Analisa Pemilihan Sales Terbaik di PT. Enseval Putera Megatreding Tbk, Pematangsiantar dengan metode Profil Matching

Suharyadi¹, Saifullah², Eka Irawan³, Riski Sundari⁴

STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar
Jln. Jend Sudirman Blok A No.1-3 Pematangsiantar, Indonesia
suharrrr98@gmail.com

Abstract- *Abstract-Sales is the ability of a sales person to sell, which includes the process of selling that comes from the first step to the execution of a sale. So the understanding of sales person or salesmen here is an individual who offers a product in a sales process. In this case sometimes the leaders are confused in determining the best sales at PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematang Siantar. This study uses Profile Matching method. This report discusses the selection of the best SALES in PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematang Siantar Then calculates consistency using the Profile Matching method. If the consistent value is produced consistently, it can be used as a reference to rank the best sales at PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematang Siantar. For the results of all tests can be generated that it is easier to determine the best sales, and become input to the management in lifting the best sales to become permanent employees.*

Keywords: *Sales, Decision Support System, Profile Matching, PT. Enseval Putera Megatrading*

Abstrak- *Abstrak-Sales adalah kecakapan seorang sales dalam menjual yang meliputi proses dalam penjualan yang di mualai dari langkah pertama sampai dengan terlaksananya suatu penjualan. Jadi pengertian sales person atau salesmen di sini adalah individu yang menawarkan suatu produk dalam suatu proses penjualan. Dalam hal ini terkadang pimpinan bingung dalam mentukan sales terbaik di PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematang Siantar. Penelitian ini menggunakan metode Profile Matching. Laporan ini membahas tentang pemilihan SALES terbaik di PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematang Siantar Kemudian menghitung konsistensi menggunakan metode Profile Matching. Jika nilai konsisten dihasilkan konsisten, dapat dijadikan acuan untuk memberikan peringkat dari sales yang terbaik di PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematang Siantar. Untuk hasil dari seluruh pengujian dapat dihasilkan bahwa lebih mudah dalam menentukan sales terbaik, dan menjadi masukan terhadap pihak manajemen dalam mengangkat sales terbaik menjadi karyawan tetap.*

Kata kunci: *Sales, SPK, Profile Matching, PT. Enseval Putera Megatrading*

1. PENDAHULUAN

Sales adalah seorang laki-laki atau perempuan yang direkrut oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau barang yang langsung berhubungan dengan usaha pemasaran produk (KBBI/Kamus Besar Bahasa Indonesia). Mengambil keputusan dalam pemilihan *Sales* dihadapkan pada permasalahan yang cukup kompleks, mereka dituntut untuk mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti kualitas pemasaran, pelayanan dan model. Untuk meningkatkan kualitas *Sales*, tentu perlu dukungan dari perusahaan. Segala bentuk dukungan sudah semestinya

diperlukan dalam hal menganalisa *Sales* yang memiliki potensi baik. Melihat dari peningkatan para *Sales* yang setiap tahunnya meningkat, perusahaan harus mengerti kebutuhan para *Sales* tersebut supaya tetap datang pada tepat waktu dan menjalankan tugas-tugas yang di berikan oleh perusahaan tersebut. Sumber data ini dikumpulkan berdasarkan data jumlah *Sales* yang dihasilkan oleh PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, dan merupakan perusahaan multinasional yang mendistribusikan berbagai macam produk. PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRRADING Tbk, yang berpusat di JAKARTA. Perusahaan ini tercatat pada tahun 1994. Sistem pendukung keputusan merupakan sistem Informasi interaktif yang menyediakan informasi, pemodelan, informasi interaktif yang menyediakan informasi, pemodelan, dan pemanipulasian data yang digunakan untuk membantu pengambilan keputusan pada situasi pemodelan, dan pemanipulasian data yang digunakan untuk membantu pengambilan keputusan pada situasi yang semi-terstruktur dan tidak terstruktur dimana untuk membantu pengambilan keputusan pada situasi yang semi-terstruktur dan tidak terstruktur [1].

Berdasarkan latar belakang tersebut maka perusahaan perlu mengambil sebuah keputusan dalam pemilihan *Sales* terbaik, yang mana pemilihan *sales* terbaik tersebut diharapkan akan meningkatkan kinerja *sales* serta pemasaran dan penjualan perusahaan. Permasalahan dalam pemilihan *sales* terbaik tersebut dapat diatasi menggunakan Sistem Pendukung Keputusan (*Decision Support System*). Dalam hal ini penulis mengambil sebuah metode yaitu *Profile Matching*. Metode ini penulis pilih karena Metode *Profile Matching* merupakan suatu proses yang sangat penting dalam manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dimana terlebih dahulu ditentukan kompetensi (kemampuan) yang diperlukan oleh suatu jabatan. Kompetensi kemampuan tersebut haruslah dapat dipenuhi oleh *sales* atau calon yang akan dinilai kinerjanya. Untuk itu penulis mengambil judul **"ANALISA PEMILIHAN SALES TERBAIK DI PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, MENUNAKAN METODE PROFILE MATCHING"**. Diharapkan analisa ini dapat dijadikan kontribusi untuk perusahaan dalam hal peningkatkatan kinerja yang ada di tempat perusahaan, dukungan pelatihan peningkatan layanan dan kinerja serta dukungan sosialisasi perusahaan agar kinerja *Sales* akan semakin meningkat dimasa yang akan datang.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menguraikan cara ilmiah untuk mengumpulkan dan menganalisa data, lokasi dan waktu dalam pengumpulan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

a. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses pengadaan data primer, untuk kebutuhan suatu penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu memanfaatkan perputakaan sebagai sarana dalam mengumpulkan data, dengan mempelajari buku-buku sebagai bahan referensi. Hal ini dilakukan dengan membaca tulisan berupa buku dan jurnal yang berkaitan dengan kasus yang diangkat oleh penulis.
2. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*) yaitu penelitian yang dilakukan

secara langsung dilapangan dengan menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

- a) Observasi metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung di PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk. Terhadap berbagai kegiatan yang ada .
- b) Wawancara dilakukan dengan proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya (*interview*) dengan pihak yang ditanya atau penjawab (*interview*).
- b. Analisis Data, dalam melakukan sebuah penelitian salah satu komponen yang paling penting adalah data penelitian, dimana data tersebut yang nantinya akan diolah untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat.
- c. Analisa Permasalahan, penulis dapat menyimpulkan bahwa permasalahan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini adalah bagaimana menentukan *Sales* terbaik di PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk.
- d. Metode Profile Matching adalah sebuah mekanisme pengambilan keputusan dengan mengasumsikan bahwa terdapat variable predicator yang ideal yang harus dimiliki, bukannya tingkat minimal yang harus dipenuhi atau dilewati dalam proses Metode Profile Matching Modelling secara garis besar merupakan proses membandingkan antara nilai data actual dari suatu profile yang akan dinilai dengan nilai profil yang diharapkan, sehingga dapat diketahui perbedaan kompetensinya (disebut juga gap)[2].
- e. Perancangan Flowchart

Flowchat adalah penggambaran secara grafik dalam bentuk diagram alir dari suatu algoritma dalam suatu program yang menyatakan arah alur program dalam menyelesaikan suatu masalah. Berikut adalah *flowchart* cara kerja *Profile Matching* :

Gambar 1. *Flowchart Metode Profile Matching*

- f. Perhitungan Manual Profile Matching
- Pada tahap ini proses perhitungan manual dengan menggunakan rumus Metode Profile Matching. Berikut langkah-langkah penyelesaian yang dilakukan penulis dalam perangkingan jumlah *sales*.

1. Data yang akan di perangkingan

Tabel 1. Data sales PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk.

NO	NAMA SALES / Alternatif
1.	Yogi (A1)
2.	Zulham (A2)
3.	Mulyadi (A3)
4.	Rudiman (A4)
5.	Jefri Bule (A5)
6.	Ebanzer Hasibuan (A6)
7.	Amad Jais (A7)
8.	Eko (A8)
9.	Putra (A9)
10.	Adi Tirta (A10)
11.	Marjoni (A11)
12.	Lintona (A12)
13.	Karmala (A13)
14.	Heri (A14)
15.	Ali Imran (A15)
16.	Ferryal (A16)
17.	Bambang (A17)
18.	Faisal Halif (A18)
19.	Goldfriston(A19)
20.	Sendi Halim(A20)

Metode *Profile Matching* merupakan salah satu metode yang sederhana dalam sistem pendukung keputusan dengan membandingkan GAP antara nilai Alternatif dan Kriteria. Ada beberapa hal yang diketahui tentang Analisis GAP, salah satu diantaranya adalah tabel nilai bobot GAP. Selain itu analysis GAP ini juga harus memahammi konsep skala prioritas, karena di dalam pembuatan bobot dengan range 0-5 berdasarkan prioritas setiap kriteria. Berikut ini adalah bobot nilai GAP pada Metode *Profile Matching* yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Keterangan Bobot Nilai GAP

NO	Selisih	Bobot Nilai	Keterangan
1	0	5	Tidak ada selisih kompetensi sesuai dengan di butuhkan
2	1	4,5	Kompetensi individu kelebihan 1 tingkat/level
3	-1	4	Kompetensi individu kekurangan 1 tingkat/level
4	2	3,5	Kompetensi individu kelebihan 2 tingkat/level
5	-2	3	Kompetensi individu kekurangan 2 tingkat/level
6	3	2,5	Kompetensi individu kelebihan 3 tingkat/level
7	-3	2	Kompetensi individu kekurangan 2 tingkat/level
8	4	1,5	Kompetensi individu kelebihan 4 tingkat/level
9	-4	1	Kompetensi individu kekurangan 4 tingkat/level

Tabel 3. Sampel Data Kriteria

No	Nama Kreteria	Presentase	Nilai Bobot Profile Pencapaian	Tipe Target	Nilai Tipe Target
1	Sikap Kerja	45%			
	-Tanggung Jawab		5	Core	60
	-Kejujuran		3	Core	
	-Displin		2	Secondary	40
2.	Hasil Perstasi Kerja	25%			
	-Kecakapan		4	Core	60
	-Keterampilan		3	Secondary	40
	-Pengalaman		3	Secondary	
3.	Kesehatan	20%			
	-Memiliki Riwayat Penyakit		2	Secondary	40
	-Tidak Memiliki Riwayat Penyakit		5	Core	60
4	Perilaku	10%			
	-Kepatuhan		5	Core	60
	-Kesungguhan		3	Secondary	40

Berdasarkan data di atas, berikut ini adalah data asumsi dari nilai bobot alternatif yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. Nilai Asumsi Bobot Profile Matching

Nilai Asumsi Bobot Profile Matching		
No	Keterangan Bobot	Nilai Bobot
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Cukup	3
4	Kurang	2
5	Sangat Kurang	1

Langkah I: Menormalisasi Data berdasarkan nilai bobot Profile Matching yaitu :

Tabel 5. Nilai Normalisasi Bobot

No	Nama Alternatif	Sub C1.1	Sub C1.2	Sub C1.3	Sub C2.1	Sub C2.2	Sub C2.3	Sub C3.1	Sub C3.2	Sub C4.1	Sub C4.2
1.	A1	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4
2.	A2	5	4	3	5	4	4	2	5	5	4
3.	A3	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5
4.	A4	5	4	4	4	5	5	1	4	4	3
5.	A5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5
6.	A6	5	4	4	5	5	5	2	5	4	4
7.	A7	5	4	5	4	5	5	2	4	4	5
8.	A8	5	4	4	5	5	4	2	4	4	5
9.	A9	4	4	4	5	5	4	1	4	4	4

No	Nama Alternatif	Sub C1.1	Sub C1.2	Sub C1.3	Sub C2.1	Sub C2.2	Sub C2.3	Sub C3.1	Sub C3.2	Sub C4.1	Sub C4.2
10.	A10	5	5	4	5	4	3	4	3	4	4
11.	A11	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4
12.	A12	5	5	5	4	5	4	2	4	4	3
13.	A13	4	5	4	5	4	5	4	2	4	5
14.	A14	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4
15.	A15	5	4	5	4	4	5	4	2	5	3
16.	A16	5	5	4	5	4	3	4	2	2	3
17.	A17	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4
18.	A18	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4
19.	A19	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5
20.	A20	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5

Langkah II: Menghitung Nilai Mapping GAP yang bersumber dari analisis GAP

Tabel 6. Mapping GAP

No	Nama Alternatif	GAP C1.1	GAP C1.2	GAP C1.3	GAP C2.1	GAP C2.2	GAP C3.3	GAP C3.1	GAP C3.2	GAP C4.1	GAP C4.2
1.	A1	4	4,5	2,5	5	4,5	3,5	4,5	4	4	4,5
2.	A2	5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	5	5	5	4,5
3.	A3	5	4,5	2,5	4,5	3,5	4,5	4,5	4	5	3,5
4.	A4	5	4,5	3,5	5	3,5	3,5	4	4	4	5
5.	A5	5	3,5	2,5	5	4,5	3,5	4,5	4	4	3,5
6.	A6	5	4,5	3,5	4,5	3,5	3,5	5	5	4	4,5
7.	A7	5	4,5	2,5	5	3,5	3,5	5	4	4	3,5
8.	A8	5	4,5	3,5	4,5	3,5	4,5	5	4	4	3,5
9.	A9	4	4,5	3,5	4,5	3,5	4,5	4	4	4	4,5
10.	A10	5	3,5	3,5	4,5	4,5	5	3,5	3	4	4,5
11.	A11	5	4,5	2,5	5	4,5	3,5	3,5	3	4	4,5
12.	A12	5	3,5	2,5	5	3,5	4,5	5	4	4	5
13.	A13	4	3,5	3,5	4,5	4,5	3,5	3,5	2	4	3,5
14.	A14	4	4,5	2,5	5	3,5	4,5	5	4	4	4,5
15.	A15	5	4,5	2,5	5	4,5	3,5	3,5	2	5	5
16.	A16	5	3,5	3,5	4,5	4,5	5	3,5	2	2	5
17.	A17	5	4,5	2,5	5	3,5	4,5	5	4	4	4,5
18.	A18	5	4,5	2,5	4,5	3,5	3,5	3,5	3	5	4,5
19.	A19	5	4,5	2,5	5	3,5	4,5	4,5	4	5	3,5
20.	A20	5	4,5	3,5	4,5	4,5	4,5	2,5	3	5	3,5

Langkah 3: Menghitung Nilai Rata-rata *Core Factor* dan Nilai rata *Secondary Factor* yaitu sebagai berikut:

$$NCF = \frac{\sum NC}{\sum CI} \quad (1)$$

Keterangan:

NCF : Nilai rata-rata core factor

NC : Jumlah total nilai core factor

IC : Jumlah item core factor

$$NSF = \frac{\sum NS}{\sum IS} \quad (2)$$

Keterangan:

NSF : Nilai rata-rata Secondary factor

NS : Jumlah total nilai Secondary factor

IS : Jumlah item Secondary factor

Cara menghitung untuk mendapatkan nilai core factor dan sencondary factor untuk kriteria 1 Alternatif 1:

$$NCF\ 1 = (4 + 4,5) / 2 = 4,25$$

$$NSF\ 1 = 2,5 / 1 = 2,5$$

Nilai Core Factor dan Sencondary Factor Untuk Kriteria 2 Alternatif 1:

$$NCF\ 1 = 5 / 1 = 5$$

$$NSF\ 1 = (4,5 + 3,5) / 2 = 4$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai core factor dan secondary factor, selanjutnya menghitung nilai total dari kriteria dan core factor dan secondary factor yaitu sebagai berikut:

Nilai dari semua Core Factor dan Sendarary Factor Keriteria 1

$$\text{Alternatif 1: } (60 / 100 * 4,25) + (40 / 100 * 2,5) = 3,55$$

Nilai dari semua Core Factor dan Sendarary Factor Keriteria 2

$$\text{Alternatif 1: } (60 / 100 * 5) + (40 / 100 * 4) = 4,6$$

Langkah 4: Melakukan Prengkingan.

Berdasarkan Data Nilai NCF dan NSF, maka berikut ini adalah perangkingan dari *Metode Profile Matching (anlysis gap)* yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Alternatif 1: } & (45/100*3,55) + (25/100*4,6) + (20/100*4,2) + (10/100*4,2) \\ & = 4,008 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Alternatif 2: } & (45/100*4,65) + (25/100*4,5) + (20/100*5) + (10/100*4,8) \\ & = 4,698 \end{aligned}$$

Tabel 7. Perangkingan Profile Matching

NO	Nama Alternatif	Nilai Akhir	Keterangan
1.	A1	4,008	Rangking13
2.	A2	4,698	Rangking 1
3.	A3	4,088	Rangking 8
4.	A4	4,253	Rangking 3
5.	A5	3,968	Rangking 15
6.	A6	4,358	Rangking 2
7.	A7	4,093	Rangking 7
8.	A8	4,248	Rangking 4
9.	A9	4,073	Rangking 9
10.	A10	3,988	Rangking 14

11.	A11	3,943	Rangking 16
12.	A12	4,068	Rangking 10
13.	A13	3,618	Rangking 20
14.	A14	4,048	Rangking 11
15.	A15	3,903	Rangking 17
16.	A16	3,768	Rangking 19
17.	A17	4,183	Rangking 5
18.	A18	3,878	Rangking 18
19.	A19	4,163	Rangking 6
20.	A20	4,038	Rangking 12

Maka dari itu dapat disimpulkan dari hasil perhitungan ini yang mendapatkan Rangking 1 (satu) adalah (Alternatif 2), dan mendapat Rengking 2 (dua) adalah (Alternatif 6), mendapat Rengking 3 (tiga) adalah (Alternatif 4).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelum. Berdasarkan metodologi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penulis mengusulkan sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pihak perusahaan, khususnya dalam melakukan pendataan dan atau melakukan perengkingan jumlah *sales* yang ada di perusahaan dengan memanfaatkan metode Profile Mathcing. Berikut tampilan aplikasi sistem informasi data sales PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematangsianatar.yang ingin diususkan penulis.

a. Halaman Login Database

Halaman Login Database merupakan halaman yang tampil pertama sekali ketika pengguna sistem mengakses sistem informasi perusahaan. Berikut gambar tampilan halaman *login database*:

Gambar 1. Form Login

b. Tampilan Grafik Hasil Rengking

From ini ditunjukan Tampilan yang Garafik Hasil Rengkingan dibuat oleh sitem, Tampilan nilai berbentuk Garafik Hasil akhir dapat dilihat pada gambar 4.31 dibawah ini:

Gambar 2. Tampilan Garafik Hasil Rengkingan

Setelah rancangan sistem dilakukan uji sistem sebelum dilaksanakan implementasi sistem untuk melihat apakah hasil program telah sesuai atau tidak.

4. KESIMPULAN

Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Sales* Terbaik di PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematangsiantar.

Dengan *Metode Profile Matching* Beberapa Kesimpulan lain, Penerapan Algoritma Profile Matching dalam menentukan sales terbaik di PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematangsiantar dapat disimpulkan pemilihan sales terbaik menggunakan Sistem Pendukung Keputusan mempunyai unjuk kerja yang lebih baik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk, Pematangsiantar dengan hasil A2. Dalam menentukan kriteria pemilihan Sales tebaik sudah ditetapkan oleh pihak perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Satria, N. Atina, M. E. Simbolon, and A. P. Windarto, "SPK: ALGORITMA MULTI-ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT) PADADESTINASI TUJUAN WISATA LOKAL DI KOTA SIDAMANIK," vol. 3, no. 2, pp. 168–172, 2018.
- [2] A. Setiawan, Sutardi, Tajidun, LM, 2017, and J. T. Informatika, "SPK Penilaian Dan Pemberian Bonus Salesman Pada Matarak Kendari Menggunakan Profile Matching," *semantik*, vol. 3, no. 1, pp. 199–208, 2017
- [3] I. Parlina, A. P. Windarto, A. Wanto, and M. R. Lubis, "Memanfaatkan Algoritma K-Means Dalam Menentukan Pegawai yang Layak Mengikuti Asessment Center," *CESS (Journal Comput. Eng. Syst. Sci.)*, vol. 3, no. 1, pp. 87–93, 2018.
- [4] A. P. Windarto, "Implementation of Data Mining on Rice Imports by Major Country of Origin Using Algorithm Using K-Means Clustering Method," *Int. J. Artif. Intell. Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 26–33, 2017.
- [5] Sudirman, A. P. Windarto, and A. Wanto, "Data mining tools | rapidminer : K-means method on clustering of rice crops by province as efforts to stabilize food crops in Indonesia," in *IOP Conference Series*, 2018, pp. 1–8.