



Indonesian Journal of Economics,  
Management and Accounting

## Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting

Vol. 3, No. 6, Juni 2026  
Hal 1080-1088

E-ISSN : 3032-0550  
P-ISSN : 3032-1891

Site : <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema>

# Analisis Kebutuhan Pelatihan Berbasis Kompetensi Untuk Meningkatkan Kinerja *Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB)* Di Matahari *Departement Store* Balikpapan

Tresnawati<sup>1</sup>, Alif Muallim<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Terbuka, Kalimantan Timur, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Juni 22, 2026

Revised Juni 22, 2026

Accepted Juni 22, 2026

#### Kata Kunci:

Manajemen Sumber Daya Manusia,  
Prosedur Perekrutan,  
Seleksi.

#### Keywords:

*Human Resource Management,  
Recruitment Procedures,  
Selection.*

### ABSTRAK

Manajemen Sumber Daya Manusia sangat penting bagi perusahaan dalam mengelola, mengatur dan menangani sehingga dapat berfungsi secara produktif, efektif, dan efisien agar tercapainya tujuan perusahaan. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penting bagi PT Matahari Departement Store Balikpapan karena pekerja menentukan sukses atau tidaknya perusahaan dalam merealisasikan sasaran operasional bisnis dan rencana pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai penerapan pelatihan berbasis kompetensi Sales Promotion Girl (SPG) di PT Matahari Departement Store Balikpapan. Dalam penyusunan karya ilmiah ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penulis melakukan pengolahan data dan informasi yang didapatkan melalui wawancara secara langsung dengan narasumber yang ada di PT Matahari Departement Store Balikpapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pelatihan berbasis kompetensi SPG di PT Matahari Department Store Balikpapan telah dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan, yaitu perekrutan terbuka, seleksi administrasi, wawancara, dan pelatihan, yang mendukung efektivitas penempatan tenaga kerja.

### ABSTRACT

*Human Resource Management plays a crucial role in helping companies manage, organize, and utilize their workforce effectively, productively, and efficiently to achieve organizational goals. Human Resources (HR) are one of the key factors for PT Matahari Department Store Balikpapan, as employees determine the company's success in achieving its operational business targets and business development plans. This study aims to explain the implementation of competency-based training for Sales Promotion Girls (SPGs) at PT Matahari Department Store Balikpapan. The data collection method used in this study is qualitative research. The author processed data and information obtained through direct interviews with informants at PT Matahari Department Store Balikpapan. The results indicate that the implementation of competency-based SPG training at PT Matahari Department Store Balikpapan has been carried out systematically through several stages, including open recruitment, administrative screening, interviews, and training, which support the effectiveness of workforce placement.*

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



*Corresponding Author:*

Tresnawati  
Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Terbuka,  
Kalimantan Timur, Indonesia  
Email: 049527543@ecampus.ut.ac.id

---

## 1. PENDAHULUAN

Tujuan pembangunan nasional adalah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia agar tercapainya masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Tenaga kerja memegang peran yang sangat penting dalam pembangunan nasional sebagai pelaku sekaligus sasaran pembangunan. Keahlian sumber daya manusia merupakan salah satu keunggulan yang dapat digunakan untuk bersaing. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik akan meningkatkan produktivitas suatu perusahaan. Sumber daya manusia merupakan faktor yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam mencapai target operasional maupun pengembangan bisnis [1].

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah individu yang bekerja sebagai penggerak, perencana, dan pelaksana dalam suatu organisasi atau perusahaan. Tujuan utama MSDM adalah mengoptimalkan kinerja dan potensi karyawan agar perusahaan dapat mencapai tujuan strategisnya, sekaligus menciptakan lingkungan kerja yang positif dan menjamin kesejahteraan setiap individu di dalam organisasi. Fungsi MSDM meliputi perencanaan, pengelolaan, pengembangan kompetensi, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan karier, manajemen kinerja, serta hubungan kerja karyawan [2].

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan tidak hanya dituntut menciptakan keunggulan kompetitif, tetapi juga mengembangkan sumber daya manusia yang adaptif, kreatif, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pengembangan kompetensi karyawan menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan produktivitas, kualitas pelayanan, dan daya saing organisasi [3]. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kompetensi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan, baik secara langsung maupun melalui program pelatihan yang diberikan perusahaan [4],[5].

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi karyawan adalah melalui pelatihan yang dirancang berdasarkan kebutuhan nyata organisasi. Pelatihan yang tepat dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja karyawan sehingga berdampak pada peningkatan kinerja individu maupun organisasi [6]. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan program pelatihan, perusahaan perlu melakukan analisis kebutuhan pelatihan (*Training Needs Analysis* atau TNA) agar pelatihan yang diberikan sesuai dengan kesenjangan kompetensi yang ada [7].

Pendekatan pelatihan berbasis kompetensi (*competency-based training*) dinilai lebih efektif karena berfokus pada kemampuan yang benar-benar dibutuhkan dalam pelaksanaan pekerjaan. Melalui pemetaan kompetensi, organisasi dapat mengidentifikasi kesenjangan antara kompetensi yang dimiliki karyawan dengan kompetensi yang dipersyaratkan oleh jabatan sehingga program pengembangan yang disusun menjadi lebih tepat sasaran [8]. Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kompetensi mampu meningkatkan performa kerja, efektivitas pekerjaan, dan pencapaian target organisasi secara signifikan [9].

PT Matahari Department Store Balikpapan merupakan salah satu perusahaan ritel modern yang bergerak dalam penjualan berbagai produk fashion, kecantikan, dan gaya hidup. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang ritel, kualitas pelayanan kepada pelanggan menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya saing perusahaan. Dalam hal ini, Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB) memiliki peran penting sebagai ujung tombak perusahaan karena berinteraksi langsung dengan konsumen dan

berkontribusi terhadap pencapaian target penjualan. Kinerja SPG/SPB yang optimal akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan perusahaan [10].

Namun demikian, pencapaian kinerja yang optimal memerlukan kompetensi yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi kebutuhan pengembangan kompetensi karyawan melalui analisis kebutuhan pelatihan. Dengan melakukan analisis kebutuhan pelatihan berbasis kompetensi, perusahaan dapat merancang program pelatihan yang lebih tepat sasaran, efektif, dan efisien dalam meningkatkan kinerja SPG/SPB. Selain itu, hasil analisis kebutuhan pelatihan dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam menyusun strategi pengembangan sumber daya manusia secara berkelanjutan [7],[8].

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil yang mendalam tentang Analisis Kebutuhan Pelatihan Berbasis Kompetensi Untuk Meningkatkan Kinerja Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB) Di PT Matahari Departemen Store Balikpapan. Berdasarkan informasi yang diterima langsung dari pihak terkait. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data non-numerik yang berupa kata, penjelasan terkait dengan proses pelatihan SPG/SPB. Data primer yang digunakan penelitian ini adalah data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan HRD atau manajer pelatihan di Matahari Department Store Balikpapan ditambah dengan beberapa SPG yang pernah menjalani proses pelatihan sampai menjadi karyawan tetap.

Selanjutnya penulis menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data dengan bantuan pedoman wawancara yang tertera pada daftar pertanyaan disamping hasil observasi dan dokumentasi. Serta observasi langsung terhadap proses rekrutmen bila memungkinkan, dan merekam dokumen terkait. Kemudian, data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis ini mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan mendalam tentang pelatihan berbasis kompetensi untuk meningkatkan kinerja SPG/SPB di perusahaan tersebut.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum PT Matahari *Department Store* Cabang Balikpapan

PT Matahari Department Store Tbk merupakan perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1972 dan membuka toko pertamanya pada tahun 1958 di Pasar Baru, Jakarta. Matahari Department Store Balikpapan adalah salah satu perusahaan yang memunculkan produk *fashion* yang berkualitas untuk masyarakat Balikpapan, khususnya untuk kelas menengah dengan lebih dari 100 gerai di 66 kota bagian Indonesia dengan total karyawan Rp50.000 orang dan 800 pemasok lokal, secara langsung Matahari memasok lebih dari 80% produk *fashion*. Selain itu, Matahari juga mengembangkan platform situs belanja online untuk memudahkan masyarakat belanja tanpa harus keluar rumah. Yaitu Mataharistore.com, selain mempermudah platform digital itu juga bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar. Matahari Departemen Store Balikpapan merupakan salah satu gerai yang mendukung tercapainya strategi bisnis.

Salah satu cabang yang mendukung pertumbuhan tersebut adalah Matahari Department Store Balikpapan yang berlokasi di kawasan perbelanjaan strategis seperti Plaza Balikpapan (BC) dan Balikpapan Superblock (BSB). Gerai ini tidak hanya menyediakan berbagai macam produk *fashion* dan gaya hidup bagi masyarakat Kalimantan Timur, tetapi juga membuka lapangan pekerjaan khususnya bagi tenaga kerja lokal. Prosedur pelatihan SPG Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB) di cabang ini dilakukan secara sistematis mulai dari seleksi administrasi, wawancara awal produk, hingga pelatihan layanan pelanggan. Dengan standar nasional, Matahari Balikpapan memastikan setiap SPG/SPB memiliki kemampuan berkomunikasi, pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan, serta kemampuan layanan pelanggan untuk memberikan pengalaman berbelanja terbaik.

Pada tahun 2009, Perseroan melakukan spin off PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) menjadi PT Matahari Department Store Tbk (Matahari). Matahari menghadirkan produk berkualitas tinggi yang stylish dan pengalaman berbelanja yang sangat istimewa dengan berkolaborasi dengan para pemasok lokal dan internasional yang dipercaya untuk menawarkan berbagai produk dari merek eksklusif dan internasional terkini untuk memberikan berita. Posisi Matahari sebagai department store terkemuka Hanya dijual di gerai Perseroan, merek tersebut secara konsisten berada di antara merek terbaik di Indonesia.

### **3.2 Prosedur Pelatihan Berbasis Kompetensi Untuk Meningkatkan Kinerja *Sales Promotion Girl (SPG) Di Matahari Departement Store Balikpapan***

Prosedur Pelatihan Berbasis Kompetensi atau biasa disebut (PBK) untuk *Sales Promotion Girl/boy* (SPG & SPB) adalah metode pengembangan SDM yang difokuskan pada penguasaan keterampilan, pengetahuan, dan sikap kerja spesifik sesuai standar yang ditetapkan perusahaan, bertujuan untuk meningkatkan kinerja, penjualan, konversi, dan citra produk di lapangan. Berbeda dengan pelatihan tradisional, Pelatihan ini menekankan pada hasil yang dapat diukur dan relevan dengan tugas sehari-hari SPG dilapangan. Menurut Mohammad Al Hafidz (2023) pentingnya pembuatan aplikasi berbasis website oleh HRD perusahaan yang digunakan untuk menganalisis kebutuhan pelatihan bagi karyawan. Data-data yang diperlukan dalam pembuatan aplikasi didapatkan dari hasil pengamatan tidak terstruktur terkait proses pengadaan pelatihan saat ini serta hasil wawancara kepada pihak-pihak terkait. Pelatihan ini bertujuan untuk mengasah keterampilan calon SPG/SPB sebelum diturunkan ke lapangan. Kinerja SPG terjadi dikarenakan faktor Pelatihan kerja dan motivasi. Pelatihan kerja yang dilakukan perusahaan terus menerus akan meningkatkan kinerja SPG/SPB. Motivasi dari dalam diri spg juga mampu menjadikan semangat kerja yang lebih tinggi. Selain itu lingkungan kerja mendukung SPG/SPB dalam mengembangkan kinerjanya. Lingkungan kerja yang nyaman dan harmonis akan membantu tercapainya kinerja SPG/SPB.

Ilhami [11] menekankan bahwa tujuan dari pelatihan ini untuk menganalisis pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM). Serta dampaknya terhadap kinerja organisasi. Pengembangan SDM merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing dan efektivitas lembaga penelitian, khususnya dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi. Pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan kompetensi karyawan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas, inovasi penelitian, serta meminimalisir kesenjangan keterampilan dan meningkatkan motivasi kerja pegawai.

Fika Nurul Irmayanti [12] Pelatihan dasar (*basic training*) merupakan bagian penting dalam pengembangan sumber daya manusia, khususnya bagi karyawan baru di sektor agribisnis yang memiliki karakteristik kerja teknis dan berbasis standar operasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan dan efektivitas pelatihan dasar dalam meningkatkan kompetensi serta kinerja karyawan. pelaksanaan *basic training* berperan sebagai fondasi pembentukan kompetensi teknis, pemahaman prosedur kerja, serta perilaku kerja yang disiplin. Efektivitas pelatihan ditentukan oleh kesesuaian program dengan kebutuhan kerja, yang tercermin dari penerapan pelatihan berjenjang dan penyesuaian jumlah penyelenggaraan serta peserta pelatihan. Selain itu, integrasi pelatihan kepemimpinan menunjukkan orientasi perusahaan terhadap pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.

Pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai sarana peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga berperan dalam pembentukan sikap kerja, kedisiplinan, serta kesiapan kepemimpinan karyawan. Perspektif human capital memperkuat pandangan tersebut dengan menempatkan pelatihan sebagai investasi strategis yang berkontribusi terhadap produktivitas dan daya saing organisasi. Dengan demikian, pelatihan dapat dipahami sebagai proses berkelanjutan yang memerlukan integrasi antara perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk mencapai hasil yang maksimal. PT Matahari Departemen

Store Balikpapan adalah perusahaan agribisnis ritel fashion, temuan penelitian terdahulu tersebut menjadi sangat relevan mengingat karakteristik pekerjaan yang menuntut kompetensi teknis tinggi, kepatuhan terhadap standar operasional, serta disiplin kerja yang konsisten. Pelaksanaan basic training bagi karyawan baru diposisikan sebagai tahap awal dalam mempersiapkan tenaga kerja agar mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja yang kompleks dan berisiko tinggi. Oleh karena itu, pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai proses orientasi, tetapi juga sebagai fondasi pembentukan kompetensi dan perilaku kerja yang sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai kebutuhan pelatihan berbasis kompetensi untuk meningkatkan kinerja Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB) di Matahari Departemen Store Balikpapan. Ditemukan beberapa hal sebagai berikut:

#### 1. Penerimaan SPG

##### a. Pelamar yang berhasil lolos

Semua tahap seleksi akan dipertimbangkan untuk dipekerjakan sebagai SPG.

##### b. Setelah diterima

SPG akan menjalani pelatihan dan orientasi di Matahari Department Store.

Sesi bimbingan dan pembelajaran pertama mencakup dasar-dasar nilai perusahaan, aturan interaksi pelanggan, metode pembicaraan yang jelas, dan pemahaman tentang barang-barang merek. Pelatihan tambahan diberikan kepada SPG/SPB tentang metode presentasi produk yang menarik, strategi pemasaran langsung di lapangan, dan instruksi mendasar dalam pengoperasian platform penjualan yang digerakkan oleh teknologi yang digunakan oleh bisnis. Tugas ini dilakukan selama 2-3 hari sebelum penempatan kerja, dan tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap SPG/SPB dapat melakukan tugas dengan benar dan sesuai dengan aturan perusahaan.

#### 2. Prosedur dan Tahapan Pelatihan Berbasis Kompetensi

Prosedur pelatihan berbasis kompetensi (PBK) untuk SPG dan SPB dilakukan secara sistematis bertahap, agar pelatihan terarah, terukur, dan sesuai kebutuhan kerja. Berikut rincian setiap tahapannya:

##### a. Analisis Kebutuhan Pelatihan

Tahap awal untuk mengetahui apa saja kekurangan antara kinerja yang diharapkan dengan kinerja saat ini. Contohnya, jika penjualan rendah, berarti ada masalah dalam menawarkan barang, atau jika pelanggan banyak bertanya SPG dan SPB tidak dapat menjawab, berarti pengetahuan produk masih kurang. Hasil analisis ini menjadi dasar materi pelatihan yang akan dibuat, supaya pelatihan benar-benar menyelesaikan masalah.

##### b. Penyusunan Materi

Menyusun materi pelatihan harus berdasarkan standar kinerja yang berlaku, sehingga semua tugas SPG/SPB jelas, adapun materinya meliputi :

a. Product knowledge : pengetahuan lengkap tentang produk, itu sangat wajib dilakukan mulai dari keunggulan produk, cara menggunakan, harga sampai ke perbandingan dengan produk lain.

##### b. 3 siklus penjualan :

a. Persiapan : menyiapkan diri, dari penampilan sampai persiapan pengetahuan sebelum menyambut pelanggan yang datang.

b. Penawaran : cara menyapa, mendekati sampai menawarkan produk dengan baik dan menarik

c. Closing : cara menyakinkan pelanggan sampai akhirnya pelanggan memutuskan untuk membeli produk.

c. customer handling : cara menangani berbagai jenis pelanggan, mulai dari yang ramah, ragu-

ragu sampai yang mengeluh atau ramah.

3. Metode Pelatihan

Cara penyampaian materi dibagi menjadi dua pendekatan agar peserta dapat memahami teori sekaligus bisa mempraktikannya langsung.

- a. Pelatihan di dalam kelas : Dilakukan di ruang kelas atau ruangan khusus. Materi disampaikan lewat teori, lalu di praktikan lewat bermain peran sebagai penjual dan pembeli serta simulasi praktek jual beli. Tujuannya agar peserta berlatih tanpa tekanan langsung dari lingkungan kerjanya.
- b. Metode pelatihan langsung di lapangan/toko : Dilakukan langsung di toko/lapangan. Peserta dibimbing lewat coaching (pembinaan berkelanjutan), mentoring (pembimbingan dari yang lebih berpengalaman), dan joint visit (berkeliling atau melayani pelanggan bersama supervisor). Ini membantu peserta menerapkan ilmu langsung dalam kondisi nyata.

4. Pelaksanaan Pelatihan

Tahap penerapan materi yang sudah dipelajari. SPG/SPB diminta langsung mempraktikkan semua keterampilan yang didapat. Mulai dari cara berkomunikasi yang sopan, cara menjelaskan produk, hingga teknik menjual kepada pelanggan yang datang. Di sini peserta belajar lewat pengalaman nyata, sekaligus memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi saat melayani.

5. Penilaian Kompetensi

Evaluasi akhir untuk memastikan SPG/SPB sudah menguasai standar kerja yang ditetapkan. Penilaian mencakup tiga aspek antara lain:

- a. Kognitif : pemahaman teori, pengetahuan produk dan aturan kerja.
- b. Psikomotorik : keterampilan praktik, seperti cara berbicara, gerak tubuh, cara menata barang, dan teknik menjual.
- c. Efektif : sikap, keramahan, semangat kerja, dan cara berinteraksi dengan orang lain.

Jika lulus penilaian ini, berarti mereka sudah kompeten dan siap bekerja sesuai standar.

6. Evaluasi Kinerja

Pemantauan yang dilakukan setelah pelatihan selesai, untuk melihat apakah pelatihan benar-benar memberikan dampak positif. Diukur lewat dua hal utama:

- a. Peningkatan hasil penjualan : apakah omset penjualan naik setelah dilakukannya pelatihan ?
- b. Perilaku kerja : apakah sikap, cara melayani, dan kedisiplinan SPG/SPB menjadi lebih baik dan sudah sesuai dengan standar?

3. Proses pelaksanaan pelatihan berbasis kompetensi (PBK) bagi Kinerja SPG/SPB

Proses pelaksanaan pelatihan berbasis kompetensi (PBK) untuk sales promotion girl (SPG) dan sales promotion boy (SPB) adalah pendekatan sistematis untuk memastikan tenaga promosi memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai standar. Tujuan utama pelatihan ini adalah pada hasil yang nyata, yaitu peningkatan kemampuan komunikasi, product knowledge, teknik penjualan, serta sikap profesional di lapangan. Berikut adalah tahapan pelaksanaan pelatihan berbasis kompetensi untuk SPG/SPB:

a. Perencanaan dan analisis kebutuhan

Tahap awal berfokus pada penetapan standar kemampuan yang harus dimiliki SPG/SPB. Perusahaan mengidentifikasi kesenjangan keterampilan kerja, lalu menyusun modul pelatihan yang spesifik. Materi utama mencakup penguasaan informasi produk. Teknik komunikasi persuasif, standar penampilan dan pemahaman target penjualan.

b. Pelaksanaan pelatihan dan simulasi

Materi yang telah disusun langsung dipraktikkan melalui kombinasi teori kelas dan simulasi interaksi. Peserta melakukan latihan peran untuk menghadapi berbagai tipe konsumen, menangani keluhan, dan mempraktikkan teknik penutupan penjualan. Metode ini memastikan peserta tidak sekadar menghafal teori, tetapi mampu merespon situasi lapangan secara nyata dan profesional.

- c. Asesmen kinerja dan evaluasi kompetensi  
Peserta menjalani ujian praktik langsung di hadapan penilai untuk membuktikan kemampuan mereka. Evaluasi tidak menggunakan nilai angka tradisional, melainkan penilaian status kompeten atau belum kompeten berdasarkan standar baku perusahaan. Asesmen ini juga mencakup pengamatan langsung oleh supervisor saat SPG/SPB mulai ditempatkan di area kerja.
  - d. Pendampingan lapangan dan monitoring  
Setelah pelatihan selesai, tim supervisor atau team leader melakukan pemantauan berkala di lokasi kerja. Tahap ini memastikan seluruh perilaku, etika, dan teknik penjualan yang dipelajari selama pelatihan benar-benar diterapkan secara konsisten. Evaluasi berkala dilakukan dengan melihat grafik penjualan harian dan umpan balik langsung dari konsumen.
4. Pasca pelaksanaan pelatihan berbasis kompetensi bagi Kinerja SPG/SPB  
Pasca pelaksanaan pelatihan berbasis kompetensi, terjadi transformasi signifikan pada kinerja sales promotion girl /boy (SPG/SPB). Pelatihan ini mengubah mereka dari sekedar penjaga stand menjadi ujung tombak pemasaran yang persuasif dan berorientasi pada target. Berikut adalah penjabaran detail mengenai apa yang terjadi pasca pelatihan bagi kinerja SPG dan SPB :
- a. Peningkatan penguasaan produk  
Sebelumnya, SPG/SPB mungkin hanya menghafal brosur. Setelah pelatihan, mereka sudah memahami detail spesifikasi, keunggulan teknis, hingga nilai tambahan produk. Mereka mampu menjelaskan fitur yang rumit menjadi manfaat yang mudah dipahami
  - b. Keterampilan komunikasi dan persuasi lebih efektif  
Pelatihan melatih teknik komunikasi verbal dan non-verbal. SPG/SPB belajar cara melakukan pendekatan yang tidak agresif namun menarik, mendengarkan kebutuhan pelanggan secara aktif dan menggunakan teknik persuasi yang tepat untuk mengiringi konsumen membeli tanpa merasa dipaksa.
  - c. Kepercayaan diri dan penguasaan emosi yang lebih baik  
Interaksi dengan berbagai karakter pelanggan seringkali menguras emosi. Pelatihan memberikan simulasi menghadapi penolakan atau keluhan pelanggan dengan kepala dingin. Ketika SPG/SPB merasa kompeten dan menguasai keadaan, kepercayaan diri mereka akan terpancar, yang membuat pelanggan lebih percaya pada informasi yang mereka sampaikan.
  - d. Peningkatan angka penjualan  
Ini adalah inti dari poin-poin sebelumnya. Dengan penguasaan produk yang baik dan teknik persuasi yang efektif, rasio konversi dari yang hanya bertanya menjadi membeli akan meningkat. Pelatihan juga biasanya mencakup teknik up-selling dan cross-selling, sehingga nilai transaksi pelanggan pun bisa menjadi lebih besar.
  - e. Peningkatan loyalitas pelanggan  
Pelayanan yang baik memberikan pengalaman berbelanja memuaskan bagi konsumen. Konsumen akan kembali ke toko jika mereka merasa terbantu oleh staf yang informatif dan ramah. Hubungan yang baik antara SPG/SPB dan konsumen adalah hal penting untuk membangun loyalitas jangka panjang.
  - f. Peningkatan kemampuan display dan penataan produk  
Kinerja SPG/SPB bukan hanya bisa berbicara, tapi juga estetika area kerja. Pelatihan berbasis kompetensi mengajarkan bagaimana menata produk agar terlihat menarik, memastikan stok selalu tersedia dirak, dan menjaga kebersihan area. Display yang rapi adalah hal yang sangat penting untuk menarik pelanggan.
  - g. Evaluasi dan pemantauan kinerja yang terukur

Setelah pelatihan, kinerja SPG/SPB tidak lagi dinilai berdasarkan asumsi, melainkan indikator yang jelas. Mereka menjadi lebih sadar akan target harian, mingguan, dan bulanan. Hal ini memudahkan manajemen untuk melakukan supervisi, memberikan umpan balik yang objektif. Dalam proses pelatihan yang sedang berlangsung di Matahari Department Store Balikpapan, ada beberapa masalah kompleks yang berdampak pada efisiensi pelatihan, terutama untuk Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB). Salah satu tantangan utama adalah pergantian karyawan yang signifikan, terutama dalam peran SPG/SPB yang biasanya memiliki durasi kerja yang singkat karena beban kerja yang berat dan peluang karir jangka panjang yang terbatas. SPG/SPB harus memiliki keterampilan penting seperti berbicara dengan baik, perilaku profesional, dan penampilan yang sesuai dengan norma-norma perusahaan. Metode pilihan yang ketat sering membutuhkan waktu karena beradaptasi dengan aturan setiap perusahaan

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa analisis kebutuhan pelatihan berbasis kompetensi untuk meningkatkan kinerja Sales Promotion Girl/Boy (SPG/SPB) di matahari departemen store Balikpapan telah dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang cukup sistematis, mulai dari perekrutan kandidat melalui lowongan kerja, seleksi administrasi, wawancara, hingga pelatihan. Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa SPG/SPB yang direkrut memiliki kualifikasi dan kemampuan komunikasi yang baik sesuai dengan kebutuhan perusahaan di bidang ritel. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala seperti keterbatasan akses dan website yang belum optimalnya proses pelatihan berbasis kompetensi.

#### REFERENSI

- [1] I. Astarina, T. Fitrio, A. Hapsila, A. Supriyadi, and D. Cahyono, "The Role of Training in Mediating the Effect of Competence, Compensation on Employee Performance," *Jurnal Economia*, vol. 18, no. 1, pp. 1–13, 2022, doi: 10.21831/economia.v18i1.42881.
- [2] D. Prasetyo, E. Hadiyati, and S. Mulyono, "Analysis of Motivation, Training, Competence and Employee Performance," *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, vol. 4, no. 1, 2023, doi: 10.52300/jmso.v4i1.8690.
- [3] P. S. Putra, D. A. Laila, H. Hariyati, and H. Aima, "Analysis of the Influence of Competency Development and Compensation Systems on Employee Performance," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, vol. 2, no. 2, 2025, doi: 10.59837/jpnmb.v2i2.482.
- [4] N. Prestiany and K. F. Ferine, "The Effect of Competence on Performance With Training as an Intervening Variable," *International Journal of Society and Law*, vol. 2, no. 2, 2024, doi: 10.61306/ijsl.v2i2.164.
- [5] E. Pujiastuti, "Analisis Kompetensi Pelatihan dan Pengawasan terhadap Kinerja Karyawan PT Toyota Astra Motor," *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 14, no. 1, 2025, doi: 10.34127/jrlab.v14i1.1334.
- [6] B. Balele, H. Hariyanti, and K. Kustiany, "Pelatihan, Penilaian Kinerja, dan Kompetensi terhadap Kinerja Pegawai," *Journal of Business Administration*, vol. 2, no. 1, 2022, doi: 10.31963/jba.v2i1.3450.
- [7] R. G. Priyadarshini and D. Dave, "Competency-based Training Needs Assessment Model," *Management and Labour Studies*, vol. 37, no. 3, pp. 195–207, 2012, doi: 10.1177/0258042X13484834.
- [8] M. A. Zahra and M. C. Ihsan, "Training Needs Analysis in Competency Improvements to Support Employee Performance," *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, vol. 5, no. 2, pp. 541–554, 2026, doi: 10.37676/jambd.v5i2.10623.
- [9] R. Arslan and N. T. Uzaslan, "Impact of Competency-Based and Target-Oriented Training on Employee Performance," *Industry and Higher Education*, vol. 31, no. 5, pp. 289–292, 2017, doi: 10.1177/0950422217715199.

- [10] R. G. A. Manao and Aminudin, "Pengaruh Pelatihan Berbasis TNA (Training Need Analysis) terhadap Kinerja Karyawan PT Talenta Anugerah Pratama Tangerang," *Liquidity*, vol. 12, no. 2, 2023, doi: 10.32546/lq.v12i2.2688.
- [11] Ilhami, H., Musyrifah, W. A., Umani, A. F. C., & Setianingrum, N. (2025). Pengembangan Kompetensi SDM Dan Pelatihan Di Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Jenggawah: Analisis Kebutuhan Dan Dampak Terhadap Kinerja Organisasi. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*,1(6),56-60.
- [12] Irmayanti, F. N., Anjelia, A. F. T., Imana, A. S., Novalisa, P. S., & Leilasariyanti, Y. (2026). Analisis Kebutuhan dan Efektivitas Pelatihan Dasar dalam Meningkatkan Kompetensi Serta Kinerja Karyawan di PT Astra Agro Lestari Tbk. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*,2(04),2609-2621.