

## Kinerja *Salesperson* dan Kecerdasan *Salesperson* : Faktor kunci dari Keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM

Adi Santoso<sup>1\*</sup>, Naning Kristiyana<sup>1</sup>, Wahna Widhianingrum<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Jl. Budi Utomo, No. 10, Ronowijayan, Siman, Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

\*Koresponden: [adisantoso@umpo.ac.id](mailto:adisantoso@umpo.ac.id)

### ABSTRAK

*Salesperson* dan *Salesperson intelligence* terhadap keunggulan bersaing UMKM kerajinan Reog yang berkelanjutan di Jawa Timur. Dalam penelitian ini akan melakukan pengujian mengenai pengaruh kecerdasan *Salesperson* dan kinerja *Salesperson* dalam meningkatkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan pada UMKM kerajinan Reog. Penelitian ini menggunakan pelaku UMKM Kerajinan Reog di Jawa Timur sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda pada substruktur pertama dan menggunakan analisis regresi linear sederhana pada substruktur kedua. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *Innate intelligence*, *Technology Intelligence*, dan *Emotional Intellectual* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Salesperson Performance*. Pada uji substruktur yang kedua ditemukan bahwa *Salesperson Performance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *SMEs Sustainable Competitive Advantage*

**Kata Kunci:** Kecerdasan bawaan, Kecerdasan teknologi, Kecerdasan emosional, Kinerja sales person, Keunggulan bersaing berkelanjutan.

## *Salesperson Performance and Salesperson Intelligence : The Key Factors of SMEs Sustainable Competitive Advantage*

### ABSTRACT

This study was conducted with the aim of analyzing the effect of *Salesperson performance* and *Salesperson intelligence* on the competitive advantage of sustainable Reog handicraft SMEs in East Java. In this study, we will examine the influence of *Salesperson intelligence* and *Salesperson performance* in increasing sustainable competitive advantage in Reog handicraft SMEs. This study uses SMEs Reog Crafts in East Java as the research sample. This study uses multiple linear regression analysis on the first substructure and uses simple linear regression analysis on the second substructure. The results of this study found that *Innate intelligence*, *Technology Intelligence*, and *Emotional Intellectual* have a positive and significant influence on *Salesperson Performance*. In the second substructure test, it was found that *Salesperson Performance* had a positive and significant effect on *SMEs Sustainable Competitive Advantage*.

**Keywords:** *Innate intelligence*, *Technology Intelligence*, *Emotional Intellectual*, *Salesperson Performance*, *Sustainable Competitive Advantage*



Published by Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Indonesia | Copyright © 2021 by the Author(s) | This is an open access article distributed under the CC BY SA license  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

DOI: 10.30596/jimb.v22i2.7515

JEL CLASSIFICATION: L26, O14, M31, D91

### Cara Sitasi :

Santoso, A., Kristiyana, N., & Widhianingrum, W. (2021). Kinerja *Salesperson* dan Kecerdasan *Salesperson*: Faktor kunci dari Keunggulan bersaing berkelanjutan bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 178–191. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7515>.

## PENDAHULUAN

Tujuan utama dari didirikannya sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kerajinan Reog adalah untuk pengembangan seni budaya dan menghasilkan keuntungan semaksimal mungkin agar dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan perkembangan UMKM dan kesejahteraan pelaku UMKM itu sendiri. UMKM yang mampu menciptakan tren positif pada peningkatan profitnya akan berdampak pada peningkatan keunggulan bersaing berkelanjutan pada UMKM tersebut. Untuk dapat meningkatkan kinerja profit dan keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM diperlukan banyak factor (Santoso, 2020). Salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam proses tersebut adalah *Salesperson*. UMKM Kerajinan Reog yang memiliki *Salesperson* yang kompetitif tentu saja akan menghasilkan kinerja *Salesperson* yang kompetitif pula sehingga dengan adanya hasil kinerja yang kompetitif tersebut akan berdampak pada kinerja pemasaran yang kemudian akan berdampak positif pula terhadap peningkatan kinerja UMKM Kerajinan Reog .

Perkembangan UMKM Kerajinan Reog di Indonesia pada tahun 2014 – 2018 mengalami peningkatan namun disisi lain banyak UMKM Kerajinan Reog yang tidak survive dalam persaingan pasar dan akhirnya harus mengalami kebangkrutan dan gulung tikar (Indagkum, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah UMKM Kerajinan Reog tidak disertai dengan keunggulan bersaing hal ini diduga kurang kompetitifnya *Salesperson* yang dimiliki UMKM Kerajinan Reog sehingga daya saing UMKM Kerajinan Reog menjadi lemah dan harus terseleksi dari persaingan pasar.

Sangat penting bagi UMKM Kerajinan Reog untuk memiliki *Salesperson* yang unggul dan kompetitif. *Salesperson* yang unggul adalah *Salesperson* memiliki intelegensi yakni *Innate intelligence*, *Technology Intelligence* and *Emotional Intelligence* (Bount, 2016). faktor *intelligence* tersebut akan memberikan peningkatan terhadap kinerja *Salesperson* dan juga akan berdampak positif terhadap kinerja UMKM Kerajinan Reog. *Salesperson performance* sangat penting bagi UMKM Kerajinan Reog sebab kinerja *Salesperson* merupakan hasil yang dicapai oleh *Salesperson* dalam melaksanakan tugasnya di bidang pemasaran. Hal inilah yang mendorong UMKM Kerajinan Reog wajib menerapkan strategik yang tepat untuk meningkatkan kinerja salesnya sebab tidak semua *Salesperson* yang dimiliki oleh UMKM Kerajinan Reog memiliki kinerja yang sama. Salah satu upaya untuk mengetahui kompetensi *Salesperson* yang mampu menghasilkan kinerja yang baik adalah mengetahui intelegensi sales. Menurut Blount (2018) semakin baik intelegensi *Salesperson* maka akan semakin baik kinerja yang dihasilkan oleh sales.

Blount (2018) menjelaskan salah satu ukuran dari kecerdasan *Salesperson* adalah *innate intelligence* atau kecerdasan bawaan. *Innate intelligence* merupakan kecerdasan yang akan mendorong individu memiliki keterampilan konseptual seperti kemampuan seseorang dalam melakukan analisis, bernalar, kecerdasan dalam membangun suatu konsep baik yang berhubungan dengan hal – hal hal yang sederhana maupun berhubungan dengan yang kompleksitas, pandai dalam menciptakan suatu kreatifitas, menciptakan dan mengembangkan ide serta memiliki kemampuan untuk menemukan solusi atas permasalahan – permasalahan yang dihadapinya dengan membangun pola pikir induktif–deduktif. *Salesperson* yang memiliki kecerdasan bawaan yang baik tentu saja akan mudah memahami apa yang diajarkan kepadanya, mudah dan cepat dalam memahami arahan – arahan yang berkaitan dengan tanggung jawab pekerjaannya serta tanggap dalam merespon setiap permasalahan yang ditemuinya dalam menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan mencari dan menemukan solusi atas permasalahan tersebut sehingga mencapai hasil kerja yang optimal dan menghasilkan kinerja yang maksimal.

*Technological intelligence* merupakan bagian dari pengukuran kecerdasan sales. Kecerdasan ini berkaitan dengan kompetensi *Salesperson* dalam berinteraksi dan merespon

perkembangan teknologi. *Salesperson* yang memiliki kecerdasan yang baik dalam berinteraksi dengan teknologi tidak akan menjadi individu yang gagal teknologi (gaptek) dan tidak memiliki kecenderungan untuk menolak penerapan teknologi didalam aktifitas pelaksanaan kehidupannya. Di era milenial ini, mayoritas aktifitas manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi demikian pula pada aktifitas pekerjaan. UMKM Kerajinan Reog di tuntut untuk menerapkan teknologi didalam aktifitas bisnisnya sebagai strategi untuk kompetitif dalam persaingan pasar. UMKM Kerajinan Reog yang tidak mengaplikasi teknologi pada aktifitas bisnisnya tentu saja akan terkendala dalam menghadapi persaingan pasar. Penerapan teknologi dalam aktifitas bisnis UMKM Kerajinan Reog ini harus di dukung oleh kompetensi Sumber daya manusianya dalam menggunakan teknologi.

Penggunaan teknologi oleh UMKM Kerajinan Reog tetap harus selaras dengan kompetensi sumber daya manusia yang dimilikinya. Secanggih apapun teknologi tersebut jika tidak selaras dengan kompetensi SDMnya maka akan sia sia belaka, misalkan penggunaan teknologi yang mendukung aktifitas pemasaran maka UMKM Kerajinan Reog harus memiliki *Salesperson* dengan *Technological intelligence* sehingga *Salesperson* mudah memahami dan berinteraksi dengan penggunaan teknologi tersebut.

Kecerdasan emosional merupakan kemampuan individu yang berkaitan dengan pengelolaan emosi untuk meningkatkan pemikiran atau intelektual. Kecerdasan emosional adalah kemampuan individu untuk merasakan, mengakses dan menghasilkan emosi yang dapat membantu meningkatkan rasa memahami emosional dan peningkatan intelektual (Mayer et al., 2012)

Penelitian mengenai *Emotional Intelligence* terhadap *Salesperson Performance* dilakukan oleh AlDosiry, Alkhadher, AlAqraa', & Anderson, (2016) hasil penelitiannya menemukan bahwa *Emotional Intelligence* memiliki hubungan pengaruh negatif terhadap *Salesperson Performance* namun hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Mohamad & Jais, (2016) yang menemukan bahwa variabel *emotional intelligence* berpengaruh signifikan terhadap *job Performance*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sony & Mekoth, (2016) menemukan bahwa kecerdasan *emotional* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja kerja karyawan.

*Salesperson* adalah salah satu bagian penting dalam proses pemasaran. Pemilik pemasar yang unggul tentu saja akan memberikan dampak yang baik pula bagi peningkatan kinerja pemasaran. Keunggulan *Salesperson* tentu saja bersumber dari kecerdasan yang dimilikinya. Kecerdasan *Salesperson* adalah pemasar yang cerdas serta memiliki rasa keingintahuan yang sangat tinggi dimana melalui pemanfaatan kemampuan dan talenta yang dimilikinya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya (Santoso, 2020). Kecerdasan *Salesperson* terbentuk oleh beberapa faktor antara lain seperti kecerdasan bawaan (*Innate intelligence*), kecerdasan berinteraksi dengan teknologi (*Technological intelligence*) dan kecerdasan emosional (*Emotional Intelligence*). *Salesperson* yang memiliki keempat elemen kecerdasan tersebut tentu saja memiliki peluang yang besar untuk mencapai kinerja yang unggul sebagai pemasar.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh kecerdasan bawaan terhadap Kinerja Salesperson**

Kecerdasan bawaan yang berasal dari DNA seseorang artinya dari sejak terlahir dirinya memang telah memiliki gen cerdas diatas rata – rata (Jackson, 2001). Kecerdasan bawaan berkaitan erat dengan otak manusia yang merupakan organ manusia yang paling kompleks yang berevolusi dalam melakukan koordinasi antara sifat dan perilaku manusia. Para pakar sosial menjelaskan bahwa terdapat hubungan sebab akibat antara kecerdasan bawaan dengan lingkungan (Gottfredson, 2016). Semakin baik kecerdasan bawaan yang

dimiliki seorang pemasar maka akan semakin besar pula rasa keingintahuannya. Hal inilah yang menyebabkan orang yang cerdas mampu menciptakan hasil kinerja yang unggul. *Salesperson* yang cerdas akan mampu mengembangkan ide yang kemudian dikaitkan sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapinya dan mendorong untuk berani bertindak dan berpikir yang out of the box. *Salesperson* yang mampu memanajemen kecerdasannya dengan baik akan menjadi pribadi yang unggul dalam berkompetisi dan sukses dalam berkarir.

*Salesperson* yang memiliki kecerdasan bawaan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi sehingga mendorong dirinya untuk terus belajar dan meningkatkan kompetensi diri sehingga mampu unggul dalam berkompetisi. Artinya dengan semakin banyak belajar dengan kemampuan belajar yang baik tentu saja akan mendorong peningkatan keunggulan kinerja *Salesperson* tersebut. semakin kompeten dalam berkompetisi maka akan semakin baik pula keunggulan kinerja yang dihasilkannya. Hasil riset mengenai kecerdasan bawaan terhadap keunggulan kinerja *Salesperson* telah dilakukan oleh Jeb Blount, (2018) menemukan bahwa kecerdasan bawaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja *salesperson*.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis pertama yang diajukan dalam riset ini adalah sebagai berikut;

*H1 : Ada pengaruh kecerdasan bawaan salesperson terhadap kinerja salesperson*

### **Pengaruh Kecerdasan Teknologi terhadap Kinerja *Salesperson***

Kecerdasan teknologi adalah kecerdasan yang dimiliki oleh *Salesperson* dalam berinteraksi dengan perkembangan dan penggunaan teknologi (Jeb Blount, 2018). Di era milenial saat ini mayoritas aktifitas manusia telah melibatkan teknologi. Sehingga *Salesperson* yang tidak mampu mengembangkan keterampilan dalam penggunaan teknologi akan terseleksi dalam kompetisi tenaga kerja. *Salesperson* yang tidak memiliki keterampilan teknologi akan menentang penggunaan teknologi dalam aktifitas sehingga berdampak pada penurunan kinerjanya tentu hal tersebut akan menyebabkan *Salesperson* menjadi tidak unggul dalam meningkatkan kinerjanya. Semakin baik *Salesperson* dalam menguasai dan berinteraksi dengan teknologi maka semakin baik pula kompetensi *Salesperson* dalam menghasilkan kinerja yang unggul. Kecerdasan dalam menggunakan teknologi akan mendorong *Salesperson* untuk mampu bekerja secara efektif dan efisien. Serta mampu bergerak dengan cepat dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada. Hasil penelitian tentang kecerdasan penggunaan teknologi telah dilakukan oleh Hipotesis kedua yang diajukan dalam riset ini adalah sebagai berikut;

*H2 : Ada Pengaruh kecerdasan menggunakan teknologi oleh Salesperson terhadap Kinerja Salesperson*

### **Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja *Salesperson***

Para ahli memandang kecerdasan emosional sebagai faktor yang mendasari seseorang dalam bersikap, berperilaku dan menghasilkan hasil kerja yang positif (Sony & Mekoth, 2016). Kecerdasan emosional merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam mengenali perasaannya sendiri maupun orang lain serta untuk memotivasi diri dan melakukan pengelolaan emosi diri dalam menjalin suatu hubungan sosial (Shamsuddin & Rahman, 2014). Kecerdasan emosional *Salesperson* merupakan kecerdasan *Salesperson* dalam mengelola secara efektif emosi diri sehingga mampu menerima, merespon, mengintegrasikan dan mempengaruhi perasaan orang lain. Kecerdasan emosional ini sangat berperan penting dalam mengontrol kecerdasan – kecerdasan lain yang ada dalam diri sales, misalkan kecerdasan bawaan yang harus terkombinasi dengan kecerdasan emosional

sebab didalam mengambil keputusan manusia tidak hanya atas dasar keputusan rasional namun juga melibatkan kecerdasan emosional (irasional).

Schutte, Malouff, Bobik, Coston, & Greeson, (2013) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional dapat dikonseptualisasikan sebagai suatu kompetensi dan kemampuan diri. Semakin baik individu melakukan pengendalian emosionalnya maka akan semakin baik kompetensi dan kemampuan dirinya sehingga dapat berdampak positif terhadap peningkatan kinerjanya. (Mayer et al., 2012) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional merupakan bagian dari kecerdasan sosial yang mencakup kemampuan seseorang dalam memonitor perasaan dan emosi dirinya sendiri maupun orang lain. *Salesperson* yang memiliki kecerdasan emosional yang baik akan mampu memunculkan perilaku positif dalam berinteraksi dengan konsumen. Melalui pengelolaan emosi diri yang baik *Salesperson* akan memiliki keterampilan interpersonal dan intrapersonal sehingga mampu berinteraksi dengan konsumen secara otentik dan alami (Maryanti, et al., 2029). Semakin baik *Salesperson* dalam mengontrol dan mengelola emosi diri maka akan semakin kompetitif dan mampu menghasilkan kinerja yang terus meningkat. Shamsuddin & Rahman, (2014) dalam penelitian menemukan bahwa emotional intelligence memiliki kontribusi terhadap kinerja kerja karyawan hal ini dibuktikan dengan ditemukannya hubungan yang signifikan antara kecerdasan emosional dan kinerja pekerjaan karyawan. Berdasarkan penjabaran tersebut maka hipotesis keempat yang diajukan dalam riset ini adalah sebagai berikut;

*H3 : Ada pengaruh kecerdasan emosional Salesperson terhadap kinerja salesperson*

### **Pengaruh Kinerja Salesperson dengan Keunggulan Bersaing Jangka Panjang (*Sustainable Competitive Advantage*)**

Kinerja *Salesperson* merupakan hasil akhir yang dicapai oleh *Salesperson* yang melebihi dari apa yang menjadi tanggung jawabnya pada perusahaan dan mampu memberikan hasil kinerja yang memiliki nilai positif terhadap perkembangan kinerja pemasaran. Reid, (2015) mendefinisikan kinerja sebagai sesuatu yang dihasilkan oleh manusia yang dapat diamati dan diukur dimana hasil pengukuran dan pengamatan tersebut akan menjadi ukuran atas kemampuan atau tingkat kontribusi seseorang. Kinerja juga berkaitan dengan tindakan atau perilaku karyawan dalam upayanya membantu organisasi dalam mencapai tujuan perusahaan (Blickle et al., 2011). *Kinerja salesperson* adalah hasil keuangan yang diperoleh dari aktifitas penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjual (Reid, 2015). Menurut Hunter & Panagopoulos, (2015) kinerja *Salesperson* adalah hasil kerja tenaga penjual yang diukur pada kemampuannya dalam menjual produk melebihi apa yang telah menjadi target dan sasaran jumlah penjualan serta dapat menjual produk baru dengan cepat ke pasar sasaran.

Guidice dan Mero (2012) menjelaskan bahwa predikto yang akurat untuk mengukur keunggulan bersaing adalah dengan memberikan umpan balik terhadap kinerja tenaga penjualan. Semakin unggul kinerja yang dihasilkan *Salesperson* maka akan menciptakan keunggulan pula pada kinerja pemasaran. Oleh sebab itu penting bagi organisasi untuk memiliki *Salesperson* yang unggul dan memiliki kecerdasan yang tinggi agar memberikan dorongan yang positif terhadap peningkatan keunggulan bersaing berkelanjutan bagi UMKM Kerajinan Reog di Jawa Timur.

Keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM merupakan kemampuan UMKM dalam menciptakan nilai bisnis yang unik dan tidak mudah untuk ditiru oleh para kompetitornya sehingga memiliki nilai daya saing dalam persaingan pasar (Hapsary, et al., 2021). Ketika UMKM Kerajinan Reog mampu menghasilkan keunggulan ekonomis yang imitabilitas maka akan menjadi faktor potensial bagi UMKM kerajinan reog dalam mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis kelima yang diajukan dalam riset ini adalah sebagai berikut;

*H4 : Ada pengaruh kinerja Salesperson terhadap keunggulan bersaing jangka panjang UMKM*

**METODE**

Jenis penelitian ini adalah *Explanatory research* yakni jenis riset yang sifatnya menjelaskan hubungan antara variabel yang dipergunakan dalam penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis yang uraiannya berisikan deskripsi hubungan antar variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kecerdasan bawaan (*innate intelligence*), Kecerdasan terhadap Teknologi (*Technological intelligence*), Kecerdasan Emosional (*Emotional Intelligence*), Kinerja *Salesperson* dan Keunggulan Bersaing Jangka Panjang. (*Sustainable Competitive Advantage*). Keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM merupakan kemampuan UMKM dalam dalam menciptakan nilai bisnis yang unik dan tidak mudah untuk ditiru oleh para kompetitornya sehingga memiliki nilai daya saing dalam persaingan pasar (Hapsary, et al., 2021). Ketika UMKM Kerajinan Reog mampu menghasilkan keunggulan ekonomis yang imitabilitas maka akan menjadi faktor potensial bagi UMKM kerajinan reog dalam mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan.

Adapun pengukuran yang digunakan untuk menjadi indikator variabel dalam penelitian ini nampak dipaparkan dalam tabel 1.

**Tabel 1.** Pengukuran Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Kecerdasan bawaan ( <i>innate intelligence</i> ) adalah perilaku atau kemampuan seseorang sebagai bentuk perwujudan dari daya atau potensi untuk memahami sesuatu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan Kecepatan dalam pengamatan</li> <li>2. Kemampuan dalam daya penganalisaan</li> <li>3. Kemampuan dalam daya ingat</li> </ol>	Mustakim (2004)
2	Kecerdasan terhadap Teknologi ( <i>Technological intelligence</i> ) adalah kecerdasan yang dimiliki oleh karyawan dalam menggunakan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecerdasan dalam mengadopsi teknologi</li> <li>2. Kecerdasan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi</li> <li>3. Kecerdasan dalam menggunakan teknologi</li> </ol>	Blount, (2018)
3	Kecerdasan Emosional ( <i>Emotional Intelligence</i> ) adalah Kecerdasan dalam memahami secara akurat, menilai, dan mengekspresikan emosi dan kemampuan untuk mengatur emosi untuk meningkatkan pengembangan emosional dan intelektual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penilaian Emosional Diri</li> <li>2. Penilaian emosional orang lain</li> <li>3. Pengaturan emosi</li> <li>4. Penggunaan emosi</li> </ol>	Sony & Mekoth, (2016), Wisker & Poulis, (2018), Mayer et al., (2012)
4	Kinerja <i>Salesperson</i> adalah hasil kerja yang dicapai oleh tenaga penjual yang di ukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu melampaui capaian target dan sasaran penjualan</li> </ol>	(Hunter & Panagopoulos, 2015)

<p>pada kemampuannya dalam menjual produk melebihi apa yang telah menjadi target dan sasaran jumlah penjualan serta dapat menjual produk baru dengan cepat ke pasar sasaran.</p>	<p>2. Mampu menghasilkan tingkat penjualan produk yang tinggi</p> <p>3. Mampu menjual produk baru dengan cepat ke pasaran</p>	
<p>5 Keunggulan Bersaing Jangka Panjang UMKM adalah UMKM yang memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan seperti keunikan produk atau produk yang sulit untuk ditiru sehingga mampu kompetitif dalam persaingan bisnis</p>	<p>1. Daya Tahan</p> <p>2. Tidak mudah ditiru</p> <p>3. Aset strategis</p>	<p>Chiguan (2007)</p> <p>Barney (1991)</p>

Pengumpulan data yang dipergunakan dalam riset ini adalah dengan cara melakukan penyebaran kuisioner kepada responden secara langsung dengan mengajukan beberapa daftar pertanyaan. Pertanyaan kuisioner tersebut mencakup pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Dengan adanya pertanyaan terbuka maka responden dapat dengan bebas memberikan jawaban berdasarkan jalan pikirannya. Sedangkan pertanyaan tertutup dibuat untuk membatasi kemungkinan responden menjawab kuisioner dengan panjang lebar dan keluar dari konteks pertanyaan. Populasi pada riset ini adalah pemilik sekaligus berperan sebagai *Salesperson* UMKM Kerajinan Reog di Jawa Timur yang berjumlah 259 yang tersebar di Kabupaten Ponorogo, Kabupaten Pacitan, Kabupaten, Madiun, Kabupaten Trenggalek, Kabupaten Nganjuk, dan Kabupaten Ngawi Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yakni pengambilan sampel penelitian dengan berdasarkan pada karakteristik populasi, dimana karakteristik yang digunakan adalah lokasi dan UMKM Kerajinan Reog yang telah beroperasi minimal 5 tahun. Adapun disitribusi pengambilan sampel dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Distribusi sampel

No	Lokasi	Populasi	Sampel
1	Ponorogo	68	25
2	Madiun	54	20
3	Pacitan	37	15
4	Trenggalek	41	15
5	Nganjuk	23	10
6	Ngawi	36	15
Jumlah		259	100

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis Data Penelitian**

**Uji Validitas**

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengancara membandingkan rhitung dengan r tabel. Jika r hitung > dari r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka data tersebut dinyatakan

valid. Berikut ini adalah hasil pengolahan uji validitas menggunakan aplikasi statistic SPSS versi 26;

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas

		Kecerdasan Bawaan	Kecerdasan terhadap teknologi	Kecerdasan Emosional	Kinerja Salesperso n	Keunggulan Bersaing Jangka Panjang
Kecerdasan Bawaan	Pearson	1	.299**	.106	.563**	.614**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.003	.293	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kecerdasan terhadap teknologi	Pearson	.299**	1	.239*	.523**	.690**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.003		.017	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kecerdasan Emosional	Pearson	.106	.239*	1	.793**	.747**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.293	.017		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kinerja Salesperso	Pearson	.563**	.523**	.793**	1	.936**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keunggulan Bersaing Jangka Panjang	Pearson	.614**	.690**	.747**	.936**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan data hasil uji validitas pada table 3. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai r hitung dari masing – masing variabel lebih besar dibandingkan nilai r table. Untuk lebih detail dapat dilihat pada table 4 berikut ini;

**Table 4.** Perbandingan nilai r hitung dengan r table

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Kecerdasan Bawaan	0,614	0,195	Valid
Kecerdasan terhadap teknologi	0,690	0,195	Valid
Kecerdasan Emosional	0,747	0,195	Valid
Kinerja Salesperson	0,936	0,195	Valid
Keunggulan Bersaing Jangka Panjang	0,924	0,195	Valid

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid dan layak untuk dipergunakan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS.26 dapat dijelaskan bahwa semua variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil kuesioner yang telah direkap dan data tersebut diolah dari SPSS.26 maka diperoleh hasil analisis regresi linier berganda substruktur pertama sebagaimana yang disajikan dalam table 5 dan hasil analisis regresi linear substruktur kedua dalam table 6 berikut ini :

**Tabel 5.** Hasil analisis regresi linier berganda substruktur pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	6.361	1.179		5.395	.000
Kecerdasan Bawaan	.887	.069	.420	12.850	.000
Kecerdasan terhadap teknologi	.498	.072	.232	6.951	.000
Kecerdasan Emosional	1.034	.048	.693	21.579	.000

a. Dependent Variable: kinerja *salesperson*

**Tabel 6.** Hasil analisis regresi linier berganda substruktur kedua

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-1.167	1.642		-.711	.479
Kinerja <i>Salesperson</i>	1.042	.040	.936	26.249	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing Jangka Panjang

Berdasarkan data pada table 5 dan table 6 maka data – data tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut, Nilai koefisien 0,887 pada variabel Innate Intellectual menunjukkan bahwa ketika variabel Innate Intellectual tersebut mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan mampu meningkatkan *kinerja salesperson* sebesar 0,887 atau sebesar 88,7% dengan asumsi bahwa variabel lain di anggap konstan. Nilai koefisien 0,498 pada variabel Kecerdasan terhadap teknologi (*Technological Intellectual*) menunjukkan bahwa ketika variabel Kecerdasan terhadap teknologi tersebut mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan mampu meningkatkan Kinerja *Salesperson* sebesar 0,498 atau sebesar 49,8%. Nilai koefisien 1,034 pada variabel Kecerdasan Emosional (*Emotional Intellectual*) menunjukkan bahwa ketika variabel Kecerdasan Emosional tersebut mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan mampu meningkatkan Kinerja *Salesperson* sebesar 1,034 satuan. Nilai koefisien 1,042 pada variabel Kinerja *Salesperson* menunjukkan bahwa ketika variabel Kinerja *Salesperson* tersebut mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing jangka panjang UMKM sebesar 1,034 satuan

### Uji Hipotesis

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  adapun langkah-langkahnya adalah Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< \alpha 0,05$ , maka dikatakan pengaruhnya signifikan, dan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> \alpha 0,05$ , maka dikatakan pengaruhnya tidak signifikan. Langkah

perhitungan ditentukan besarnya nilai standar eror dari analisis regresi yaitu dengan analisis SPSS diperoleh sebagai berikut: Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7. dan table 8 berikut;

**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi Linear substruktur pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.361	1.179		5.395	.000
Kecerdasan Bawaan	.887	.069	.420	12.850	.000
Kecerdasan terhadap teknologi	.498	.072	.232	6.951	.000
Kecerdasan Emosional	1.034	.048	.693	21.579	.000

a. Dependent Variable: Kinerja *Salesperson*

**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi Linear substruktur kedua

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.167	1.642		-.711	.479
Kinerja <i>Salesperson</i>	1.042	.040	.936	26.249	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing Jangka Panjang

Berdasarkan data yang tersajikan pada table 8 dan table 9 maka dapat ditarik kesimpulan mengenai hipotesis penelitian ini sebagai berikut, Hasil analisis regresi linear berganda menemukan nilai t hitung sebesar  $12,850 > 1,985$  (t table) dan nilai signifikansi variabel Kecerdasan Bawaan adalah  $0,000 > 0,05$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, sehingga disimpulkan bahwa Kecerdasan Bawaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja *Salesperson*. Hasil analisis regresi menemukan nilai t hitung sebesar  $6,951 > 1,985$  (t table) dan nilai signifikansi variabel Kecerdasan terhadap teknologi adalah  $0,000 > 0,05$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima dimana Kecerdasan terhadap teknologi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja *Salesperson*. Hasil analisis regresi menemukan nilai t hitung sebesar  $21,579 > 1,985$  (t table) dan nilai signifikansi variabel Kecerdasan Emosional adalah  $0,000 > 0,05$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima dimana Kecerdasan Emosional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja *Salesperson*. Hasil analisis regresi menemukan nilai t hitung sebesar  $26,249 > 1,985$  (t table) dan nilai signifikansi variabel Kinerja *Salesperson* adalah  $0,000 > 0,05$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kinerja *Salesperson* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Jangka Panjang UMKM

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) (Santoso, 2013). Nilai  $R^2$  bernilai kecil memberikan arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen

terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  mendekati 1 berarti variabel independen memberikan informasi untuk memprediksi variabel dependen yaitu keputusan penggunaan. Menurut Hartati, (2015) untuk regresi dengan lebih dari 2 variabel bebas menggunakan *adjusted R square* sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R square* adalah nilai *R square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R square* dan angka ini bisa bernilai negatif. Penelitian ini menggunakan lebih dari 2 variabel bebas, sehingga dalam menentukan hasil koefisien determinasi menggunakan *adjusted R square*. Hasil Uji determinasi disajikan pada table 9 dan 10 berikut ini;

**Table 9.** Hasil Uji determinasi substruktur pertama

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.952 <sup>a</sup>	.907	.904	.83719	1.838

- a. Predictors: (Constant), kecerdasan bawaan, kecerdasan terhadap teknologi dan kecerdasan emosional
- b. Dependent Variable: Kinerja Salesperson

Nilai *Koefisien Determinasi / R Square* ( $R^2$ ) dari hasil pengolahan data pada substruktur yang pertama adalah sebesar 0,904 atau 90,4%. Nilai tersebut memberikan gambaran bahwa sumbangan variabel independen yakni kecerdasan bawaan, kecerdasan terhadap teknologi dan kecerdasan emosional terhadap Kinerja *Salesperson* adalah sebesar 90,4% dan sebesar 9,6% lainnya merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dipergunakan dalam model penelitian ini. Nilai *Koefisien Determinasi* sebesar 0,904 merupakan nilai yang mendekati angka 1 sehingga nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel dependen.

Tabel 11.  
Hasil Uji Derteminasi substruktur kedua

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.936 <sup>a</sup>	.875	.874	1.06666	1.752

- a. Predictors: (Constant), Kinerja Salesperson
- b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing Jangka Panjang

Pada model substruktur kedua menggunakan variabel bebas tunggal sehingga Nilai *Koefisien Determinasi / R Square* ( $R^2$ ) yang digunakan adalah nilai *R square* dari hasil pengolahan data pada substruktur yang pertama adalah sebesar 0,875 atau 87,5%. Nilai tersebut memberikan gambaran bahwa sumbangan variabel independen yakni Kinerja *Salesperson* terhadap Keunggulan Bersaing Jangka Panjang UMKM adalah sebesar 87,5% dan sebesar 12,5% lainnya merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dipergunakan dalam model penelitian ini. Nilai *Koefisien Determinasi* sebesar 0,87,5 merupakan nilai yang mendekati angka 1 sehingga nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel dependen.

## Pembahasan

### Pengaruh Kecerdasan Bawaan (*Innate Intellectual*) terhadap Kinerja *Salesperson*

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *innate intellectual* berpengaruh signifikan terhadap kinerja *Salesperson*. Semakin baik kecerdasan bawaan yang dimiliki seorang pemasar maka akan semakin besar pula rasa keingintahuannya. Hal inilah yang menyebabkan

orang yang cerdas mampu menciptakan hasil kinerja yang unggul. *Salesperson* yang cerdas akan mampu mengembangkan ide yang kemudian dikaitkan sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapinya dan mendorong untuk berani bertindak dan berpikir yang out of the box. *Salesperson* yang mampu memanajemen kecerdasannya dengan baik akan menjadi pribadi yang unggul dalam berkompetisi dan sukses dalam berkarir.

*Salesperson* yang memiliki kecerdasan bawaan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi sehingga mendorong dirinya untuk terus belajar dan meningkatkan kompetensi diri sehingga mampu unggul dalam berkompetisi. Artinya dengan semakin banyak belajar dengan kemampuan belajar yang baik tentu saja akan mendorong peningkatan keunggulan kinerja *Salesperson* tersebut. semakin kompeten dalam berkompetisi maka akan semakin baik pula keunggulan kinerja yang dihasilkannya.

### **Pengaruh Kecerdasan terhadap Teknologi (*Technological Intellectual*) terhadap Kinerja *Salesperson***

Hasil Penelitian ini menemukan bahwa *technological intellectual* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja *Salesperson*. *technological Intellectual* adalah kecerdasan yang dimiliki oleh *Salesperson* dalam berinteraksi dengan perkembangan dan penggunaan teknologi (Jeb Blount, 2018). Di era milenial saat ini mayoritas aktifitas manusia telah melibatkan teknologi. Sehingga *Salesperson* yang tidak mampu mengembangkan keterampilan dalam penggunaan teknologi akan terseleksi dalam kompetisi tenaga kerja. *Salesperson* yang tidak memiliki keterampilan teknologi akan menentang penggunaan teknologi dalam aktifitas sehingga berdampak pada penurunan kinerjanya tentu hal tersebut akan menyebabkan *Salesperson* menjadi tidak unggul dalam meningkatkan kinerjanya.

Semakin baik *Salesperson* dalam menguasai dan berinteraksi dengan teknologi maka semakin baik pula kompetensi *Salesperson* dalam menghasilkan kinerja yang unggul. Kecerdasan dalam menggunakan teknologi akan mendorong *Salesperson* untuk mampu bekerja secara efektif dan efisien. Serta mampu bergerak dengan cepat dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada.

### **Pengaruh Kecerdasan EMosional (*Emotional Intellectual*) terhadap Kinerja *Salesperson***

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menemukan bahwa variabel *emotional intellectual* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja *Salesperson*. *emotional intellectual Salesperson* merupakan kecerdasan *Salesperson* dalam mengelola secara efektif emosi diri sehingga mampu menerima, merespon, mengintegrasikan dan mempengaruhi perasaan orang lain. *emotional intellectual* ini sangat berperan penting dalam mengontrol kecerdasan – kecerdasan lain yang ada dalam diri sales, misalkan kecerdasan bawaan yang harus terkombinasi dengan kecerdasan emosional sebab didalam mengambil keputusan manusia tidak hanya atas dasar keputusan rasional namun juga melibatkan kecerdasan emosional (irasional).

Schutte, Malouff, Bobik, Coston, & Greeson, (2013) menjelaskan bahwa *emotional intellectual* dapat dikonseptualisasikan sebagai suatu kompetensi dan kemampuan diri. Semakin baik individu melakukan pengendalian emosionalnya maka akan semakin baik kompetensi dan kemampuan dirinya sehingga dapat berdampak positif terhadap peningkatan kinerjanya. (Mayer et al., 2012) menjelaskan bahwa *emotional intellectual* merupakan bagian dari kecerdasan sosial yang mencakup kemampuan seseorang dalam memonitor perasaan dan emosi dirinya sendiri maupun orang lain. *Salesperson* yang memiliki *emotional intellectual* yang baik akan mampu memunculkan perilaku positif dalam berinteraksi dengan konsumen. Melalui pengelolaan emosi diri yang baik *Salesperson* akan memiliki keterampilan interpersonal dan intrapersonal sehingga mampu berinteraksi dengan konsumen secara otentik

dan alami. Semakin baik *Salesperson* dalam mengontrol dan mengelola emosi diri maka akan semakin kompetitif dan mampu menghasilkan kinerja yang terus meningkat.

### **Pengaruh Kinerja *Salesperson* terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UMKM**

Kinerja *Salesperson* adalah hasil keuangan yang diperoleh dari aktifitas penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjual (Reid, 2015). Menurut Hunter & Panagopoulos, (2015) kinerja *Salesperson* adalah hasil kerja tenaga penjual yang di ukur pada kemampuannya dalam menjual produk melebihi apa yang telah menjadi target dan sasaran jumlah penjualan serta dapat menjual produk baru dengan cepat ke pasar sasaran.

Guidice dan Mero (2012) menjelaskan bahwa predikto yang akurat untuk mengukur keunggulan bersaing adalah dengan memberikan umpan balik terhadap kinerja tenaga penjualan. Semakin unggul kinerja yang dihasilkan *Salesperson* maka akan menciptakan keunggulan pula pada kinerja pemasaran. Oleh sebab itu penting bagi organisasi untuk memiliki *Salesperson* yang unggul dan memiliki *intelligence* yang tinggi agar memberikan dorongan yang positif terhadap peningkatan keunggulan bersaing berkelanjutan bagi UMKM Kerajinan Reog di Jawa Timur.

### **SIMPULAN**

Kecerdasan *Salesperson* yang baik dapat diukur dari tiga hal yakni bahwa *Innate intelligence*, *Technology Intelligence*, dan *Emotional Intellectual*. Ketiga hal tersebut memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja *Salesperson*. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan *Salesperson* yang memiliki bahwa *Innate intelligence*, *Technology Intelligence*, dan *Emotional Intellectual* yang baik akan cenderung memiliki rasa keingintahuan yang tinggi sehingga mendorong dirinya untuk terus belajar dan meningkatkan kompetensi diri sehingga mampu unggul dalam berkompetisi sehingga dari proses banyak belajar tersebut akan meningkatkan kompetensinya dalam bekerja sehingga menghasilkan kinerja yang terus meningkat, selain itu *Salesperson* juga akan mudah menggunakan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dimana saat ini teknologi sudah diimplementasikan disegala sector usaha, sehingga teknologi dimanfaatkan untuk mempermudah suatu pekerjaan. *Salesperson* yang mampu menggunakan dan beradaptasi dengan teknologi akan mudah menyelesaikan pekerjaan dan menemukan solusi alternatif untuk permasalahan yang dihadapinya. Kinerja *Salesperson* yang tersu meningkat akan berdampak positif terhadap keunggulan bersaing secara berkelanjutan bagi UMKM. Persaingan bisnis sangat kompetitif sehingga menuntut UMKM untuk memiliki kemampuan bersaing yang unggul dan salah satu keunggulan tersebut adalah memiliki *Salesperson* yang selalu memiliki kinerja yang meningkat dan unggul sehingga akan mendorong UMKM mampu bersaing dalam jangka panjang dan survive dalam persaingan bisnis.

### **REFERENSI**

- AlDosiry, K. S., Alkhadher, O. H., AlAqraa', E. M., & Anderson, N. (2016). Relationships between emotional intelligence and sales performance in Kuwait. *Revista de Psicologia Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 32(1), 39–45. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2015.09.002>
- Blickle, G., Kramer, J., Schneider, P. B., Meurs, J. A., Ferris, G. R., Mierke, J., ... Momm, T. D. (2011). Role of Political Skill in Job Performance Prediction Beyond General Mental Ability and Personality in Cross-Sectional and Predictive Studies. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 488–514. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00723.x>
- Gottfredson, L. S. (2016). Hans Eysenck's theory of intelligence, and what it reveals about him. *Personality and Individual Differences*, 103, 116–127.

- <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.04.036>
- Hapsary, N., Farida, U., & Santoso, A. (2021). Pengaruh E-Commerce, Innovation Capability dan Family Support Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 128-141.
- Hunter, G. K., & Panagopoulos, N. G. (2015). Commitment to technological change, sales force intelligence norms, and *Salesperson* key outcomes. *Industrial Marketing Management*, 50, 162–179. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.03.023>
- Jackson, R. B. (2001). Vis Mediatrix Naturae, Vital Force to Innate Intelligence and Concepts for 2000. *Journal of Chiropractic Humanities*, 10(1), 41–47. [https://doi.org/10.1016/S1556-3499\(13\)60132-1](https://doi.org/10.1016/S1556-3499(13)60132-1)
- Jeb Blount. (2018). *Sales EQ Bagaimana Ultra-High Performance Memanfaatkan Intelegensi Emosional Untuk Memenangkan Penjualan*. New Jersey: PT. Alex Media Komputindo.
- Maryanti, S., Andriani, L., Fatmasari, F., Widyawati, N., & Santoso, A. (2019). Customer Relationship Management (CRM) Practices and Customer Satisfaction: Evidence from Retail Stores in Indonesia. *International Journal Of Innovation Creativity And Change*. 9(5). 80-94.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., Taylor, P., Erlbaum, L., Mayer, J. D., ... Caruso, D. R. (2012). Emotional Intelligence : Theory , Findings , and Implications, 15(3), 197–215.
- Mohamad, M., & Jais, J. (2016). Emotional Intelligence and Job *Performance*: A Study among Malaysian Teachers. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 674–682. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00083-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00083-6)
- Reid, M. (2015). *Sales Performance and Emotional Intelligence of Technology Sales Professionals*. *ProQuest Dissertations and Theses*, 140. Retrieved from [https://search.proquest.com/docview/1732368020?accountid=14553%5Cnhttp://sfx.carli.illinois.edu/sfxui?url\\_ver=Z39.882004&rft\\_val\\_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:dissertation&genre=dissertations+%26+theses&sid=ProQ:ProQuest+Dissertations+%26+Theses+Full+Text&at](https://search.proquest.com/docview/1732368020?accountid=14553%5Cnhttp://sfx.carli.illinois.edu/sfxui?url_ver=Z39.882004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:dissertation&genre=dissertations+%26+theses&sid=ProQ:ProQuest+Dissertations+%26+Theses+Full+Text&at)
- Santoso, A. (2020). Impact Of Psychological Ownership On Innovation And Growth In Indonesia Business Firms. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(7), 1002-1012.
- Santoso, A. (2020). Knowledge Management, Supply Chain Marketing Implementation and Marketing Capabilities and Tourism Industry Performance in Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(3), 1003.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Bobik, C., Coston, T. D., & Greeson, C. (2013). The Journal of Social Emotional Intelligence and Interpersonal Relations, (October), 37–41. <https://doi.org/10.1080/00224540109600569>
- Shamsuddin, N., & Rahman, R. A. (2014). The Relationship between Emotional Intelligence and Job *Performance* of Call Centre Agents. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 75–81. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.650>
- Sony, M., & Mekoth, N. (2016). The relationship between emotional intelligence, frontline employee adaptability, job satisfaction and job *performance*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 20–32. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.12.003>
- Wisker, Z. L., & Poulis, A. (2018). Emotional Intelligence – Sales *Performance* Relationship: A Mediating Role of Adaptive Selling Behaviour. *International Journal of Management and Economics*, 43(1), 32–52. <https://doi.org/10.1515/ijme-2015-0002>