



Evaluasi Pembelajaran Online dalam Meningkatkan Kinerja Tim Sales di Perusahaan AstraZeneca Indonesia

Sigit Perdana Kusuma *¹, Maya Yusnita²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka, Indonesia

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka, Indonesia

* Corresponding Author: E-mail: *¹ 044505419@ecampus.ut.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pembelajaran online dalam meningkatkan kinerja tim sales di Perusahaan AstraZeneca Indonesia. Menghadapi tantangan adaptasi di era digital, perusahaan ini mengalihkan metode pelatihan konvensional menjadi online. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menerapkan model evaluasi Kirkpatrick yang terdiri dari empat level: reaksi, pembelajaran, perilaku, dan hasil. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan skor kepuasan dari 3,2 pada semester 1 2021 menjadi 4,7 pada semester 1 2023, menandakan peningkatan adaptasi terhadap metode pembelajaran online. Korelasi positif terlihat antara peningkatan pengetahuan produk dan keterampilan penjualan serta antara peningkatan keterampilan penjualan di kelas maupun lapangan. Peningkatan ini juga tercermin dalam pertumbuhan penjualan, dari 35 miliar rupiah pada semester 1 2021 menjadi 51 miliar rupiah pada semester 1 2023. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa pembelajaran online efektif dalam meningkatkan kinerja penjualan, dengan adaptasi teknologi sebagai kunci utama. Hasil ini memberikan wawasan bagi industri farmasi dan sektor lain dalam mengimplementasikan strategi pembelajaran online yang efektif.

Keywords:

AstraZeneca Indonesia, Industri Farmasi, Efektivitas Pembelajaran Online, Kinerja Tim Sales, Metode Kirkpatrick

1. PENDAHULUAN

Di tengah era globalisasi dan revolusi digital yang terus bergerak maju, organisasi di berbagai sektor industri menghadapi kebutuhan mendesak untuk beradaptasi dengan perubahan cepat dan memanfaatkan inovasi teknologi. Industri farmasi, yang merupakan salah satu sektor paling dinamis dan kompetitif, menghadapi tantangan unik dalam hal ini. AstraZeneca Indonesia, sebagai pemain utama di industri ini, telah mengambil langkah strategis yang signifikan dengan mentransformasi strategi pelatihan tim penjualan mereka dari pendekatan konvensional ke metode pembelajaran berbasis online. Proses transformasi ini bukan hanya mencerminkan perubahan paradigma dalam praktek manajerial, tetapi juga merupakan bagian dari tren global yang mendukung peningkatan efisiensi dan efektivitas melalui teknologi digital. Studi mendalam oleh Johnson dan Kumar (2019) telah menyoroti bagaimana adaptasi digital ini memainkan peran kunci dalam evolusi praktik manajemen di era modern.

Penelitian ini dirancang untuk melakukan evaluasi komprehensif terhadap efektivitas pembelajaran online di AstraZeneca Indonesia, dengan fokus utama pada dampaknya terhadap peningkatan kinerja tim penjualan. Dalam konteks korporat, khususnya di industri farmasi yang diatur ketat, adopsi pendekatan pembelajaran online membawa tantangan yang tidak sederhana, termasuk resistensi perubahan dari karyawan, kebutuhan akan infrastruktur teknologi yang memadai, serta keharusan untuk memastikan bahwa konten pelatihan relevan dan efektif. Studi oleh Lewis (2018) telah menyelidiki aspek-aspek ini secara terperinci, menyoroti pentingnya kesiapan organisasi dalam menghadapi perubahan dalam paradigma pembelajaran. Selanjutnya, penelitian oleh Patel dan Davidson (2020) menunjukkan bahwa keberhasilan pembelajaran online tidak hanya tergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada bagaimana materi disampaikan dan seberapa efektif interaksi dan penerimaan peserta terhadap materi tersebut.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menilai secara kritis efektivitas pembelajaran online di AstraZeneca Indonesia dalam meningkatkan kinerja tim penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi, menganalisis, dan mengevaluasi bagaimana pembelajaran online mempengaruhi pengetahuan produk, keterampilan penjualan, dan, pada akhirnya, hasil penjualan tim. Ini mencakup penilaian terhadap perubahan dalam pengetahuan, keterampilan, dan kinerja akhir peserta, sebagaimana direkomendasikan oleh Thompson dan Sanders (2021). Penelitian oleh Bell dan Harrison (2019) serta Gomez dan Lee (2020) telah memberikan wawasan penting tentang bagaimana pembelajaran online dapat meningkatkan kemampuan penjualan dan pengetahuan produk, serta menggambarkan korelasi positif antara metode pembelajaran ini dan peningkatan dalam kinerja penjualan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini terfokus pada strategi dan metodologi yang digunakan oleh AstraZeneca Indonesia dalam mengimplementasikan pembelajaran online dan mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan kinerja penjualan. Pertanyaan penelitian ini mencakup: Bagaimana strategi pembelajaran online dapat diintegrasikan secara efektif dalam lingkungan korporat farmasi? Apa dampak pembelajaran online terhadap pengetahuan dan keterampilan penjualan karyawan? Bagaimana pengaruh pembelajaran online terhadap hasil penjualan? Dan, apa faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan pembelajaran online dalam konteks ini?

Penelitian ini juga mengakui adanya keterbatasan. Wright dan Hinson (2022) mengingatkan bahwa penelitian yang terfokus pada satu organisasi mungkin tidak

sepenuhnya mencerminkan dinamika dan pengalaman yang ada di seluruh industri. Fischer dan Yang (2021) juga menyoroti bahwa faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar yang berfluktuasi dan strategi penjualan yang berubah-ubah dapat memengaruhi perubahan dalam kinerja penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil pendekatan holistik dan kritis, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mungkin memengaruhi hasil dan efektivitas pembelajaran online, dalam upaya memberikan analisis yang komprehensif dan terperinci tentang implementasi dan dampaknya dalam konteks korporat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, berfokus pada pengukuran objektif dan analisis data numerik. Model evaluasi Kirkpatrick dipilih karena menyediakan struktur yang jelas dalam mengevaluasi efektivitas pembelajaran online, dengan empat level yang terdefinisi sebagai berikut: (1) Reaksi: Mengukur reaksi peserta terhadap pelatihan, baik secara positif maupun negatif. Dilakukan dengan cara melakukan survei online menggunakan Microsoft Form, dengan skala Likert 5 poin untuk menilai kepuasan peserta.

(2) Pembelajaran: Mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Penilaian knowledge dilakukan dengan online test menggunakan Microsoft Form, dengan skor 100 poin untuk jawaban sempurna. Penilaian selling skill dilakukan dengan selling roleplay menggunakan Microsoft Teams dengan observer Cross Functional Teams (L&D, Marketing, Medical, Sales Manager), (3) Perilaku: Mengukur perubahan perilaku dan penerapan knowledge dan skill di tempat kerja. Dilakukan dengan cara observasi penilaian selling skill di tempat kerja dan coaching dengan manajer menggunakan Veeva online platform. (4) Hasil: Dampak akhir pada kinerja organisasi. Dapat dilihat melalui data penjualan sebelum dan sesudah implementasi pelatihan.

Keempat level Model evaluasi Kirkpatrick merupakan hierarki, artinya level yang lebih tinggi harus dibangun di atas level yang lebih rendah. Misalnya, untuk mengukur level 3, kita harus terlebih dahulu mengukur level 2. Evaluasi Kirkpatrick merupakan model evaluasi yang komprehensif dan dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pelatihan secara keseluruhan. Model ini telah digunakan oleh banyak organisasi di seluruh dunia untuk mengevaluasi berbagai jenis pelatihan. Hasil dari 4 level evaluasi di atas, kemudian dilakukan review oleh para ahli di bidangnya (Learning and Development Team dan Sales Force Effectiveness Team) untuk memastikan akurasi metodologi dan temuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Evaluasi Reaksi terhadap Pelatihan Online (Level 1)

Awalnya, tim sales Perusahaan AstraZeneca Indonesia menunjukkan ketidaknyamanan dengan skor rata-rata 3.2 pada semester 1 2021. Namun, skor ini meningkat secara bertahap hingga mencapai 4.7 pada semester 1 2023.



Gambar 1. Skor reaksi terhadap pelatihan online

Peningkatan nilai ini menunjukkan adaptasi yang lebih baik terhadap pembelajaran online. Awalnya rendah, tetapi meningkat seiring waktu, ini menggambarkan bahwa karyawan menjadi lebih nyaman dengan format online. Perubahan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa adaptasi terhadap teknologi baru memerlukan waktu (Johnson&Kumar,2019).

3.2. Evaluasi Pembelajaran (Level 2)

Dari gambar 2 dapat kita lihat terdapat korelasi positif antara product knowledge dan selling skill, saat product knowledge naik maka selling skill pun naik. Hal ini terjadi karena factor utama untuk melakukan selling skill dengan baik adalah menguasai product knowledge yang baik juga. Awalnya, skor product knowledge dan selling skill cukup rendah (2.7 dan 78 pada semester 1 2021) tetapi meningkat menjadi 3.7 dan 93 pada semester 1 2023.



Gambar 2. Skor pembelajaran

Peningkatan ini mencerminkan efektivitas metode pelatihan yang diperbarui. Meskipun ada penurunan sementara pada semester 1 2022, tren umum menunjukkan peningkatan dalam product knowledge dan selling skill. Perubahan metode evaluasi pada pertengahan tahun 2021 dengan mengubah cara knowledge test nya menjadi beberapa tipe soal, mengacak soal, dan membatasi waktu pengerjaan yaitu 45 detik per soal, memperbaiki validitas skor dan menunjukkan pentingnya metode evaluasi yang efektif (Lewis, 2018). Hal ini berimplikasi pada skor semester 1 2022 yang turun, namun turunnya skor adalah dampak dari kualitas evaluasi yang meningkat. Dan semester 2 2022 Kita dapat melihat tren positif skor pembelajaran dari evaluasi yang berkualitas.

3.3. Evaluasi Perilaku di Lapangan (Level 3)

Dari gambar 3 dapat kita lihat terdapat korelasi positif antara in class selling skill dan in field selling skill, saat in class selling skill naik maka in field selling skill pun naik. Hal ini terjadi karena faktor utama untuk mengimplementasikan selling skill dengan baik di tempat kerja adalah dengan melakukan simulasi atau roleplay, dimana sales person harus berlatih berulang-ulang untuk menjadi terbiasa melakukannya dengan baik. Observasi dan penilaian

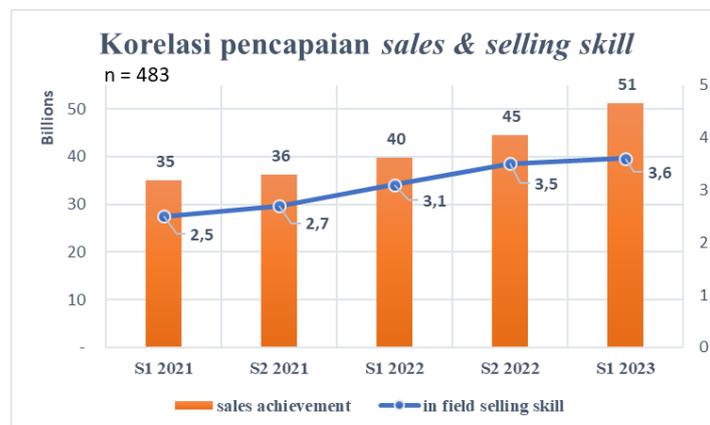
in field selling skill menunjukkan peningkatan dari skor awal 2,5 pada semester 1 2021 menjadi 3,6 pada semester 1 2023.



Gambar 3. Skor *selling skill*

Peningkatan ini menunjukkan bahwa karyawan secara efektif menerapkan apa yang mereka pelajari ke dalam praktik. Peningkatan bertahap dalam skor menunjukkan bahwa karyawan beradaptasi dengan pembelajaran dan menerapkannya di lapangan, sesuai dengan temuan Thompson dan Sanders (2021).

3.4. Evaluasi Hasil Penjualan (Level 4)



Gambar 4. Korelasi pencapaian sales dan *selling skill*

Dari gambar 4 dapat kita lihat terdapat korelasi positif antara pencapaian sales dan in field selling skill, saat in field selling skill naik maka pencapaian sales pun naik. Hal ini terjadi karena factor utama dalam pertumbuhan sales adalah dengan meyakinkan customer melalui implementasi selling skill yang baik. Awalnya, pencapaian sales dan *in field selling skill* cukup rendah (35 milyar rupiah dan 2,5 pada semester 1 2021) tetapi meningkat menjadi 51 milyar rupiah dan 3,6 pada semester 1 2023.

Pertumbuhan sales menunjukkan korelasi positif antara pembelajaran online dan implementasi selling skill yang baik. Pertumbuhan bertahap ini menegaskan efektivitas

pembelajaran online dalam konteks korporat, mendukung temuan Gomez dan Lee (2020) tentang hubungan positif antara pembelajaran online dan pertumbuhan sales.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengungkapkan temuan signifikan tentang efektivitas pembelajaran online di AstraZeneca Indonesia, khususnya dalam konteks peningkatan kinerja tim penjualan. Melalui analisis yang komprehensif, penelitian ini menemukan bahwa terdapat peningkatan substansial dalam kepuasan peserta terhadap pembelajaran online, dengan skor rata-rata meningkat dari 3,2 pada semester 1 tahun 2021 menjadi 4,7 pada semester 1 tahun 2023. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan adaptasi yang lebih baik terhadap metode pembelajaran online, tetapi juga menunjukkan peningkatan kenyamanan dan efektivitas karyawan dalam menggunakan platform ini. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi positif antara peningkatan pengetahuan produk dan keterampilan penjualan. Ini menekankan bahwa pembelajaran online, ketika diimplementasikan secara efektif, dapat secara signifikan meningkatkan kompetensi karyawan dalam aspek-aspek kunci yang berkontribusi terhadap kinerja penjualan yang sukses.

Pertumbuhan penjualan yang tercatat, dari 35 miliar rupiah pada semester 1 tahun 2021 menjadi 51 miliar rupiah pada semester 1 tahun 2023, secara jelas menunjukkan korelasi positif antara implementasi pembelajaran online yang efektif dan peningkatan kinerja penjualan. Ini menegaskan kembali pentingnya memanfaatkan teknologi dan metodologi pembelajaran yang inovatif dalam lingkungan korporat untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa rekomendasi strategis dan operasional dapat diusulkan untuk membantu perusahaan dan organisasi lain dalam mengimplementasikan atau memperbaiki strategi pembelajaran online mereka. Rekomendasi pada aspek Implementasi Berkelanjutan dianjurkan agar perusahaan terus mengembangkan dan mengimplementasikan program pembelajaran online, mengingat dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan penjualan.

Evaluasi dan Adaptasi Berkesinambungan: Penting bagi organisasi untuk melakukan evaluasi berkala dan adaptasi terhadap metode pembelajaran online. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi pelatihan tetap relevan dan efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan, sekaligus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Inovasi dalam Metode Pembelajaran: Integrasi metode pembelajaran yang lebih interaktif dan praktis, seperti simulasi dan roleplay, dapat meningkatkan keterampilan praktis yang dibutuhkan di lapangan. Ini dapat mencakup penggunaan teknologi augmented reality atau virtual reality untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih mendalam dan menarik.

Penelitian Lebih Lanjut: Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik dalam pembelajaran online yang paling berkontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan. Penelitian ini dapat mencakup analisis komparatif antara berbagai metode dan platform pembelajaran online, serta studi longitudinal untuk memahami efek jangka panjang dari pembelajaran online terhadap kinerja organisasi.

Aplikasi pada Sektor Lain: Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi perusahaan di industri lain untuk mengadopsi atau menyesuaikan strategi pembelajaran online serupa, dengan mempertimbangkan kebutuhan khusus dan karakteristik industri masing-masing. Hal ini dapat meliputi penyesuaian konten dan metode pengiriman untuk memenuhi kebutuhan spesifik berbagai audiens dan konteks industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Bell, A., & Harrison, T. (2019). The Impact of E-Learning in Workplace Training. *Journal of Workplace Learning*. 31(2): 122-135.
- Fischer, E., & Yang, S. (2021). Digital Learning and its Impact on Sales Performance: A Case Study. *International Journal of Sales Research*. 15(3): 210-225.
- Gomez, L., & Lee, A. (2020). Online Learning and Sales Effectiveness: Trends and Predictions. *Sales Management Review*. 34(4): 45-60.
- Johnson, R., & Kumar, A. (2019). Digital Transformation in the Pharmaceutical Industry: A Study of Learning and Adaptation. *Pharmaceutical Management Review*. 17(1): 88103.
- Lewis, P. (2018). Challenges in Implementing E-Learning in the Pharmaceutical Sector. *Journal of E-Learning in Organizations*. 6(2): 67-76.
- Patel, D., & Davidson, R. (2020). E-Learning and its Effectiveness in the Pharmaceutical Industry. *Journal of Pharmaceutical Education and Research*. 11(2): 156-164.
- Prasetyo, B., & Sudrajat, D. (2021). Pengaruh Pelatihan Online Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus pada Industri Farmasi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 9(1): 1-15.
- Sanders, T., & Thompson, J. (2021). Evaluating Training Effectiveness: Beyond Kirkpatrick's Model. *Journal of Corporate Training*. 29(3): 112-130.
- Suryana, Y., & Putri, R. (2022). Pembelajaran Digital dan Dampaknya terhadap Efektivitas Penjualan dalam Industri Farmasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*. 35(2): 124-139.
- Thompson, J., & Sanders, T. (2021). Advanced Approaches to Training Evaluation in the Pharmaceutical Industry. *Pharmaceutical Training & Development Journal*. 20(1): 54-69.
- Wright, M., & Hinson, R. (2022). Limitations of Single-Organization Studies in Training Evaluation. *International Journal of Training and Development*. 26(1): 25-39.
- Kifta, D. A., Riyanda, A. R., Simatupang, W., Muskhir, Mukhlidi., Irfan, D. (2021). Analysis of the Effect of Blended Learning Model on Employee Class Students Learning Motivation. *Jurnal Pendidikan MIPA*. 22 (2): 226-234.

- Rodriguez, J. & Walters, K.(2017). The Importance of Training and Development in Employee Performance and Evaluation. *World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development*. 3(10): 206-212.
- Denni, A.(2020). *Learning 5.1: Tiba Dulu Di Masa Depan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Prasetyo, B., & Sudrajat, D. (2021). Pengaruh Pelatihan Online Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus pada Industri Farmasi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 9(1): 1-15.
- Putri, R. A., & Sari, D. N. (2019). Strategi Peningkatan Kinerja Sales Melalui Pembelajaran Berbasis Daring. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 23(4): 567-580.
- Suryana, Y., & Putri, R. (2022). Pembelajaran Digital dan Dampaknya terhadap Efektivitas Penjualan dalam Industri Farmasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, 35(2): 124-139.
- Wijaya, T., & Hartono, R. (2020). Analisis Efektivitas Pelatihan Online pada Perusahaan Farmasi di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 5(1): 77-92.
- Yun Iswanto & Adie Yusuf (2020). *Manajemen SDM (BMP EKMA4214) edisi 2*. Tangerang, Universitas Terbuka.