

PENINGKATAN PENGETAHUAN KARYAWAN TERHADAP PRODUK PT WILMAR CHEMICAL INDONESIA

Edy Kurniawan*¹, Pramudia Umar Maulana²

^{1,2}Program Studi Agribisnis; Fakultas Sains dan Teknologi, Brebes, Indonesia
e-mail: *¹EdyKurniawan@gmail.com

Abstrak

Pelatihan merupakan kegiatan pemberian bekal pembelajaran metode praktek dalam waktu yang relatif pendek untuk meningkatkan keterampilan tertentu di luar sistem pendidikan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan menganalisis adakah hubungan antara pelatihan dan pengetahuan produk pada karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia. Manfaat penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan membantu pihak perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan sehubungan dengan hasil nilai pelatihan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *One-Group Pretest-Posttes Design*, karena dalam penelitian ini terdapat *pretest* dan *posttest*. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik jenuh. Sampel berjumlah 30 orang dari total seluruh populasi karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia. Analisis data menggunakan uji prasyarat analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas sedangkan uji hipotesis menggunakan uji t-test (*Paired Sample T-test*). Hasil penelitian adanya pengaruh dan adanya perbedaan pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan Hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan antara pelatihan terhadap pengetahuan produk dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,736 atau 73,6 % yang memiliki hubungan yang tinggi.

Kata kunci: *pengetahuan, karyawan, pelatihan.*

Abstract

Training is an activity to give learning methods of practice in a relatively short time to improve certain skills outside the education system. The purpose of this research is to know training and analyze whether there is a relationship between training and product knowledge in employees of pt marketing department. Wilmar Chemical Indonesia. The benefits of this research are expected to provide information and help the company to improve employee knowledge in relation to the results of training value. The research method uses quantitative approach with One-Group Pretest-Posttes Design, because in this study there is pretest and posttest. The sampling of this study uses saturated techniques. The sample numbered 30 people from the total population of pt marketing department employees. Wilmar Chemical Indonesia. Data analysis uses prerequisite analysis test which is normality test and homogeneity test while hypothesis test using t-test (Paired Sample T-test). The results of the study of the influence and the difference of training on product knowledge in employees The results also showed a relationship between training to product knowledge judging by the correlation value of 0.736 or 73.6% which has a high relationship.

Keywords: *knowledge, employees, training*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan melakukan pengembangan sumber daya manusia dengan tujuan untuk meningkatkan kerja demi cita-cita perusahaan yang harus dicapai. Perusahaan

memiliki berbagai instrumen dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Instrumen-instrumen tersebut seperti teknologi dan modal, sumber daya alam (bahan baku) dan sumber daya manusia. Penggerak perusahaan yang paling penting sebenarnya pada instrumen sumber daya manusia atau karyawan. Sumber daya manusia yang berkompeten dan berkualitas sangat dibutuhkan apalagi di era globalisasi sekarang ini. Sumber daya manusia merupakan faktor terpenting dalam membangun kekuatan organisasi atau perusahaan, apapun visi, misi dan tujuannya yang ingin dicapai maka hanya manusia yang dapat mengelola, mengurus aktivitas suatu organisasi atau perusahaan (Larasati, 2018)

Persaingan bisnis di era globalisasi seperti ini perusahaan harus memperkuat diri agar dapat menjawab semua tantangan di masa yang akan datang. Perusahaan akan sulit menghadapi tantangan tanpa adanya sumber daya manusia dalam hal ini karyawan yang mau bekerja lebih produktif sesuai arahan atau rencana yang telah ditetapkan. Keberhasilan perusahaan tergantung pada letak sumber daya manusia yang memadai. Sumber daya manusia merupakan kunci dalam suatu organisasi yang memiliki perbedaan dan karakteristik dibandingkan sumber daya lain. Berhasil tidaknya suatu perusahaan sangat ditentukan oleh faktor sumber daya manusianya (Hersona dan Sidharta, 2017).

Setiap karyawan dituntut untuk menampilkan performa atau kemampuan yang baik agar mampu bersaing dengan karyawan satu sama lain dan menghilangkan kesenjangan kemampuan atau target dalam bekerja. Seiring semakin berkembangnya ilmu dan teknologi, karyawan harus terampil dan beradaptasi dengan kemajuan saat ini. Usaha tersebut dengan cara perusahaan meningkatkan kemampuan kerja karyawan dan pengetahuan karyawan melalui pelatihan. Pelatihan yang diberikan berkaitan adanya kemampuan dan keahlian karyawan untuk melaksanakan pekerjaan saat ini. Pelatihan merupakan usaha meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan karyawan yang direncanakan perusahaan yang diharapkan dapat memperbaiki efektifitas kerja karyawan (Aziz Sambodo, 2016). Program pelatihan yang diberikan kepada karyawan oleh perusahaan harus mampu mengurangi atau bahkan meniadakan kesenjangan antar kemampuan yang dimiliki karyawan dengan kemampuan organisasi (Sedamaryanti, 2013).

Perusahaan harus mengetahui sejauh mana kontribusi pelatihan tersebut terhadap perusahaan atau peningkatan kinerja SDM secara keseluruhan. Mengingat pentingnya peran pelatihan maka perlunya mengukur sejauh mana efektivitas pelatihan terhadap tujuan yang ingin dicapai. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan sebagai bahan acuan perusahaan dalam menentukan langkah-langkah pengembangan karyawan dimasa yang akan datang. Hubungan pelatihan dengan kinerja karyawan memiliki hubungan yang sangat kuat dan pelatihan juga salah satu faktor yang menentukan turun naiknya performa kerja karyawan (Yusnita, 2014).

PT. Wilmar Chemical Indonesia merupakan perusahaan di bidang pertanian khususnya pupuk. PT. Wilmar Chemical Indonesia memasarkan berbagai jenis-jenis pupuk seperti MOP/KCL, pupuk NPS dan NPK Mahkota. Perlu kita ketahui bahwa sudah banyak perusahaan yang memasarkan pupuk jenis tersebut sehingga membuat persaingan semakin ketat, hal ini membuat perusahaan harus bekerja keras melawan kompetitor lain. Dalam rangka memenangkan persaingan PT. Wilmar Chemical Indonesia mengharuskan karyawan mempunyai kemampuan yang unggul dalam segi memasarkan produk agar mempengaruhi pelanggan atau petani memutuskan membeli atau tetap bertahan menggunakan produk perusahaan.

Pengetahuan tentang produk merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh karyawan. Peningkatan pengetahuan produk sendiri banyak mendatangkan manfaat baik bagi perusahaan maupun konsumen. Karyawan dengan pengetahuan yang tinggi mengenai produk dari perusahaannya akan mudah menjelaskan kepada konsumen secara detail atau menjawab semua keluhan, maka kepuasan pelanggan akan terpenuhi dan secara tidak langsung mempengaruhi pembelian. Persaingan yang semakin ketat tentunya perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang memadai. Selama observasi peneliti menemukan beberapa masalah yang ada di dalam perusahaan terutama bagian marketing. Karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia hampir lebih dari 50% karyawan mempunyai latar belakang pendidikan bukan dari bidang pertanian, hal ini membuat perusahaan khawatir produk-produknya tidak dapat tersampaikan kepada konsumen karena tingkat pengetahuan produk bisa dikatakan masih rendah. Mengetahui kondisi tersebut perusahaan bergerak cepat untuk meningkatkan sumber daya manusianya yaitu melalui pelatihan. Pelatihan yang diberikan diharapkan mampu menjawab keraguan perusahaan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing. Sumber daya manusia yang kompeten dapat mengendalikan berbagai rintangan dari pesaing dan dari konsumen yang semakin kedepan semakin kritis serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti tertarik mengambil judul penelitian yaitu “ Pengaruh Pelatihan *Agronomic Practices Refreshment* Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan Marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia ”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh pelatihan *Agronomic Practices Refreshment* yang diberikan kepada karyawan PT. Wilmar Chemical Indonesia, menganalisis apakah ada hubungan antara pelatihan dan pengetahuan produk karyawan bagian marketing, dan membandingkan perbedaan nilai rata-rata *pretest* dan *posttest* hasil pelatihan *Agronomic Practices Refreshment* karyawan marketing.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang disusun menjadi bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2014). Berdasarkan teori dan model penelitian dengan permasalahan dalam penelitian maka hipotesis penelitian yang diambil adalah sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

- H₀ : Tidak ada pengaruh pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT Wilmar Chemical Indonesia
H₁ : Ada pengaruh pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT Wilmar Chemical Indonesia

Hipotesis Kedua

- H₀ : Tidak ada hubungan pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT Wilmar Chemical Indonesia
H₁ : Ada hubungan pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT Wilmar Chemical Indonesia

Hipotesis Ketiga

- H₀ : Tidak ada perbedaan nilai rata-rata hasil *pretest-posttest* pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia

H₁ : Ada perbedaan nilai rata-rata hasil *pretest-posttest* pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia

2. METODE PENELITIAN

2.1. Desain Penelitian

Dalam suatu penelitian diperlukan data-data informasi yang dapat membantu menjawab masalah dalam penelitian. Keberhasilan penelitian ditentukan dengan menentukan desain penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan *One-Group Pretest-Posttest Design* Sugiyono (2014), karena dalam penelitian ini terdapat *pretest* dan *posttest*. Pemberian *pretest* sebelum diberikan perlakuan untuk mengetahui kondisi awal tingkat pengetahuan karyawan. Sedangkan pemberian *posttest* diberikan setelah adanya perlakuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan sebelum dan sesudah karyawan diberikan perlakuan dalam hal ini pelatihan.

Langkah-langkah dalam desain penelitian ini adalah pengambilan sampel karyawan bagian marketing, pemberian *pretest* dilakukan pada awal penelitian dengan tujuan mengetahui keadaan awal tingkat pengetahuan karyawan dalam memperkenalkan produk kepada konsumen, responden diberikan perlakuan (X), pemberian *posttest* yang dilakukan pada awal penelitian dengan tujuan mengetahui keadaan awal tingkat pengetahuan karyawan dalam memperkenalkan produk kepada konsumen, serta menguji perbedaan rata-rata *pretest* dan *posttest*.

2.2. Metode Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atas objek atau subjek yang kuantitas dan karakteristik yang dapat ditarik kesimpulannya. Menurut Arikunto (2013) bahwa populasi adalah seluruh subjek yang berada dalam lingkaran penelitian. Populasi dalam penelitian ini yakni karyawan PT.WCI dengan jumlah karyawan 30 bagian marketing.

Menurut Sugiyono (2014) bahwa sampel adalah bagian karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan bagian marketing berjumlah 30 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik sampel jenuh. Sampel jenuh adalah pengambilan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Sampel jenuh digunakan apabila populasi kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah seluruh dari populasi yang ada. Pengambilan sampel jenuh dilakukan dengan jumlah populasi relatif kecil sehingga populasi seluruhnya dijadikan sampel (Afifah, 2017).

2.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan sumber. Menurut Sugiyono (2014) pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, kusioner, observasi dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni 1) Tes, tes menurut Sugiyono (2014) adalah sebuah alat atau seperangkat stimuli yang diberikan kepada responden dengan maksud untuk memperoleh tanggapan yang dapat menjadi jawaban dalam penetapan skor. Dari pengertian tes dapat diartikan sebagai suatu cara yang dilakukan untuk penilaian responden dengan cara memilih kriteria jawaban yang tersedia. Misal, soal berbentuk pilihan ganda, benar-salah dan esai jawaban singkat. Dalam penelitian ini menggunakan tes pilihan ganda; 2) dokumentasi,

enurut Riduwan (2013) bahwa dokumentasi adalah pengambilan data secara langsung dari tempat penelitian meliputi buku-buku, laporan kegiatan, foto-foto dan data yang relevan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mencari data-data berupa catatan, surat kabar, majalah, buku agenda perusahaan dan sebagainya (Arikunto, 2013). Dalam hal ini dokumentasi yang digunakan data selama pelatihan dan foto-foto kegiatan perusahaan.

2.4. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji prasyarat analisis dan uji hipotesis (t-test).

Uji Prasyarat Analisis

Analisis data dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang diajukan. Sebelum uji hipotesis uji prasyarat analisis dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Penelitian ini menggunakan statistik parametris, sehingga data menggunakan skala ratio. Penggunaan statistik parametris menyatakan bahwa data setiap variabel yang dianalisis harus berdistribusi normal dan memiliki varian yang sama (Riduwan, 2013).

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Untuk dapat melihat data berdistribusi normal dengan cara menggunakan uji statistik *Shapiro-Wilk*. besarnya tingkat signifikansi di atas 0,05 berarti dapat disimpulkan bahwa data termasuk normalitas (Ghozali, 2011). Adapun perhitungan uji normalitas menggunakan program SPSS versi 22.

b) Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai pretest dan posttest yang ditetapkan berasal dari populasi yang memiliki varian yang sama dalam sebuah model T-test. Untuk mengetahui data bersifat homogen dengan melihat nilai *Sig* atau *Levene statistic*. Perhitungan uji homogenitas dilakukan dengan program SPSS versi 22.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian. Pengujian data *pretest* dan *posttest* dianalisis dengan menggunakan uji *Paired sample t-test*. Uji hipotesis t-test untuk menjawab semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Analisis data kuantitatif merupakan data yang menggunakan analisis statistik untuk menghitung data yang sifatnya di lapangan. Adapun data bersifat kuantitatif ini penulis dengan menggunakan statistik rumus t-Test.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Wilmar Chemical Indonesia pada bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Februari 2020. Penelitian dilakukan pada karyawan bagian marketing berjumlah 30 orang/karyawan. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain yaitu *One-Group Pretest-Posttest Design*, karena dalam penelitian ini terdapat *pretest* dan *posttest*. Pemberian *pretest* sebelum

diberikan perlakuan untuk mengetahui kondisi awal tingkat pengetahuan karyawan. Sedangkan pemberian *posttest* diberikan setelah adanya perlakuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan sebelum dan sesudah karyawan diberikan perlakuan dalam hal ini pelatihan.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai produk dengan menggunakan alat ukur variabel pelatihan. Penelitian hari pertama dilakukan pembagian tes soal antara lain mencakup materi kesuburan tanah dan pemupukan, karakteristik tanah dan lahan, pengenalan produk dan teknikal. Soal yang dibagikan hari pertama berupa *pretest* sebelum peserta pelatihan atau karyawan diberikan pelatihan. Pada hari kedua setelah diberikan *treatment* atau perlakuan kemudian peserta pelatihan diberikan soal tes berupa *posttest*, dengan bentuk dan jumlah soal yang sama seperti tes soal *pretest*.

3.2. Pretest dan Posttest

Pretest dibagikan pada karyawan bagian marketing pada hari pertama. Pelaksanaan *Pretest* bertujuan untuk mengetahui kondisi awal, dalam hal ini sejauh mana tingkat pengetahuan yang dimiliki karyawan mengenai produk sebelum diberikan pelatihan. Pembagian tes soal *Pretest* antara lain mencakup materi kesuburan tanah dan pemupukan dengan jumlah 38 soal, karakteristik tanah dan lahan dengan jumlah 30 soal, pengenalan produk dan teknikal dengan jumlah 25 soal.

Hasil *pretest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 80 dan nilai minimal 53. diketahui bahwa hasil *pretest* yang mendapat nilai dalam kategori rendah (<60) yaitu 8 peserta, kategori sedang (61-80) yaitu 22 peserta dan peserta yang mendapat kategori tinggi (>81) tidak ada yang dicapai peserta.

Posttest dibagikan pada karyawan bagian marketing pada hari kedua. Pelaksanaan *Posttest* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengetahuan yang dimiliki karyawan mengenai produk setelah diberikan pelatihan. Pembagian tes soal *Posttest* antara lain mencakup materi kesuburan tanah dan pemupukan dengan jumlah 38 soal, karakteristik tanah dan lahan dengan jumlah 30 soal, pengenalan produk dan teknikal dengan jumlah 25 soal. Hasil *posttest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 87 dan nilai minimal 58. diketahui bahwa hasil *posttest* yang mendapat nilai dalam kategori rendah (<60) yaitu 3 peserta, kategori sedang (61-80) yaitu 22 peserta dan peserta yang mendapat kategori tinggi (>81) yaitu 5 peserta.

Prasyarat Analisis

Uji normalitas dilakukan untuk memperoleh data berdistribusi normal sebagai syarat analisis uji T-test. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan uji *Shapiro-Wilk* karena sampel penelitian berjumlah 30 atau di bawah 50 responden. Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara dibandingkan nilai *Asymp Sig (2-tailed)* lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka data tidak normal, tetapi apabila lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal. Uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi untuk data *pretest* sebesar 0,0502 dan untuk data *posttest* nilai signifikansi sebesar 0,0575. Nilai signifikansi dari *pretest* dan *posttest* lebih besar dari 0,05, maka dari itu data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

Uji homogenitas dilakukan untuk menguji sebuah data agar mempunyai varian yang sama atau homogen dalam suatu model uji T-test. Dalam penelitian ini uji

homogenitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Cara mengetahui suatu data mempunyai varian yang sama atau homogen yaitu dengan melihat hasil output spss di kolom *sig* atau *levене statistic*. Hasil uji homogenitas menunjukkan bahwa semua data nilai signifikansi sebesar 0,683. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka data penelitian mempunyai data yang homogen atau varian yang sama.

3.3. Metode Analisis Data

Uji hipotesis dilakukan atau dimaksudkan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini. Pengujian data *pretest* dan *posttest* dianalisis menggunakan uji T-test (*Paired sample t-test*) yang dibantu dengan program SPSS versi 20. Kriteria pengujian hipotesis dengan cara melihat nilai signifikansi apabila lebih kecil dari 0,05 maka ada perbedaan atau H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menguji apakah ada pengaruh pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia. Pada pengujian hipotesis ini menggunakan uji T-test (*Paired sample t-test*) karena data *pretest* dan *posttest* telah memenuhi syarat uji analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Pengujian ini dibantu menggunakan bantuan program SPSS versi 20 dengan cara melihat hasil output pada kolom *Asymp Sig (2-tailed)*. Pengambilan keputusan pengujian hipotesis dengan melihat nilai signifikansi apabila lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka ada pengaruh atau H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun hasil uji hipotesis pertama dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Pertama

| Paired Sample Test | | |
|---------------------------|-------|-----------------------------|
| <i>Pretest - Posttest</i> | t | <i>Asymp Sig (2-tailed)</i> |
| | 7,442 | 0,000 |

Sumber : Data SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan $t_{hitung} 7,442 > t_{tabel} 2,045$. Nilai signifikansi tersebut 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa pelatihan berpengaruh terhadap pengetahuan produk.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan marketing data nilai angket hasil *pretest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 80 dan nilai minimal 53. Sedangkan nilai angket hasil *posttest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 87 dan nilai minimal 58. Dari data hasil penyebaran angket di atas menunjukkan adanya perbedaan pengetahuan produk oleh karyawan bagian marketing. Hasil uji analisis yang dilakukan dengan uji T-test test (*Paired sample t-test*) yang sebelumnya data *pretest* dan *posttest* telah diuji syarat uji analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas menunjukkan bahwa hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan $t_{hitung} 7,442 > t_{tabel} 2,045$. Nilai signifikansi tersebut 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa pelatihan berpengaruh terhadap pengetahuan produk.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian relevan atau sama dengan yang disampaikan Dewi (2009) bahwa pelatihan mempunyai pengaruh terhadap pengetahuan. Hasil yang sama diperoleh Muflihah (2013) menyatakan bahwa adanya peningkatan pengetahuan setelah diadakan pelatihan. Pelatihan *agronomic practices refreshment* disampaikan dengan metode pemberian materi dan praktik. Peningkatan pengetahuan peserta pelatihan meningkat disebabkan adanya motivasi peserta untuk belajar dan berkembang mengenai pengetahuan produk dapat dilihat dari hasil *posttest* yang tinggi dari hasil *pretest*. Menurut Usnawanti (2014) semakin aktif keterlibatan peserta pelatihan terhadap proses pelatihan maka akan semakin tinggi motivasi dan tinggi retensinya.

Hipotesis Kedua

Hipotesis pertama menguji apakah ada hubungan antara pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia. Pada pengujian hipotesis ini menggunakan uji T-test (*Paired sample t-test*) karena data *pretest* dan *posttest* telah memenuhi syarat uji analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Pengujian ini dibantu menggunakan bantuan program SPSS versi 20 dengan cara melihat hasil output di *Paired Samples Correlation* pada kolom Sig (*2-tailed*).

Tabel 2. Hipotesis Kedua

| Paired Samples Correlations | | | |
|-----------------------------|----|-------------|-------|
| | N | Correlation | Sig. |
| pretest | | | |
| posttest | 30 | 0,736 | 0,000 |

Sumber : Data SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai korelasi sebesar 0,736. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan antara pelatihan dengan pengetahuan produk. Nilai korelasi sebesar 0,736 artinya 73,6 % pelatihan memberikan pengaruh atau memiliki hubungan yang tinggi dengan tingkat pengetahuan produk.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan marketing data nilai angket hasil *pretest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 80 dan nilai minimal 53. Sedangkan nilai angket hasil *posttest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 87 dan nilai minimal 58. Dari data hasil penyebaran angket di atas menunjukkan adanya perbedaan pengetahuan produk oleh karyawan bagian marketing. Hasil uji analisis yang dilakukan dengan uji T-test test (*Paired sample t-test*) yang sebelumnya data *pretest* dan *posttest* telah diuji syarat uji analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas menunjukkan bahwa hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan t_{hitung} 7,442. Nilai signifikansi tersebut 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa adanya hubungan pelatihan terhadap pengetahuan produk.

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji *Paired sample t-test* pada kolom *Paired samples Correlation* menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,736 artinya 73,6 % pelatihan memberikan pengaruh atau memiliki hubungan yang tinggi dengan tingkat pengetahuan produk dan 26,4 % sisanya memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Menurut Sugioyono (2012) bahwa nilai korelasi sebesar 0,736 menunjukkan hubungan antar variabel memiliki hubungan

yang kuat. Dalam penelitian ini pelatihan yang diberikan oleh PT. Wilmar Chemical Indonesia pada karyawan melalui metode ceramah atau kuliah dan praktik meningkatkan pengetahuan karyawan. Pengetahuan seseorang didapat dari apa yang dilakukan orang tersebut melalui indera peraba, indera penglihat ataupun indera pendengar. Pernyataan ini sesuai teori dengan apa yang disampaikan Hasibuan dalam Dyastuti (2018) pelatihan akan memberikan peningkatan pengetahuan seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan tertentu.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis pertama menguji apakah ada perbedaan nilai rata-rata hasil *pretest-posttest* pelatihan terhadap pengetahuan karyawan bagian marketing PT. Wilmar Chemical Indonesia. Pada pengujian hipotesis ini menggunakan uji T-test (*Paired sample t-test*) karena data *pretest* dan *posttest* telah memenuhi syarat uji analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Pengujian ini dibantu menggunakan bantuan program SPSS versi 20 dengan cara melihat hasil output di *Paired Samples Statistics* pada kolom *Mean*. Adapun hasil nilai rata-rata *pretest-posttest* dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hipotesis Ketiga

| Paired Samples Statistic | | |
|--------------------------|-------|----|
| | Mean | N |
| <i>Pretest</i> | 64,96 | 30 |
| <i>Posttest</i> | 72,53 | 30 |

Sumber : Data SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai rata-rata data *pretest* sebesar 64,96 dan nilai rata-rata data *posttest* sebesar 72,53. Hasil nilai rata-rata *posttest* lebih besar dari nilai rata-rata *pretest*, maka data dinyatakan memiliki perbedaan dan dapat disimpulkan bahwa adanya pelatihan mempengaruhi nilai rata-rata hasil *pretest* dan *posttest*.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perbedaan rata-rata nilai hasil *pretest-posttest* pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan marketing dari data hasil penyebaran angket di atas menunjukkan adanya perbedaan pengetahuan produk oleh karyawan bagian marketing. Hasil uji analisis yang dilakukan dengan uji T-test (*Paired sample t-test*) yang sebelumnya data *pretest* dan *posttest* telah diuji syarat uji analisis yaitu uji normalitas dan uji homogenitas menunjukkan bahwa bahwa hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan t_{hitung} 7,442. Pada output spss hasil uji *Paired sample t-test* pada kolom *Mean* menunjukkan nilai rata-rata data *pretest* sebesar 64,96 dan nilai rata-rata data *posttest* sebesar 72,53.

Hasil nilai rata-rata *posttest* lebih besar dari nilai rata-rata *pretest*, maka data dinyatakan memiliki perbedaan dan dapat disimpulkan bahwa adanya pelatihan mempengaruhi nilai rata-rata hasil *pretest* dan *posttest*. Salah satu cara yang dilakukan PT. Wilmar Chemical Indonesia meningkatkan pengetahuan terutama pengetahuan dalam produk dengan memberikan pelatihan. Pelatihan disampaikan oleh narasumber dari perusahaan itu sendiri dan para peserta fokus selama mengikuti segala proses kegiatan pelatihan. Bagi para peserta dalam hal ini karyawan adanya pelatihan dirasa sangat penting yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan potensi dan menambah wawasan mengingat peserta bagian marketing yang latar belakang pendidikannya hampir 50 % lebih bukan dibidang pertanian.

Penelitian yang telah dilakukan dan melihat hasil peningkatan pengetahuan melalui nilai rata-rata *posttest* lebih besar dari pada *pretest* maka penelitian ini sejalan dengan pernyataan Notoatmodjo (2009) bahwa adanya pelatihan memberikan pengembangan bagi potensi manusia, sehingga memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya alam. Kemampuan yang dikembangkan dari sumber daya manusia mencakup berbagai aspek, utamanya aspek nonfisik yaitu kemampuan berfikir, penalaran, dan intelektual. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulannya bahwa adanya kegiatan pelatihan akan memberikan sebuah wawasan yang meningkatkan intelektual bagi pesertanya, dalam penelitian ini ditunjukkan hasil nilai *posttest* yang lebih tinggi.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya pelatihan berpengaruh terhadap pengetahuan produk pada karyawan marketing dilihat dari hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan $t_{hitung} 7,442 > t_{tabel} 2,045$. Nilai signifikansi tersebut 0,000 lebih kecil dari 0,05. Data nilai angket hasil *pretest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 80 dan nilai minimal 53. Sedangkan nilai angket hasil *posttest* menunjukkan bahwa nilai rata-rata berkisar 64,96 dengan nilai maksimal 87 dan nilai minimal 58.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan marketing dilihat dari hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan $t_{hitung} 7,442$. Nilai signifikansi tersebut 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji *Paired sample t-test* pada kolom *Paired samples Correlation* menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,736 artinya 73,6 % pelatihan memberikan pengaruh atau memiliki hubungan yang tinggi dengan tingkat pengetahuan produk dan 26,4 % sisanya memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan nilai rata-rata nilai *Pretest-posttest* pelatihan terhadap pengetahuan produk pada karyawan marketing dilihat dari hasil uji *Paired sample t-test* nilai sig. 0,000 dan $t_{hitung} 7,442 > t_{tabel} 2,045$. Nilai signifikansi tersebut 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji *Paired sample t-test* pada kolom *Mean* menunjukkan nilai rata-rata data *pretest* sebesar 64,96 dan nilai rata-rata data *posttest* sebesar 72,53.

5. SARAN

Adapun beberapa saran yang disampaikan antara lain bagi perusahaan diharapkan melakukan pelatihan dengan metode selain metode kuliah seperti metode studi kasus atau penempatan kerja dan lain-lain. Bagi karyawan diharapkan mengikuti program pelatihan dengan baik agar meningkatkan kemampuan terutama pengetahuan produk, dan bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang mempengaruhi pengetahuan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwiganda, R, 2018, *Agronomic Practices Refreshment untuk para Technical Worker dan Support Worker PT. Wilmar Chemical Indonesia*, Medan.

- Afifah , I, 2017, Analisis Pengaruh Program Pelatihan, Kompensasi, dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank “X” cabang “Y”, *Tesis*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Agusta, L. 2013. *Jurnal . Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Haragon Surabaya*. Universitas Kristen Petra.
- Ardana, I Komang, Mudiarta, I.W.U. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dapa, D.S.U, 2016, Pengaruh Pemberian Pupuk Urea, Biurine dan Kombinasinya Terhadap Tingkat Produktifitas Rumpuk Gajah Kate (*Pennisium pupureum* CV.Mott). *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Warmadewa Denpasar.
- Dewi, RS, 2009, Pengaruh Pelatihan terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Ketrampilan Petugas dalam Pengolahan Vaksin Program Imunisasi di Unit Pelayanan Kesehatan Kabupaten Karanganyar, Universitas Sebelas Maret.
- Dyastuti, I.A, 2018, Pengaruh Pelatihan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Dwi Meylia, R, 2018, Pengaruh Pemberian Pupuk Fosfor dan Sumber Kalium Yang Berbeda terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Tomat (*Lycopersicon esculenum* Mill), *Jurnal Produksi Tanaman*, Universitas Brawijaya.
- Ghozali, I, 2011, *Aplikasi Multivariate dengan SPSS*. Semarang BP.UNDIP .
- Hamalik, O, 2010, Pengembangan Sumber Daya Manusia Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan Pendekatan Terpadu, PT. Bumi Aksara.
- Hersona dan Sidharta, S, 2017, *Motivation And Work Discipline On Employees' Peformence* . 15.3.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hanjaya, S, 2016, *Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte* *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Universitas Ciputra Surabaya, Vol 1, No 2.
- Jauvani, E dan Rivai, 2010, *Manajemen SDM Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Raharjo, S. 2016, Pengaruh Kemampuan Kerja, Pengalaman dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Dengan Kompetensi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada KUD Pati Kota Kabupaten Pati), *Jurnal*, Universitas Pandanaran Semarang.

- Raharjo, R.P., Hamid, D. dan Prasetya, A, 2014, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Pegawai (Studi Pada Pegawai Balai Besar Pelatihan Pertanian Ketindan-Lawang)*, 15(2), pp.1-0.
- Riduwan, 2013, *Metode Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta.
- Rivai, V dan Sagala, J, 2009, *Manajemen SDM untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Sambodo, I., A, 2016, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT.Waskita Karya (Persero) TBK Cabang Sulawesi*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Alauddin Makassar.
- Sedarmayanti, 2013, *Manajemen SDM: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, Bandung: PT. Refka Aditama.
- Setiyani, A, 2018, *Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, Religiusitas dan Brand Loyalty Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Intervening*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukarno, I, 2014, *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia*, *Skripsi*, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Sutrisno, Edy, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Syarif, A.M, 2019, *Analisis Pengaruh Pelatihan Product Knowledge terhadap Kinerja Customer Service Representative Pada PT, MNC Sky Vision*, Artikel.
- Usnawati, N, 2014, *Pengaruh Pelatihan Safe Injection terhadap Peningkatan Pengetahuan, Sikap, dan Keterampilan Bidan Desa dalam Pelaksanaan Imunisasi di Kabupaten Magetan*. Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran. *Jurnal*, Vol.1 No. 1.
- Wasis Prastyo, T.H, 2018, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Karyawan PT. Hanil Indonesia Boyolali*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Widodo dan Suparno, E, 2015, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yusnita, N, 2014, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan PT. PDAM Tirta Pakuan Bogor (online)*, *Ejournal*, Unpak.ac.id.