

ABSTRAK

ANALISIS ADOPTI SALES EXCELLENCE PROGRAM (SEP) PADA PERUSAHAAN XYZ: PENDEKATAN KARAKTERISTIK INOVASI PERSEPSIAN

Christin Susilo

16/407173/PEK/22408

XYZ adalah sebuah lembaga yang menaungi sejumlah pabrik bubur kayu dan kertas di Indonesia dan masing-masing dikelola secara independen. XYZ meluncurkan *Sales Excellence Program* (SEP), yaitu sebuah aplikasi seluler dengan platform SAP-CRM yang ditujukan untuk tim penjualan yang berguna untuk mengatur jadwal kunjungan, mencatat aktivitas kunjungan, mencatat profil dan informasi pelanggan, memberikan informasi kompetitor hingga info mesin.

Tingkat adopsi tim penjualan terhadap SEP yang belum 100% menjadi masalah untuk perusahaan yang membutuhkan data dari tim penjualan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini untuk menganalisis tingkat adopsi SEP pada perusahaan XYZ berdasarkan delapan dimensi karakteristik inovasi persepsian, dan memberikan rekomendasi atau usulan perbaikan bagi perusahaan agar tingkat adopsi SEP dapat lebih baik lagi. Metoda pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pengisian kuesioner terhadap responden sebanyak 83 orang dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa dari perhitungan nilai rata-rata pada kedelapan dimensi rerangka PCI, dimensi keuntungan relatif mendapat nilai rata-rata tertinggi dan dimensi dapat diuji coba mendapat nilai rata-rata terendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa tim penjualan dapat merasakan keuntungan dari penggunaan SEP dalam pekerjaan mereka, menganggap SEP lebih baik dari teknologi yang pernah ada, namun merasa kurangnya kesempatan untuk dapat menguji coba SEP. Secara keseluruhan, ada empat dimensi PCI yang masuk dalam kriteria tinggi, dan empat dimensi lainnya masuk dalam kriteria sedang, sehingga masih memungkinkan adanya ruang untuk perbaikan lagi bagi perusahaan untuk meningkatkan tingkat adopsi SEP kedepannya.

Kata kunci : Karakter Inovasi Persepsian, Tingkat Adopsi Inovasi, *Sales Excellence Program*

ABSTRACT

**SALES EXCELLENCE PROGRAM (SEP) ADOPTION ANALYSIS
IN XYZ COMPANY: PERCEIVED CHARACTERISTICS OF
INNOVATION APPROACH**

Christin Susilo

16/407173/PEK/22408

XYZ is an establishment of several independent pulp and paper mills in Indonesia. XYZ launches the Sales Excellence Program (SEP), a mobile application with SAP-CRM platform for sales team to manage visit schedules, record visit activities, record customer profiles and information, provide competitor information and machine info.

Sales team's SEP adoption level that has not been 100% is a problem for company that need data from the sales team. Thus, this research purpose is to analyze the level of SEP adoption in XYZ based on the eight dimensions of perceived characteristics of Innovation, and provides recommendations to company for a better SEP adoption level. The data collection method used in this study was by filling out questionnaires with 83 respondents using descriptive analysis techniques and quantitative approaches.

Based on the data analysis that has been carried out, it can be concluded from the calculation of the average score of the eight dimensions of the PCI, that relative advantage gets the highest average score and trialability get the lowest average score. This shows that sales team feel the advantages of using SEP in their work, considering SEP is better than technology that ever existed, but also feel the lack of opportunities to test SEP. Overall, there are four PCI dimensions in high criteria, and another four dimensions in the medium criteria, hence there is still room for further improvement to increase SEP adoption level going forward.

Keywords : Perceived Characteristics of Innovation, Innovation Adoption Level, Sales Excellence Program