Hasil Wawancara Karyawan Marketing Support PT. Pusri Palembang.

Berdasarkan tabel diatas bahwa kemampuan sumber daya manusia di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang sangat produktif sesuai pendidikan terakhir hampir 80% menyandang gelar S1 dan berkualifikasi untuk memenuhi kompetensi. Berikut data kompetensi yang dimiliki oleh karyawan pada unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang :

No	Nama	Mengikuti Pelatihan
1	BENNY FARLO	40 Kali
2	RIYAN MARIZKA	25 Kali
3	DERY CIPTA	25 Kali
4	TAUFIK AFRIZAL	23 Kali
5	INGGIT INAHERTIKA	50 Kali
6	NANDA NADYA	4 Kali
7	RIZKA YURIARTIKA	-
8	GIANTO	-
9	SUBAGUS DWI FADLI	1 Kali
10	MUFTI SYAFINNUHA	1 Kali
11	ANDRE WIJAYA	-

Sumber : Hasil Wawancara Karyawan Marketing Support PT. Pusri Palembang.

Dengan demikian kompetensi sumber daya manusia di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang sudah baik sesuai dengan berapa kali karyawan mengikuti pelatihan yang diadakan. Hampir 80% karyawan telah mendapatkan pelatihan sesuai dengan bidang pekerjaannya, sehingga karyawan mampu untuk meningkatkan promosi produk dengan kompetensi yang dimilikinya.



Gambar 1. Diagram Pelatihan Karyawan

Dari pelatihan yang diikuti tersebut karyawan mendapatkan banyak manfaat, diantaranya :

1. Meningkatkan kompetensi yang dimiliki karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang.
2. Meningkatkan kinerja karyawan dalam mempromosikan produk di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang.

3. Meningkatkan pelayanan pelanggan menjadi lebih baik di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang.
4. Meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang.

Dan 20% karyawannya belum pernah mengikuti pelatihan hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan dan karyawan itu sendiri seperti:

1. Karyawan belum maksimal meningkatkan kinerja pada bidang pekerjaannya.
2. Karyawan kurang maksimal dibidang pekerjaannya
3. Timbulnya rasa tidak puas terhadap kinerja karyawan tersebut.
4. Hasil kerja karyawan belum cukup sesuai dengan tujuan perusahaan

Dengan uraian diatas dapat dipahami bahwa peran kompetensi karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang sangat penting bagi perusahaan sesuai dengan Michael Zwell sebagaimana yang dikutip oleh (Wibowo:2008) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kecakapan kompetensi seseorang, yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan dan nilai-nilai

Keyakinan orang tentang dirinya maupun terhadap orang lain akan sangat memengaruhi perilaku. Apabila mereka tidak kreatif dan inovatif, mereka tidak akan berusaha berfikir tentang cara baru atau berbeda dalam melakukan sesuatu. Setiap orang harus berpikir positif baik terhadap dirinya maupun orang lain dan menunjukkan ciri orang yang berpikir kedepan.

2. Keterampilan

Keterampilan merupakan peran penting di kebanyakan kompetensi. Berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang dapat dipelajari, dipraktikkan, dan diperbaiki. Keterampilan yang menulis juga dapat diperbaiki dengan instruksi, praktik dan umpan balik. Dengan memperbaiki keterampilan berbicara di depan umum dan menulis, individu akan meningkat kecakapannya dalam kompetensi tentang perhatian terhadap komunikasi. Pengembangan keterampilan yang secara spesifik berkaitan dengan kompetensi dapat berdampak baik pada budaya organisasi dan kompetensi individual.

3. Pengalaman

Keahlian dari banyak kompetensi memerlukan pengalaman mengorganisasikan orang, komunikasi di hadapan kelompok, menyelesaikan masalah, dan sebagainya. orang yang tidak pernah berhubungan dengan organisasi besar dan kompleks tidak mungkin mengembangkan kecerdasan organisasi untuk memahami dinamika kekuasaan dan pengaruh dalam lingkungan.

4. Karakteristik Kepribadian

Dalam kepribadian termasuk banyak faktor yang diantaranya sulit untuk berubah. Akan tetapi, kepribadian bukannya sesuatu yang tidak dapat berubah. Kenyataannya, kepribadian seseorang dapat berubah sepanjang waktu. Orang merespon dan berinteraksi dengan kekuatan dan lingkungan sekitarnya. Kepribadian dapat mempengaruhi keahlian seorang karyawan dalam sejumlah kompetensi, termasuk dalam penyelesaian konflik, menunjukkan kepedulian interpersonal,

kemampuan bekerja dalam tim, memberikan pengaruh dalam membangun hubungan.

5. Motivasi

Motivasi merupakan faktor dalam kompetensi yang dapat berubah. Dengan memberikan dorongan, apresiasi terhadap pekerjaan bawahan, memberikan pengakuan dan perhatian individual dari atasan dapat berpengaruh positif terhadap motivasi bawahan.

6. Isu Emosional

Hambatan emosional dapat membatasi penguasaan kompetensi. Takut membuat kesalahan, menjadi malu, merasa tidak disukai atau tidak menjadi bagian, semuanya cenderung membatasi motivasi dan inisiatif.

7. Kemampuan Intelektual

Kompetensi bergantung pada pemikiran kognitif seperti pemikiran konseptual dan pemikiran analitis. Faktor pengalaman dapat meningkatkan kecakapan dalam kompetensi.

8. Budaya Organisasi

Budaya organisasi mempengaruhi kompetensi sumber daya manusia dalam kegiatan sebagai berikut:

Praktik rekrutmen dan seleksi karyawan, untuk mempertimbangkan siapa di antara pekerja yang dimasukkan dalam organisasi dan tingkat keahliannya tentang kompetensi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian penelitian mengenai peranan kompetensi SDM terhadap kinerja karyawan dalam meningkatkan promosi produk di PT Pusri Palembang dapat disimpulkan bahwasannya kompetensi memang mempengaruhi kinerja para karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang. Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Berdasarkan pelatihan yang diikuti karyawan di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang memiliki kompetensi yang cukup baik, sebanyak 80% karyawan telah mengikuti pelatihan sedangkan 20% belum mengikuti pelatihan.

Semakin meningkatnya kinerja karyawan dan semakin lama ia bekerja pada perusahaan, pengetahuan karyawan juga harus semakin ditingkatkan dengan memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan yang ada di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang. Semakin meningkatnya keterampilan maka akan mampu meningkatkan kinerja karyawan, sehingga membentuk kinerja yang lebih baik lagi terhadap perusahaan. Semakin karyawan memiliki sikap kerja yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan, maka secara otomatis kinerja karyawan akan meningkat, salah satunya dalam meningkatkan promosi produk yang ada di unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang.

SARAN

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yang mungkin bermanfaat bagi unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang, yaitu :

1. Hasil penelitian ini mengenai peranan kompetensi SDM terhadap kinerja karyawan dalam meningkatkan promosi produk di pt pusri palembang yang menunjukkan

kondisi yang cukup baik, dan agar terus dilakukan peningkatan serta perbaikan secara terus menerus untuk kedepannya.

2. Unit kerja Marketing Support PT. Pusri Palembang harus mampu mempertahankan dan mengembangkan kinerja yang sudah cukup baik ini agar segala target dan tujuan perusahaan mampu dicapai secara maksimal.
3. Untuk mendorong kompetensi yang tinggi, hendaknya pimpinan dapat mendukung karyawan untuk lebih memiliki kompetensi diri dengan cara memberikan kepada seluruh karyawan pelatihan-pelatihan terkait tugas dan tanggung jawabnya seperti diikutkan diklat, seminar maupun pendidikan keahlian, sebagai wujud kepedulian organisasi untuk memberikan motivasi kepada karyawan sehingga terwujudnya tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anwar Prabu Mangkunegara. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosda, 2010.
- [2] Boone, Louis E & David L. Kurtz. *Pengantar Bisnis*. Erlangga: Jakarta. 2002.
- [3] Emron Edison, dkk. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [4] Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta, 2015.
- [5] Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta:BPFE, 2000.
- [6] Hasibuan, M.S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- [7] Mangkunegara, A. P., & Prabu, A. *Manajemen sumber daya perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- [8] Moehariono. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- [9] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Media Sosial Menurut Para Ahli*. Pakarkomunikasi.Com, 2017.
- [10] Rachman Hermawan dan Zulfikar Zen. *Etika Kepustakawanan*. Jakarta: CV.
- [11] Sagung Seto, 2006. Sudarmanto. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- [12] Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty. 2008.
- [13] Wibowo. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.