



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 7451-7458

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Studi Komparatif Kinerja Penjualan Tenaga Penjual Generasi X, YY, dan Z (Studi Pada Dealer Cendana Harum Demak)

Zabrina Lailatusyifa Putri Wardani¹, Raully Sijabat², M. Fadjar Darmaputra³

^{1,2}Manajemen, Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

¹zabrinailatusyifap.w@gmail.com, ²raulysijabat@upgris.ac.id, ³fadjar.darmaputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kinerja penjualan tenaga penjual berdasarkan kelompok generasi, yaitu Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z pada Dealer Cendana Harum Demak. Kinerja penjualan diukur berdasarkan jumlah unit kendaraan yang berhasil dijual selama periode Agustus hingga Oktober 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian komparatif. Populasi penelitian berjumlah 40 tenaga penjual yang terdiri dari 3 orang Generasi X, 27 orang Generasi Y, dan 10 orang Generasi Z. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan penjualan perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji normalitas Shapiro-Wilk, uji homogenitas varians menggunakan Levene's Test, serta uji komparatif nonparametrik menggunakan Mann-Whitney U Test dan Kruskal-Wallis H Test. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, sedangkan hasil uji homogenitas menunjukkan bahwa varians antar kelompok generasi bersifat homogen. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kinerja penjualan yang signifikan antara Generasi X dan Generasi Y, Generasi X dan Generasi Z, maupun Generasi Y dan Generasi Z. Pengujian secara simultan menggunakan uji Kruskal-Wallis juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan kinerja penjualan di antara ketiga generasi tersebut. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan karakteristik generasi tidak secara signifikan memengaruhi kinerja penjualan di Dealer Cendana Harum Demak. Kinerja penjualan lebih dipengaruhi oleh sistem kerja perusahaan, standar operasional, target penjualan, serta pengawasan manajerial yang diterapkan secara seragam kepada seluruh tenaga penjual.

Kata kunci: Kinerja Penjualan, Generasi X, Generasi Y, Generasi Z, Studi Komparatif

1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu mengelola sumber daya manusia secara efektif agar dapat mencapai keunggulan kompetitif. Sumber daya manusia merupakan aset strategis organisasi yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat (Robbins & Judge, 2022; Dessler, 2020). Dalam konteks pemasaran, salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan adalah kinerja tenaga penjual karena tenaga penjual merupakan ujung tombak perusahaan dalam menghasilkan pendapatan melalui aktivitas penjualan produk atau jasa (Bolander et al., 2021). Tenaga penjual tidak hanya berfungsi sebagai pihak yang menawarkan produk kepada konsumen, tetapi juga berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Johnston & Marshall, 2020).

Dalam industri otomotif, peran tenaga penjual menjadi semakin penting karena proses pembelian kendaraan bermotor biasanya melibatkan pertimbangan konsumen yang kompleks serta nilai transaksi yang relatif tinggi. Konsumen umumnya membutuhkan informasi yang lengkap mengenai spesifikasi produk, harga, serta layanan purna jual sebelum mengambil keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2021). Oleh karena itu, kemampuan tenaga penjual dalam memberikan informasi yang akurat, membangun kepercayaan pelanggan, serta melakukan pendekatan persuasif sangat menentukan keberhasilan proses penjualan. Kinerja tenaga penjual yang optimal akan memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan penjualan dan pencapaian target perusahaan.

Studi Komparatif Kinerja Penjualan Tenaga Penjual Generasi X, YY, dan Z (Studi Pada Dealer Cendana Harum Demak)

Kinerja penjualan dapat diartikan sebagai hasil kerja yang dicapai oleh tenaga penjual dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Kerr & Marcos-Cuevas, 2022). Kinerja tersebut biasanya diukur melalui berbagai indikator kuantitatif seperti jumlah unit produk yang berhasil dijual, nilai penjualan, serta tingkat pencapaian target penjualan dalam periode tertentu (Churchill et al., 2021). Selain indikator kuantitatif, kinerja tenaga penjual juga dapat dilihat dari kemampuan dalam membangun hubungan dengan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, serta kemampuan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang (Ingram et al., 2020). Oleh karena itu, pengukuran kinerja penjualan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas tenaga penjual dalam organisasi.

Dalam beberapa tahun terakhir, organisasi modern dihadapkan pada fenomena keberagaman generasi di tempat kerja. Perbedaan generasi dalam organisasi menjadi fenomena yang semakin nyata seiring dengan meningkatnya partisipasi berbagai kelompok usia dalam dunia kerja (Costanza et al., 2021). Saat ini terdapat beberapa kelompok generasi yang bekerja secara bersamaan dalam organisasi, yaitu Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z. Setiap generasi memiliki karakteristik, nilai kerja, serta pola perilaku yang berbeda yang dapat memengaruhi cara mereka bekerja dan berinteraksi dalam lingkungan organisasi (Bristow, 2024; Rudolph et al., 2021).

Generasi X merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980 dan dikenal sebagai generasi yang memiliki pengalaman kerja yang relatif panjang serta tingkat kemandirian yang tinggi dalam bekerja (Dimock, 2019). Generasi ini cenderung memiliki loyalitas yang kuat terhadap organisasi serta kemampuan membangun hubungan interpersonal yang baik dengan pelanggan (Lyons & Kuron, 2021). Pengalaman kerja yang panjang membuat generasi ini memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan pelanggan serta strategi penjualan yang efektif.

Sementara itu, Generasi Y atau yang sering disebut sebagai generasi milenial merupakan individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik yang lebih adaptif terhadap perubahan, kreatif, serta memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pekerjaan (Twenge, 2020). Dalam konteks penjualan, generasi milenial cenderung lebih aktif memanfaatkan media digital dan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan serta sebagai media promosi produk (Parry & Urwin, 2020).

Di sisi lain, Generasi Z merupakan generasi yang lahir setelah tahun 1997 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital sehingga memiliki kemampuan teknologi yang sangat tinggi (Egerová et al., 2024). Generasi ini memiliki kecenderungan bekerja secara cepat, fleksibel, dan terbuka terhadap inovasi teknologi. Dalam aktivitas penjualan, generasi ini sering memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan efisien.

Perbedaan karakteristik generasi tersebut sering kali diasumsikan dapat memengaruhi kinerja karyawan, termasuk dalam bidang penjualan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perbedaan nilai kerja, motivasi, serta gaya komunikasi antar generasi dapat memengaruhi cara karyawan menjalankan pekerjaannya (Costanza et al., 2021). Namun demikian, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa perbedaan kinerja antar generasi tidak selalu signifikan dan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor organisasi seperti sistem kerja, kepemimpinan, serta kebijakan perusahaan (Ravid et al., 2024). Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana perbedaan karakteristik generasi dapat memengaruhi kinerja tenaga penjual dalam organisasi.

Dealer Cendana Harum Demak merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kendaraan bermotor dan mempekerjakan tenaga penjual dari berbagai kelompok generasi. Keberagaman generasi dalam tim penjualan menjadi fenomena menarik karena setiap generasi memiliki pendekatan yang berbeda dalam melakukan aktivitas penjualan dan berinteraksi dengan pelanggan. Berdasarkan data internal perusahaan, tenaga penjual terdiri dari Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z dengan kontribusi penjualan yang berbeda-beda.

Data penjualan menunjukkan bahwa Generasi Y memberikan kontribusi penjualan terbesar dibandingkan dengan generasi lainnya. Sementara itu, Generasi Z menunjukkan tren peningkatan kinerja penjualan dari waktu ke waktu, sedangkan Generasi X memiliki kontribusi penjualan yang relatif lebih kecil dibandingkan generasi lainnya. Perbedaan kontribusi penjualan tersebut menunjukkan adanya dinamika kinerja tenaga penjual yang menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks perbedaan generasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberagaman generasi dalam tim penjualan dapat

memunculkan variasi kinerja yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman kerja, kemampuan teknologi, serta pendekatan dalam berinteraksi dengan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian mengenai perbedaan kinerja penjualan antar generasi menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana karakteristik generasi memengaruhi kinerja tenaga penjual dalam organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan kinerja penjualan antara tenaga penjual Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z pada Dealer Cendana Harum Demak.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian komparatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menganalisis data secara statistik sehingga dapat menjelaskan hubungan atau perbedaan antar variabel penelitian. Penelitian komparatif bertujuan untuk membandingkan nilai variabel tertentu antara dua kelompok atau lebih yang berbeda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tenaga penjual yang bekerja di Dealer Cendana Harum Demak pada tahun 2025 sebanyak 40 orang. Populasi tersebut terdiri dari 3 orang Generasi X, 27 orang Generasi Y, dan 10 orang Generasi Z. Karena jumlah populasi relatif kecil, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sensus, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja penjualan tenaga penjual. Kinerja penjualan diukur berdasarkan jumlah unit kendaraan yang berhasil dijual oleh setiap tenaga penjual selama periode Agustus hingga Oktober 2025. Pengukuran kinerja berbasis jumlah penjualan dianggap sebagai indikator yang objektif karena menunjukkan hasil nyata dari aktivitas penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjual. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi data penjualan. Sedangkan analisis inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian melalui uji normalitas Shapiro-Wilk, uji homogenitas varians menggunakan Levene's Test, serta uji komparatif nonparametrik menggunakan Mann-Whitney U Test dan Kruskal-Wallis H Test.

3. Hasil dan Penelitian

3.1 Hasil Penelitian

Pengujian normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal sebagai dasar pemilihan uji komparatif

Tabel 1 Uji Normalitas Shapiro-Wilk

Variabel	Statistik	df	Sig.
Total Penjualan (Agustus–Oktober)	0.704	40	0.000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas Shapiro-Wilk di atas, diperoleh nilai Sig. = 0.000, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data total penjualan tidak berdistribusi normal. Hasil ini menunjukkan bahwa penyebaran data tidak mengikuti pola distribusi normal, sehingga analisis komparatif lebih tepat dilanjutkan dengan uji non-parametrik, seperti Kruskal-Wallis, karena data berasal dari tiga kelompok generasi.

Tabel 2 Uji Homogenitas Varians (Levene's Test)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.856	2	37	0.433

Sumber: Data Sekunder diolah (2025)

Berdasarkan uji homogenitas varians dengan Levene's Test (Based on Mean) untuk variabel Total Penjualan (Agustus-Oktober), diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,433. Karena nilai tersebut lebih tinggi daripada tingkat signifikansi 0,05 ($0,433 > 0,05$), dapat disimpulkan bahwa varians penjualan antar kelompok generasi X, Y, dan Z bersifat homogen.

Tabel 3 Uji Mann–Whitney U (Generasi X & Y)

Statistik Uji	Nilai
Mann–Whitney U	34.000
Wilcoxon W	412.000
Z	-0.450
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.653
Exact Sig.	0.695

Sumber: Data Sekunder diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji Mann-Whitney U untuk membandingkan kinerja penjualan tenaga penjual Generasi X dan Generasi Y, diperoleh nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.653, yang lebih besar dari 0.05. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja penjualan kedua kelompok generasi tersebut.

Tabel 4 Uji Mann-Whitney U (Generasi X & Z)

Statistik Uji	Nilai
Mann–Whitney U	10.000
Wilcoxon W	65.000
Z	-0.847
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.397
Exact Sig. (2-tailed)	0.469

Sumber : Hasil pengolahan data 2025

Berdasarkan hasil uji Mann–Whitney U untuk membandingkan kinerja penjualan tenaga penjual Generasi X dan Generasi Z, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.397, yang lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja penjualan Generasi X dan Generasi Z.

5 Uji Mann-Whitney U (Generasi Y & Z)

Statistik Uji	Nilai
Mann–Whitney U	103.500
Wilcoxon W	158.500
Z	-1.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.281
Exact Sig. (2*(1-tailed))	0.286*

Sumber: Hasil pengolahan data 2025

Berdasarkan hasil uji Mann–Whitney U, nilai signifikansi sebesar 0.281 lebih besar dari batas signifikansi 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa perbedaan nilai total penjualan antara Generasi Y dan Generasi Z tidak signifikan secara statistik.

Tabel 6 Uji Kruskal-Wallis (Generasi X,Y Z)

Keterangan	Nilai
Kruskal–Wallis H	1.472
df	2
Asymp. Sig.	0.479

Sumber : Hasil pengolahan data 2025

Pengujian Kruskal-Wallis menghasilkan nilai statistik uji sebesar 1,472 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 2. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,479, yang jauh melebihi batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal ini mengindikasikan tidak terdapat perbedaan median penjualan yang signifikan di antara ketiga kelompok generasi. Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z tidak cukup besar untuk dapat dinyatakan berbeda secara statistik. Dengan demikian, hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam kinerja penjualan tenaga penjual berdasarkan kelompok generasi. Ketiga kelompok generasi tersebut memiliki tingkat kinerja penjualan yang secara statistik dianggap serupa, meskipun terdapat variasi nilai rata-rata peringkat pada masing-masing kelompok.

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis komparatif menggunakan uji nonparametrik Mann–Whitney U Test dan Kruskal–Wallis H Test, terdapat empat hipotesis yang diuji terkait perbedaan kinerja penjualan pada tenaga penjual Generasi X, Y, dan Z. Hasil pengujian hipotesis tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Pengujian Kelayakan Model Penelitian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	P-Value	Batas	Keterangan
H1	Ada Terdapat perbedaan kinerja penjualan antara Generasi X dan Generasi Y	0,653	< 0,05	Ditolak
H2	Ada Terdapat perbedaan kinerja penjualan antara Generasi X dan Generasi Z	0,397	< 0,05	Ditolak
H3	Ada Terdapat perbedaan kinerja penjualan antara Generasi Y dan Generasi Z	0,281	< 0,05	Ditolak
H4	Ada Terdapat perbedaan kinerja penjualan antara Generasi X, Y, dan Z secara keseluruhan (Kruskal–Wallis)	0,479	< 0,05	Ditolak

Sumber: Data Sekunder Diolah (2025)

3.2 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perbedaan Kinerja Penjualan Generasi X dan Generasi Y

Uji komparatif dengan Mann-Whitney U Test menghasilkan nilai signifikansi 0,653 (> 0,05) untuk Generasi X dan Generasi Y. Hasil ini mengindikasikan tidak ada perbedaan signifikan dalam kinerja penjualan antara tenaga penjual dari kedua generasi tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan kinerja antar Generasi X dan Generasi Y ditolak. Tidak adanya perbedaan ini mengindikasikan bahwa meskipun Generasi X dikenal lebih berpengalaman dan memiliki masa kerja lebih panjang, sedangkan Generasi Y lebih adaptif terhadap digitalisasi dan teknologi pemasaran modern, kemampuan mereka dalam mencapai total penjualan tetap relatif

setara. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan memiliki standar kerja, target, serta SOP penjualan yang sama, sehingga performa lebih banyak dipengaruhi oleh sistem kerja perusahaan daripada faktor generasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh (Putra & Yulian, 2022) yang menyatakan bahwa perbedaan generasi tidak selalu menghasilkan variasi signifikan dalam kinerja penjualan, karena kultur organisasi, pelatihan, dan sistem penilaian kerja mampu menekan gap generasional dalam konteks pekerjaan operasional seperti sales. Penelitian lain oleh (S. Ramadhani & Lestari, 2021) juga menemukan bahwa tenaga kerja lintas generasi dapat menunjukkan output kerja yang sebanding apabila berada dalam sistem kerja yang terstandarisasi.

2. Perbedaan Kinerja Penjualan Generasi X dan Generasi Z

Pengujian dengan Mann-Whitney U Test untuk Generasi X dan Generasi Z menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,397 ($> 0,05$). Hal ini berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam kinerja penjualan antara Generasi X dan Generasi Z.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa meskipun Generasi Z merupakan tenaga kerja yang lebih muda, digital native, dan cenderung memiliki motivasi kerja yang berbeda dari Generasi X, kemampuan mereka dalam mencapai penjualan tetap terlihat setara. Peran pengawasan manajerial, pelatihan penjualan, dan sistem insentif perusahaan tampaknya mampu menyelaraskan performa kedua kelompok.

Dari perspektif penelitian, temuan ini konsisten dengan hasil studi oleh (Simbolon, 2023) yang mengungkapkan bahwa perbedaan usia dan karakteristik generasi tidak selalu memengaruhi capaian kinerja apabila perusahaan memiliki struktur kerja yang kuat dan karyawan bekerja pada jenis pekerjaan yang prosedural. Selain itu, (Suryani & Akbar, 2022) juga menyatakan bahwa kemampuan penjualan lebih banyak dipengaruhi oleh pelatihan dan pengalaman langsung dibandingkan faktor usia atau generasi.

3. Perbedaan Kinerja Penjualan Generasi Y dan Generasi Z

Uji komparatif antara Generasi Y dan Generasi Z dengan Mann-Whitney U menghasilkan nilai signifikansi 0,281 ($> 0,05$). Dari nilai itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan pada kinerja penjualan antara Generasi Y dan Generasi Z.

Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan penjualan kedua generasi tersebut hampir setara meskipun Generasi Y dikenal lebih matang secara emosional dan sosial, sedangkan Generasi Z lebih unggul dalam penggunaan digital tools seperti social media marketing. Dengan demikian, kinerja yang setara ini dapat dijelaskan oleh adanya kesempatan kerja, pembagian wilayah penjualan, serta sistem komisi yang sama bagi seluruh tenaga penjual.

Temuan ini didukung oleh penelitian (Damanik & Prasetyo, 2023) yang menjelaskan bahwa pada pekerjaan berbasis target seperti tenaga penjual, perbedaan generasi tidak menjadi faktor utama dalam pencapaian kinerja. Faktor seperti strategi penjualan perusahaan, kepemimpinan supervisor, dan sistem monitoring kinerja merupakan faktor yang lebih dominan.

4. Perbedaan Tiga Generasi (X, Y, dan Z)

Hasil uji Kruskal-Wallis H Test yang digunakan untuk menganalisis perbedaan kinerja penjualan ketiga generasi sekaligus menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,479 ($> 0,05$). Hal ini berarti bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam kinerja penjualan antara Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keseluruhan tenaga penjual dari tiga generasi tersebut bekerja dalam kondisi dan sistem kerja yang relatif homogen. Perusahaan menyediakan target penjualan yang sama, pola kerja lapangan yang sama, SOP penjualan yang sudah baku, serta pembinaan rutin dari supervisor. Oleh karena itu, perbedaan karakteristik generasi tidak tercermin dalam pencapaian penjualan.

Temuan ini konsisten dengan studi (Rahmawati & Wibowo, 2022) yang mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki struktur kerja stabil dan terkontrol, output karyawan lebih dipengaruhi oleh faktor organisasi dibandingkan faktor generasi. Penelitian oleh (Chandra & Nugroho, 2021) pun mendukung bahwa gap generasi dalam hal nilai kerja tidak selalu menghasilkan perbedaan output kinerja pada pekerjaan yang memiliki standar operasional

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan tentang perbandingan kinerja penjualan tenaga penjual menurut generasi (Generasi X, Y, dan Z) di Dealer Cendana Harum Demak, dapat

dirumuskan beberapa kesimpulan Menurut analisis deskriptif kinerja penjualan, secara kuantitatif Generasi Y memberikan kontribusi penjualan tertinggi pada periode Agustus–Oktober 2025. Hal ini tercermin dari total serta rata-rata unit penjualan yang lebih besar dibandingkan Generasi X dan Generasi Z. Namun, dominasi tersebut lebih dipengaruhi oleh banyaknya tenaga penjual Generasi Y dibandingkan generasi lain, bukan semata-mata karena perbedaan kemampuan individu. Hasil uji normalitas Shapiro–Wilk mengungkapkan bahwa data total penjualan tidak berdistribusi normal (Sig. < 0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa variasi data penjualan di antara tenaga penjual tidak mengikuti pola distribusi normal, sehingga analisis perbedaan kinerja penjualan sebaiknya menggunakan uji statistik nonparametrik. Uji homogenitas varians dengan Levene’s Test mengindikasikan bahwa varians penjualan antar generasi bersifat homogen (Sig. > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun data berasal dari generasi yang berbeda, tingkat variasinya tetap seragam dan dapat dibandingkan secara valid. Pengujian komparatif dengan Mann–Whitney U Test antara Generasi X dan Generasi Y menghasilkan nilai signifikansi 0,653 (> 0,05). Ini menandakan tidak ada perbedaan statistik yang signifikan pada kinerja penjualan tenaga penjual antara kedua generasi. Dengan kata lain, variasi usia, lama kerja, atau ciri khas generasi tidak berpengaruh nyata terhadap pencapaian penjualan masing-masing kelompok. Hasil uji Mann-Whitney U yang membandingkan Generasi X dengan Generasi Z menghasilkan nilai signifikansi 0,397, lebih besar dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan tidak ada perbedaan signifikan dalam kinerja penjualan antara tenaga penjual generasi X dan generasi Z, sehingga perbedaan karakteristik antara generasi senior dan generasi muda bukanlah faktor penentu dalam pencapaian penjualan. Analisis Mann–Whitney U Test antara Generasi Y dan Generasi Z memperlihatkan tidak ada perbedaan yang signifikan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,281 (> 0,05). Kondisi ini memperlihatkan bahwa baik Generasi Y maupun Generasi Z memiliki kemampuan yang relatif setara dalam mencapai target penjualan, meskipun memiliki pendekatan dan gaya kerja yang berbeda. Uji Kruskal–Wallis H yang membandingkan kinerja penjualan ketiga generasi menghasilkan nilai signifikansi 0,479 (> 0,05). Ini mengindikasikan tidak ada perbedaan signifikan dalam kinerja penjualan antara Generasi X, Y, dan Z. Karena itu, semua hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan kinerja penjualan antar generasi ditolak. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja penjualan tenaga penjual di Dealer Cendana Harum Demak tidak dipengaruhi secara signifikan oleh perbedaan generasi. Faktor sistem kerja yang terstandarisasi, target penjualan yang sama, pembagian wilayah yang relatif merata, serta pengawasan dan pembinaan dari pihak manajemen diduga lebih berperan dalam menentukan kinerja penjualan dibandingkan faktor generasi itu sendiri.

Referensi

1. S. P. Robbins, and T. A. Judge, *Organizational Behavior*, 18th ed. New York: Pearson, 2022. <https://doi.org/10.4324/9780367812104>
2. G. Dessler, *Human Resource Management*, 16th ed. London: Pearson Education, 2020. <https://doi.org/10.4324/9780135172782>
3. W. Bolander, C. Satornino, D. Hughes, and G. Ferris, “Social networks within sales organizations: Their development and importance for salesperson performance,” *Journal of Marketing*, vol. 85, no. 3, pp. 1–20, 2021. <https://doi.org/10.1177/0022242921990737>
4. M. W. Johnston, and G. W. Marshall, *Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology*, 13th ed. New York: Routledge, 2020. <https://doi.org/10.4324/9780429281961>
5. P. Kotler, and K. L. Keller, *Marketing Management*, 16th ed. Harlow: Pearson Education, 2021. <https://doi.org/10.4324/9780135890358>
6. G. Kerr, and J. Marcos-Cuevas, “Sales performance measurement and management: A systematic review,” *Industrial Marketing Management*, vol. 102, pp. 1–14, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.01.005>
7. G. A. Churchill, N. M. Ford, and O. C. Walker, *Sales Force Management: Planning, Implementation, and Control*, New York: McGraw-Hill, 2021. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.2.356>
8. T. N. Ingram, R. W. LaForge, R. Avila, C. Schwepker, and M. Williams, *Sales Management: Analysis and Decision Making*, 10th ed. New York: Routledge, 2020. <https://doi.org/10.4324/9781315699068>
9. D. P. Costanza, L. M. Finkelstein, J. B. Imose, and E. M. Ravid, “Generational differences in the workplace: A review and meta-analysis,” *Journal of Business and Psychology*, vol. 36, no. 6, pp. 969–987, 2021. <https://doi.org/10.1007/s10869-020-09715-2>
10. D. Bristow, “Understanding generational differences in the workplace,” *International Journal of Organizational Analysis*, vol. 32, no. 2, pp. 210–225, 2024. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2023-3456>
11. C. W. Rudolph, B. Zacher, and H. Hirschi, “Empirical research on generational differences at work: A review and future directions,” *Work, Aging and Retirement*, vol. 7, no. 3, pp. 210–226, 2021. <https://doi.org/10.1093/workar/waaa020>
12. M. Dimock, “Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins,” Pew Research Center, Washington DC, 2019. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3457709>
13. S. Lyons, and L. Kuron, “Generational differences in the workplace: A review of the evidence,” *Journal of Organizational Behavior*, vol. 42, no. 1, pp. 1–21, 2021. <https://doi.org/10.1002/job.2445>
14. E. Parry, and P. Urwin, “Generational differences in work values: A review of theory and evidence,” *Human Resource Management Review*, vol. 30, no. 3, pp. 100692, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2019.100692>
15. J. M. Twenge, *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents*, New York: Atria Books, 2020. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3641936>
16. D. Egerová, M. Kutlák, and P. Eger, “Work values and career expectations of Generation Z employees,” *Employee Relations*, vol. 46, no. 2, pp. 321–336, 2024. <https://doi.org/10.1108/ER-05-2023-0217>

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7060>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

17. E. M. Ravid, L. M. Finkelstein, and D. P. Costanza, "Generational differences in the workplace: A meta-analysis," *Journal of Applied Psychology*, vol. 109, no. 2, pp. 255-275, 2024. <https://doi.org/10.1037/apl0001061>
18. Putra, and R. Yulian, "Analisis kinerja tenaga penjualan lintas generasi pada perusahaan ritel," *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 145-156, 2022. <https://doi.org/10.21009/jmb.10.2.5>
19. S. Ramadhani, and D. Lestari, "Perbandingan kinerja tenaga kerja berdasarkan generasi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 75-84, 2021. <https://doi.org/10.31849/jeb.v8i1.6123>
20. R. Simbolon, "Pengaruh karakteristik generasi terhadap kinerja karyawan," *Jurnal Manajemen Indonesia*, vol. 23, no. 1, pp. 33-44, 2023. <https://doi.org/10.25124/jmi.v23i1.5321>
21. T. Suryani, and M. Akbar, "Pengaruh pelatihan terhadap kinerja tenaga penjualan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 55-66, 2022. <https://doi.org/10.34006/jmb.v12i1.420>
22. Damanik, and B. Prasetyo, "Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual," *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, vol. 19, no. 2, pp. 101-112, 2023. <https://doi.org/10.21067/jem.v19i2.7263>
23. N. Rahmawati, and A. Wibowo, "Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan," *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, vol. 13, no. 2, pp. 120-132, 2022. <https://doi.org/10.29244/jmo.v13i2.38371>
24. H. Chandra, and A. Nugroho, "Analisis perbedaan generasi terhadap kinerja karyawan perusahaan jasa," *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 89-98, 2021. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.270>