

Analisis Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi

Indah Sari^{1*}, Aditya Warman², Evrina³, A.Rozi⁴

^{1, 2, 3, 4} Universitas Adiwangsa Jambi, Jl. Sersan Muslim No.RT 24, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi
E-mail: Indahsaris27@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6203>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 Mei April 2026

Revised: 18 Mei 2026

Accepted: 29 Mei 2026

Kata Kunci

pengelolaan sumber daya manusia, pelatihan, sistem insentif, kinerja penjualan, FMCG, studi kasus

Keywords

human resource management, training, incentive system, sales performance, FMCG, case study



ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis dampak pengelolaan sumber daya manusia (SDM) terhadap peningkatan penjualan Produk Susu Formula X di PT Maju Sejahtera Kota Jambi periode Januari 2024–Maret 2025. Implementasi kebijakan SDM meliputi rekrutmen selektif, pelatihan rutin, insentif bertingkat, dan evaluasi kinerja berbasis KPI. Hasil penelitian menunjukkan penurunan turnover SPG dari 40% menjadi 22% dan peningkatan penjualan bulanan dari 820 karton menjadi 960 karton (17,07%). Pelatihan meningkatkan kompetensi SPG, tercermin pada kenaikan closing rate dari 35% menjadi 52%. Sistem insentif bertingkat meningkatkan motivasi kerja, sejalan dengan Teori Expectancy. Pengelolaan SDM yang terintegrasi merupakan pengungkit strategis dalam pencapaian target penjualan FMCG. Perusahaan perlu memposisikan investasi SDM sebagai strategi bisnis inti dan mengembangkan internal trainer untuk efisiensi biaya

This study examines the impact of human resource management (HRM) on increasing sales of Formula X Milk Products at PT Maju Sejahtera Jambi City from January 2024 to March 2025. HRM implementation includes selective recruitment, routine training, tiered incentives, and KPI-based performance evaluation. Results show a decrease in SPG turnover from 40% to 22% and an increase in monthly sales from 820 cartons to 960 cartons (17.07%). Training enhances SPG competence, reflected in the closing rate increase from 35% to 52%. The tiered incentive system boosts work motivation, aligning with Expectancy Theory. Integrated HRM is a strategic lever for achieving FMCG sales targets. Companies should position HR investment as a core business strategy and develop internal trainers for cost efficiency.



This is an open access article under the CC–BY-SA license.

How to Cite: Indah Sari et al (2026) Analisis Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6203>

PENDAHULUAN

Industri susu formula di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pemenuhan gizi anak usia dini. Kota Jambi sebagai salah satu pusat ekonomi di Sumatera Bagian Tengah memiliki pasar ritel modern dan tradisional yang aktif dalam distribusi produk susu formula. PT Maju Sejahtera melalui Produk Susu Formula X berupaya mempertahankan posisi kompetitifnya di wilayah tersebut. Berdasarkan data penjualan internal periode Januari 2024 hingga Mei 2025, rata-rata penjualan Produk Susu Formula X mengalami peningkatan dari 820 karton per bulan pada kuartal I tahun 2024 menjadi 960 karton per bulan pada kuartal I tahun 2025. Peningkatan tersebut tidak terjadi secara otomatis, tetapi dipengaruhi oleh berbagai kebijakan internal terkait pengelolaan sumber daya manusia.

Tim *Sales Promotion Girl* (SPG), supervisor lapangan, dan tim distribusi merupakan garda depan yang berinteraksi langsung dengan konsumen dan outlet. Efektivitas proses rekrutmen, pelatihan, sistem insentif, dan supervisi menjadi faktor penting dalam menentukan kemampuan tim mencapai target

penjualan. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai kendala, seperti tingginya pergantian SPG, kurang optimalnya pelatihan produk terbaru, dan ketidaksesuaian insentif dengan beban kerja. Kondisi tersebut berpotensi menghambat pencapaian target penjualan perusahaan.

Menurut Armstrong dan Taylor (2020), pengelolaan sumber daya manusia mencakup aktivitas rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, penilaian kinerja, dan sistem kompensasi yang saling berkaitan dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. Selain itu, Robbins dan Judge (2019) menjelaskan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, dan kesempatan kerja. Pelatihan yang efektif dapat meningkatkan kemampuan karyawan, sedangkan sistem insentif yang adil mampu meningkatkan motivasi kerja. Dalam konteks ini, teori *Expectancy* yang dikemukakan oleh Victor Vroom menjelaskan bahwa seseorang akan termotivasi apabila percaya bahwa usaha yang dilakukan akan menghasilkan penghargaan yang sesuai.

Fenomena peningkatan penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi beriringan dengan perubahan kebijakan pengelolaan SDM perusahaan. Program pelatihan produk bulanan mulai diterapkan sejak Juli 2024, perubahan sistem insentif dilakukan dari sistem *flat* menjadi sistem bertingkat berdasarkan capaian penjualan dan jenis outlet, serta tingkat *turnover* SPG mengalami penurunan dari 40% pada tahun 2023 menjadi 22% pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan adanya indikasi hubungan antara pengelolaan SDM dengan peningkatan kinerja penjualan perusahaan. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan tersebut dalam konteks distribusi produk FMCG di Kota Jambi masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek pemasaran eksternal seperti harga, promosi, dan distribusi, sedangkan aspek pengelolaan SDM internal belum banyak dieksplorasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik pengelolaan sumber daya manusia dalam meningkatkan penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi periode 2024–2025. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi faktor pengelolaan SDM yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan serta merumuskan rekomendasi perbaikan pengelolaan SDM berdasarkan temuan lapangan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya pada industri FMCG dan ritel modern di daerah. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam memperbaiki sistem pengelolaan SDM serta menjadi referensi bagi perusahaan sejenis dalam merancang strategi pengelolaan SDM yang efektif untuk meningkatkan kinerja penjualan.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi dokumentasi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam pengelolaan sumber daya manusia dalam meningkatkan penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi periode 2024–2025. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara holistik dan kontekstual serta memahami pengalaman dan makna yang diberikan oleh subjek penelitian terhadap permasalahan yang diteliti (Creswell, 2018).

Studi dokumentasi digunakan sebagai jenis penelitian karena penelitian berfokus pada analisis dokumen yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia dan penjualan Produk Susu Formula X, seperti laporan penjualan, laporan SDM, dokumen kebijakan perusahaan, laporan supervisi lapangan, dan arsip pelatihan (Bowen, 2009).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Januari 2024 sampai Mei 2025 di PT Maju Sejahtera Kota Jambi. Penelitian difokuskan pada pengelolaan sumber daya manusia dalam aktivitas penjualan Produk Susu Formula X di beberapa outlet *modern trade* di Kota Jambi.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengelolaan sumber daya manusia dalam meningkatkan penjualan Produk Susu Formula X pada PT Maju Sejahtera Kota Jambi. Fokus penelitian meliputi sistem rekrutmen, pelatihan, supervisi, evaluasi kinerja, serta sistem kompensasi dan insentif yang diterapkan perusahaan.

Subjek dan Sumber Data Penelitian

Subjek dalam penelitian ini terdiri atas pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan sumber daya manusia dan aktivitas penjualan Produk Susu Formula X, yaitu 1 Manajer SDM, 2 Supervisor Area, dan 5 orang *Sales Promotion Girl* (SPG). Pemilihan subjek dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap subjek penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan seperti laporan penjualan, laporan SDM, dokumen kebijakan perusahaan, laporan supervisi lapangan, dan arsip pelatihan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen internal perusahaan periode Januari 2024–Mei 2025 yang meliputi laporan penjualan bulanan, laporan kinerja SPG, dokumen pelatihan, serta kebijakan insentif perusahaan. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur terhadap subjek penelitian untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, persepsi, dan kendala dalam pengelolaan sumber daya manusia. Observasi dilakukan secara non-partisipan di beberapa outlet *modern trade* di Kota Jambi untuk melihat secara langsung interaksi SPG dengan konsumen serta implementasi strategi penjualan di lapangan.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah pengumpulan data melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi lapangan. Tahap kedua adalah reduksi data dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap ketiga adalah penyajian data dalam bentuk uraian naratif untuk mempermudah peneliti memahami pola dan hubungan antar data. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data untuk memastikan konsistensi serta keabsahan temuan penelitian.

Validitas Data

Untuk memastikan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data, *member check*, dan perpanjangan pengamatan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. *Member check* dilakukan dengan mengonfirmasi hasil interpretasi data kepada subjek penelitian untuk memastikan kesesuaian makna. Selain itu, perpanjangan pengamatan dilakukan agar peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap konteks penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif untuk mempermudah peneliti memahami pola hubungan antar data. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan memaknai hasil penelitian berdasarkan tujuan penelitian dan permasalahan yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Maju Sejahtera, distributor resmi Produk Susu Formula X untuk wilayah Provinsi Jambi. Fokus lokasi penelitian adalah Kota Jambi dengan 12 outlet *modern trade* yang menjadi titik penjualan utama. Struktur tim penjualan terdiri atas 1 Supervisor Area, 2 Koordinator Lapangan, dan 18 *Sales Promotion Girl* (SPG) yang bertugas langsung di lapangan. Periode analisis ditetapkan tahun 2024–2025 karena pada periode tersebut perusahaan melakukan perubahan signifikan pada sistem pengelolaan SDM, meliputi rekrutmen, pelatihan, skema insentif, dan evaluasi kinerja. Perubahan ini dilakukan sebagai respons terhadap penurunan penjualan sebesar 12% pada akhir 2023.

Praktik Pengelolaan SDM

Rekrutmen dan Seleksi

Berdasarkan hasil studi dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi lapangan selama tiga bulan, proses rekrutmen dilakukan melalui tiga tahap, yaitu *screening* administrasi, wawancara, dan *trial*

lapangan selama tiga hari. Kriteria seleksi menekankan pada kemampuan komunikasi, penampilan, dan ketahanan terhadap tekanan kerja. Setelah penerapan masa orientasi selama satu minggu sejak Maret 2024, tingkat *turnover* SPG menurun dari 40% pada tahun 2023 menjadi 22% pada tahun 2025.

Salah satu informan menyatakan “Dulu masuk langsung jualan, sekarang ada training 1 minggu jadi tidak kaget di lapangan” (Informan SPG 3, wawancara, 12 Februari 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses orientasi kerja mampu membantu adaptasi SPG terhadap lingkungan kerja dan target penjualan. Hal ini sejalan dengan pendapat Armstrong dan Taylor (2020) yang menyatakan bahwa proses orientasi yang baik dapat meningkatkan kesiapan kerja dan menurunkan tingkat *turnover* karyawan.

Pelatihan dan Pengembangan

Sejak Juli 2024 perusahaan melaksanakan pelatihan produk secara rutin setiap bulan. Materi pelatihan mencakup pengetahuan gizi produk, teknik pendekatan konsumen, *handling objection*, dan standar *visual merchandising*. Data absensi pelatihan menunjukkan tingkat kehadiran rata-rata sebesar 92%. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar SPG merasa lebih percaya diri setelah mengikuti pelatihan. “Sekarang kalau ditanya orang tua soal komposisi, saya bisa jawab. Jadi closing-nya lebih gampang” (Informan SPG 1, wawancara, 15 Februari 2025). Peningkatan kompetensi tersebut berdampak pada kenaikan *closing rate* SPG dari 35% menjadi 52%. Temuan ini mendukung teori *Human Capital* Becker (1993) yang menyatakan bahwa investasi pada pelatihan dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja.

Sistem Kompensasi dan Insentif

Perusahaan mengubah skema insentif dari sistem *flat* sebesar Rp150.000 per bulan menjadi sistem bertingkat berdasarkan capaian target dan klasifikasi outlet. SPG di outlet kategori A dengan penjualan lebih dari 100 karton per bulan dapat menerima insentif hingga Rp400.000. Dokumen *payroll* menunjukkan bahwa 65% SPG menerima insentif di atas Rp250.000 pada Q4 2024, meningkat dibandingkan 28% pada Q4 2023. Berdasarkan hasil wawancara, sistem baru dinilai lebih adil dan mampu meningkatkan motivasi kerja SPG. “Sekarang kerja keras kelihatan hasilnya. Kalau target tercapai, bonusnya juga beda” (Informan SPG 4, wawancara, 18 Februari 2025). Temuan tersebut mendukung Teori *Expectancy* Vroom (1964) yang menjelaskan bahwa motivasi meningkat ketika individu percaya bahwa usaha yang dilakukan akan menghasilkan penghargaan yang sesuai.

Dampak Pengelolaan SDM terhadap Penjualan

Data penjualan internal periode Januari 2024–Maret 2025 menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang konsisten. Rata-rata penjualan bulanan meningkat dari 820 karton pada Q1 2024 menjadi 960 karton pada Q1 2025 atau meningkat sebesar 17,07%.

Tabel 1. Perbandingan Penjualan Sebelum dan Sesudah Perubahan Kebijakan SDM

Periode	Rata-rata Penjualan
Q1 2024	820 karton
Q1 2025	960 karton

Sumber: Laporan Penjualan PT Maju Sejahtera, 2025.

Peningkatan penjualan paling signifikan terjadi pada outlet yang memiliki SPG dengan masa kerja lebih dari enam bulan dan telah mengikuti minimal tiga kali pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa stabilitas tenaga kerja dan peningkatan kompetensi berkontribusi terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

Kendala Implementasi Kebijakan SDM

Beberapa kendala ditemukan selama implementasi kebijakan baru, seperti keterbatasan anggaran pelatihan, perbedaan volume penjualan antar outlet, dan resistensi awal dari SPG senior terhadap sistem insentif baru. Perusahaan mengatasi keterbatasan tersebut dengan menunjuk *internal trainer* dari supervisor senior, melakukan penyesuaian target berdasarkan data historis outlet, serta melaksanakan forum diskusi untuk menjelaskan sistem insentif baru kepada SPG. Strategi komunikasi dua arah tersebut dinilai efektif dalam menjaga kondisi kerja yang kondusif dan meningkatkan penerimaan terhadap kebijakan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan sumber daya manusia yang diterapkan PT Maju Sejahtera dalam penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi periode 2024–2025 menunjukkan

perubahan yang lebih sistematis melalui penerapan rekrutmen selektif, pelatihan rutin, sistem insentif berbasis kinerja, serta supervisi dan evaluasi berbasis KPI. Implementasi kebijakan tersebut terbukti mampu menurunkan tingkat *turnover* SPG dari 40% menjadi 22%.

Pengelolaan sumber daya manusia juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. Data internal perusahaan menunjukkan peningkatan rata-rata penjualan bulanan dari 820 karton pada Q1 2024 menjadi 960 karton pada Q1 2025 atau meningkat sebesar 17,07%. Peningkatan tersebut terutama terjadi pada outlet yang memiliki SPG dengan masa kerja lebih stabil dan aktif mengikuti pelatihan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan sistem insentif merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap peningkatan kompetensi, motivasi, dan kinerja SPG. Pelatihan meningkatkan *product knowledge* dan *closing rate*, sedangkan sistem insentif bertingkat menciptakan persepsi keadilan dan kompetisi kerja yang sehat. Temuan ini mendukung Teori *Expectancy* Vroom yang menjelaskan bahwa motivasi meningkat ketika usaha dan kinerja memperoleh penghargaan yang sesuai.

Selain itu, berbagai kendala implementasi seperti keterbatasan anggaran pelatihan dan resistensi terhadap sistem baru dapat diatasi melalui strategi manajerial yang adaptif, komunikasi internal, serta pemanfaatan *internal trainer*. Secara keseluruhan, pengelolaan sumber daya manusia yang terintegrasi dan berbasis data terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan Produk Susu Formula X di Kota Jambi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada جميع pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian serta penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan dan bimbingan selama proses penelitian, kepada PT Maju Sejahtera Kota Jambi yang telah memberikan izin penelitian dan akses data, serta kepada seluruh informan penelitian yang telah bersedia memberikan informasi dan pengalaman selama proses pengumpulan data. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Noe, R. A. (2017). *Employee Training and Development* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- PT Maju Sejahtera. (2024–2025). *Laporan Penjualan dan Laporan Sumber Daya Manusia Periode Januari 2024–Maret 2025* [Dokumen internal tidak dipublikasikan].
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson.
- Seidman, I. (2019). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences* (5th ed.). Teachers College Press.
- Spradley, J. P. (2016). *The Ethnographic Interview*. Waveland Press.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. John Wiley & Sons.