

## Rancangan verifikasi berbasis kompetensi pada unit marketing di PT.TC

Alia Natakusuma, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=110330&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kondisi yang sedang terjadi pada PT. TC saat ini adalah kinerja karyawan divisi marketing yang kurang memuaskan. Kondisi yang kurang memuaskan ini terjadi karena divisi marketing tidak mampu mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan. Target penjualan yang ditetapkan perusahaan adalah 100% tercapai, namun pada kenyataannya target penjualan hanya mencapai 20%. Melihat kondisi ini pihak manajemen mengambil langkah intervensi untuk membantu karyawannya mencapai target penjualan. Intervensi yang diberikan berupa pelatihan. Materi pelatihan lebih dikembangkan berdasarkan apa yang dirasa perlu oleh pihak manajemen sehingga analisa kebutuhannya hanya didasarkan pada perspektif perusahaan. Tujuan dari intervensi adalah agar target penjualan dapat tercapai.

Namun intervensi yang dilakukan pihak manajemen saat ini tidak memberikan dampak positif bagi karyawannya. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian penjualan divisi marketing. Seperti diuarikan diatas hanya mencapai 20% dan target yang ditetapkan. Situasi ini membuat pihak manajemen bingung dalam membuat program pengembangan yang tepat.

Mengacu pada masalah yang dihadapi divisi marketing PT. TC, penulis mengusulkan program pengembangan lebih didasarkan pada kondisi aktual karyawannya. Kondisi aktual karyawan dilihat melalui kompetensi yang dimiliki oleh karyawan saat ini, karena kompetensi mampu memberikan gambaran perilaku karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.

Sedangkan untuk memastikan atau mengenali kompetensi yang dianggap belum memadai dapat dilihat dengan cara membandingkan kompetensi karyawan saat ini dengan kompetensi idealnya. Oleh karena itu perlu dibuat sebuah rancangan verifikasi berbasis kompetensi guna memastikan kompetensi yang perlu dikembangkan pada karyawan divisi marketing PT. TC.