

PENGARUH PELATIHAN *SOFT SKILL UPSELLING* DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP KOMPETENSI KARYAWAN K3MART DI MEDAN

THE INFLUENCE OF SOFT SKILL UPSELLING AND PRODUCT KNOWLEDGE TRAINING ON THE COMPETENCY OF K3MART EMPLOYEES IN MEDAN

Frisca Zesica Br Tarigan, Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial dan Hukum,
Universitas Quality, Jl. Ringroad-Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Kode Pos 20132,
Indonesia

Penulis Korespondensi: friscatarigan123@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge* terhadap kompetensi karyawan K3Mart di Medan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pelatihan *soft skill upselling* (X1) dan *product knowledge* (X2), sedangkan variabel dependen adalah kompetensi karyawan (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada karyawan K3Mart di Medan dengan menggunakan skala Likert. Sampel penelitian berjumlah 87 responden yang merupakan karyawan K3Mart di Medan yang telah mengikuti pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi karyawan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa pelatihan *soft skill upselling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi karyawan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $13,542 > t$ tabel 1,988. Pelatihan *soft skill product knowledge* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi karyawan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $14,178 > t$ tabel 1,988. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kompetensi karyawan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $120,449 > F$ tabel 2,13. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,741 menunjukkan bahwa 74,1% kompetensi karyawan dipengaruhi oleh pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge*, sedangkan 25,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, pelaksanaan pelatihan secara berkala berperan penting dalam meningkatkan kompetensi karyawan K3Mart di Medan.

Kata Kunci: Pelatihan Soft Skill, Upselling, Product Knowledge.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of upselling soft skills training and product knowledge on the competence of K3Mart employees in Medan. The independent variables in this study are upselling soft skills training (X1) and product knowledge (X2), while the dependent variable is employee competence (Y). This research employs a quantitative method with data collection conducted through the distribution of questionnaires to K3Mart employees in Medan using a Likert scale. The research sample consists of 87 respondents who are K3Mart employees in Medan and have participated in upselling soft skills and product knowledge training. The collected data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that upselling soft skills training and product knowledge have a positive and significant effect on employee competence, both partially and simultaneously. The partial test (t-test) shows that upselling soft skills training has a positive and significant effect on employee competence, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of $13.542 > t\text{-table value of } 1.988$. Product knowledge training also has a positive and significant effect on employee competence, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of $14.178 > t\text{-table value of } 1.988$. The simultaneous test (F-test) demonstrates that upselling soft skills training and product knowledge jointly have a significant effect on employee competence, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and an F-value of $120.449 > F\text{-table value of } 2.13$. The coefficient of determination (R^2) of 0.741 indicates that 74.1% of employee competence is influenced by upselling soft skills training and product knowledge, while the remaining 25.9% is affected by other variables outside this study. Therefore, the implementation of regular training plays an important role in improving the competence of K3Mart employees in Medan.

Keywords: *Soft Skill Training, Upselling, Product Knowledge.*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) atau karyawan merupakan kunci utama dalam mencapai keberhasilan suatu organisasi karena kualitas dan kinerjanya akan sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan organisasi, sehingga dunia usaha dan organisasi perlu didukung oleh karyawan yang berkompeten dan dapat dipercaya. Kualitas suatu organisasi sebenarnya tergantung pada kualitas karyawannya. SDM yang berkualitas merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. SDM yang berkualitas adalah individu yang memiliki keterampilan, sikap, dan perilaku kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi efektif, memahami produk, dan melakukan penawaran secara persuasif menjadi nilai tambah yang membedakan satu perusahaan dengan kompetitornya.

Oleh karena itu, peningkatan kompetensi karyawan menjadi salah satu faktor penting untuk menjaga keberlangsungan usaha dan kepuasan pelanggan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi karyawan adalah melakukan pelatihan *soft skill*, khususnya dalam bidang *upselling* dan *product knowledge*. Bahkan penelitian yang dilakukan oleh Chin, (2022) mengungkapkan bahwa justru *soft skill* memberikan peranan lebih penting untuk dalam peningkatan kompetensi. Hal ini terkait dengan kemampuan seseorang dari sisi emosional dan perilaku.

K3Mart di Medan, yang berdiri sejak tahun 2013 sebagai *lifestyle convenience store*, hadir dengan konsep ritel modern yang berbeda dari minimarket pada umumnya. Selain menyediakan kebutuhan sehari-hari, K3Mart di Medan juga menghadirkan produk-produk impor, khususnya dari Korea, serta mendukung produk lokal dan UMKM untuk bersaing di pasar ritel modern. Dengan konsep ini, K3Mart di Medan menuntut karyawan yang tidak hanya mampu melayani pelanggan, tetapi juga memiliki kompetensi untuk menjelaskan produk sekaligus melakukan strategi *upselling*.

“Rentang usia staff K3Mart yang bekerja saat ini berusia antara 19-21 tahun, yang merupakan generasi muda yang sempat menjadi korban dari dampak pandemi Covid-19 dan dalam 2 tahun belakangan setelah pandemi Covid-19 berlalu, terjadi kemunduran kualitas *soft skill* dari SDM yang bekerja. Tingkat kepercayaan diri menurun, mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan baru, menurunnya kemampuan komunikasi dan sulit menerima tekanan,” ujar Ibu Grace selaku koordinator K3Mart wilayah Medan saat ini.

Dengan kondisi tersebut, K3Mart mengalami kesulitan dalam menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen dan melakukan strategi *upselling* tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan perusahaan. Oleh sebab itu, K3Mart di Medan telah melaksanakan berbagai program pelatihan secara berkala, yaitu satu kali dalam dua bulan, sebagai upaya peningkatan kompetensi dan kinerja karyawan. Adapun bentuk pelatihan yang diberikan antara lain *Standar Service*, *Service Excellent*, Pelatihan *Soft Skill* serta Keterampilan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia. Pelatihan tersebut menunjukkan adanya perhatian serius perusahaan terhadap pengembangan karyawan, baik dari segi sikap pelayanan, keterampilan teknis, maupun peningkatan kemampuan interpersonal.

Dari beberapa pelatihan yang telah dilaksanakan, pelatihan *soft skill* menjadi salah satu program penting yang berhubungan langsung dengan kemampuan karyawan dalam menghadapi pelanggan. *Soft skill* berperan besar dalam membentuk sikap, komunikasi, serta

keterampilan interpersonal karyawan ketika memberikan pelayanan. Di antara berbagai bentuk pelatihan *soft skill*, dua aspek yang dinilai sangat strategis untuk mendukung peningkatan kompetensi karyawan di bidang ritel adalah *upselling* dan *product knowledge*.

Menurut Ilham dan Rimantho, (2023) untuk mendukung agar strategi penilaian kinerja yang baik maka perusahaan wajib meningkatkan kualitas kinerja dengan menyediakan pelayanan terbaik terhadap pelanggan dan terus ditingkatkan kemampuan SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki perusahaan tersebut. Oleh karena itu, pelatihan *soft skill* bagi karyawan menjadi salah satu strategi penting yang perlu dievaluasi efektivitasnya. Meskipun K3Mart di Medan telah menyelenggarakan program pelatihan *soft skill*, termasuk pelatihan *upselling* dan *product knowledge* bagi karyawannya sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Namun sejauh mana pelatihan tersebut memberikan pengaruh nyata terhadap peningkatan kompetensi karyawan masih perlu diteliti lebih lanjut. Hal ini penting agar perusahaan dapat mengetahui efektivitas program pelatihan yang dijalankan, sekaligus dapat menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan pelatihan di masa mendatang.

Penelitian ini akan melihat pengaruh pelatihan *soft skill* khususnya *upselling* dan *product knowledge* yang dilakukan K3Mart di Medan dapat mendorong peningkatan kompetensi karyawan K3Mart di Medan. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pelatihan *Soft Skill Upselling* dan *Product Knowledge* Terhadap Kompetensi Karyawan K3Mart di Medan”.

BAHAN DAN METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswel, (2025) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan sistematis dan objektif dalam pengumpulan dan analisis data yang melibatkan penggunaan data numerik untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang valid dan andal tentang fenomena atau masalah tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan K3Mart di wilayah kota Medan dan telah mengikuti pelatihan *soft skill* yang meliputi *upselling* dan *product knowledge*. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 87 orang.

Penelitian ini akan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Namun karena jumlah populasi relatif kecil dan seluruh populasi dijadikan sampel penelitian, maka teknik yang digunakan termasuk dalam sampel jenuh. Dengan demikian yang menjadi sampel

dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan K3Mart di Medan yang telah mengikuti *pelatihan soft skill upselling* dan *product knowledge*. Maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 87 responden yang merupakan seluruh karyawan K3Mart di Medan yang telah mengikuti *pelatihan soft skill upselling* dan *product knowledge*.

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian instrument yang akan digunakan adalah observasi, dan kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	6.952	2.117		3.284
	UPSELLING	.344	.097	.400	3.543
	PRODUCT KNOWLEDGE	.409	.094	.490	4.347

a. Dependent Variable: KOMPETENSI KARYAWAN

Sumber : Hasil Olah SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

$$Y = 6,952 + 0,344X_1 + 0,409X_2$$

Interpretasi persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,952 menunjukkan bahwa ketika variabel *upselling* dan *product knowledge* dianggap tidak mengalami perubahan, maka kompetensi karyawan tetap berada pada tingkat sebesar 6,952.
2. Koefisien regresi variabel *upselling* sebesar 0,344 menunjukkan bahwa *upselling* memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi karyawan. Hal ini berarti setiap kenaikan 1 satuan *upselling* akan diikuti dengan peningkatan kompetensi karyawan sebesar 0,344 dengan asumsi variabel lain bersifat konstan.

3. Selanjutnya, koefisien regresi variabel *product knowledge* sebesar 0,409 menunjukkan adanya pengaruh positif *product knowledge* terhadap kompetensi karyawan. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan *product knowledge* akan diikuti dengan peningkatan karyawan, sebesar 0,409 dengan asumsi variabel lain bersifat konstan.

Berdasarkan nilai Standardized Coefficients (Beta), variabel *product knowledge* memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kompetensi karyawan dibandingkan dengan variabel *upselling*. Dengan demikian, *product knowledge* menjadi faktor yang paling berperan dalam meningkatkan kompetensi karyawan pada penelitian ini.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Hasil uji parsial yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.413	2.300		3.658	.000
	UPSELLING	.713	.053	.827	13.542	.000

a. Dependent Variable: KOMPETENSI KARYAWAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.523	2.120		4.493	.000
	PRODUCT KNOWLEDGE	.700	.049	.838	14.178	.000

a. Dependent Variable: KOMPETENSI KARYAWAN

Sumber : Hasil Olah SPSS 25

Hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai sig. < 0,05
- Nilai t hitung > nilai t tabel

Rumus t tabel

$$(\alpha/2 : n - k - 1)$$

$$\alpha = 5\% = t(0,05/2 : 87 - 2 - 1)$$

$$= 0,025 : 84$$

$$= 1,98861 (1,988)$$

1. Sesuai dengan tabel di atas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *upselling* (X1) terhadap kompetensi karyawan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $13,542 >$ nilai t tabel 1,988, maka H0 ditolak dan H1 diterima artinya terdapat pengaruh *upselling* secara signifikan.
2. Sesuai dengan tabel di atas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *product knowledge* (X2) terhadap kompetensi karyawan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $14,178 >$ nilai t tabel 1,988, maka H0 ditolak dan H2 diterima artinya terdapat pengaruh *product knowledge* secara signifikan.

3. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Hasil dari uji F yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1713.447	2	856.723	120.449	.000 ^b
	Residual	597.473	84	7.113		
	Total	2310.920	86			

a. Dependent Variable: KOMPETENSI KARYAWAN

b. Predictors: (Constant), PRODUCT KNOWLEDGE, UPSELLING

Sumber : Hasil Olah SPSS 25

Dari tabel 3 diatas dapat diketahui nilai signifikasinya untuk pengaruh *upselling* dan *product knowledge* terhadap kompetensi karyawan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan f hitung $120,449 >$ nilai f tabel 2,13. Hal tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya terdapat pengaruh *upselling* (X1) dan *product knowledge* (X2) terhadap kompetensi karyawan (Y) secara signifikan.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.735	2.667

a. Predictors: (Constant), PRODUCT KNOWLEDGE, UPSELLING

Sumber : Hasil Olah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4 mengenai hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,741. Hal ini menunjukkan bahwa 74,1% kompetensi karyawan dipengaruhi oleh variabel *upselling* dan *product knowledge* dalam model regresi yang digunakan. Sementara itu, 25,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti, seperti faktor pengalaman kerja, motivasi, pelatihan, lingkungan kerja, maupun faktor lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge* terhadap kompetensi karyawan K3Mart di Medan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan *soft skill upselling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi karyawan K3Mart di Medan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang berkaitan dengan kemampuan komunikasi, pendekatan kepada pelanggan, serta teknik penawaran produk secara tepat mampu meningkatkan kompetensi karyawan dalam menjalankan tugasnya.
2. Pelatihan *soft skill product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi karyawan K3Mart di Medan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki pemahaman yang baik mengenai produk yang dijual cenderung memiliki tingkat kompetensi yang lebih tinggi.
3. Pelatihan *soft skill upselling* dan *product knowledge* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kompetensi karyawan K3Mart di Medan. Hal ini menunjukkan bahwa

kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan kompetensi karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adira, M. K., Soegiantoro, D. H., Kristariyanto, Y. A., & Widhiarso, A. (2023). Pengaruh Kompetensi Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 1(2).
- Agusino, & Syaifullah. (2023). Pengaruh *Product Knowledge* dan *Lifestyle* Terhadap *Purchase Intention* Sepatu Kanvas *Local Brand*. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 5(1), 73–83.
- Agustina, F. (2024). Peran Kompetensi Individu terhadap Kinerja Karyawan pada PT Berkah Industri Mesin Angkat (BIMA) Surabaya. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 2(2).
- Bambang, S. (2022). Analisis Kinerja Karyawan Pada Pt.Sigma Petrotech Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2), 285–297.
- Chin. (2022). Pelatihan Kerja, Soft Skill dan Hard Skill Mendorong Peningkatan Kinerja Karyawan. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 9.
- Creswel. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan *Quantitative Research Methods : Concepts , Types , Stages , and Advantages*. *JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(7), 13479–13496.
- Dani, B. S. C., & Zakiah, S. (2024). Teknik Up Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Di Restoran Resinda Hotel Karawang. *Open Journal Systems*, 19(1978), 3869–3878.
- Hania, A. (2016). JUMPA Vol.3 No.3 Okt 2016 Pengaruh Efektivitas Pelatihan *Soft Skills* Terhadap Kompetensi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 3(3), 1–14.
- Ilham, & Rimantho. (2023). Analisis Efektivitas Strategi Penilaian Kinerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan di Indomaret Kota Serang. 9(2), 352–363.
- Kaban, M. A., Soegiantoro, D. H., & Kristariyanto, Y. A. (2025). Analisis Keberhasilan Strategi *Up-Selling* dan *Cross-Selling* dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Swamedikasi di Apotek K-24 Besi Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 5(2), 1607–1616