

**ANALISIS PROGRAM KOMPENSASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP
MOTIVASI TENAGA PENJUAL DAN PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN: STUDI
KASUS PT. SOHO INDUSTRI PHARMASI CABANG BANDUNG**

Cun Liana

Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha

Se Tin

Dosen Program Magister Akuntansi Universitas Kristen Maranatha

ABSTRACT

The purposes of this research are: First, to know compensation program has been implemented to sales force, motivation level of sales force, and sales target achievements; Second, to know sales force opinion about compensation program has been implemented; Third, to know compensation effect to sales force motivation and sales target achievements.

Data of this research have been analyzed with descriptive analysis and statistic analysis. In descriptive analysis, researcher compare compensation program has been implemented and theories. Statistic analysis in this research is simple regression analysis.

Simple regression analysis indicates that compensation has effect to motivation 31, 8% and compensation has effect to target achievements 17, 2%. Significant test (t test) indicates that the two of hypothesis has accepted. It's mean that Compensation variable has significant effect to Sales Force Motivation in PT. SOHO Industri Pharmasi and Compensation variable has significant effect to Sales Target Achievements.

Result of this research can be conclude that compensation program has been implemented in PT. SOHO Industri Pharmasi fairly well, motivation level appraised adverse, and sales target achievements well.

Keywords: Compensation, Sales Force Motivation, Sales Target Achievements

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki tujuan tertentu dalam menjalankan kegiatan operasinya, salah satu diantaranya adalah untuk menghasilkan laba. Secara sederhana, laba dapat terjadi apabila pendapatan lebih besar daripada biaya yang terjadi. Untuk dapat menghasilkan laba tersebut maka disusunlah sebuah target.

Target pertama yang ditetapkan adalah target penjualan yang mencakup berapa banyak barang atau jasa yang harus dijual supaya menghasilkan pendapatan yang diinginkan. Kedua, berdasarkan jumlah barang atau jasa yang harus dijual, dibuatlah target produksi untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya tertentu.

Bagian produksi harus memproduksi barang sesuai target produksi. Tentunya barang dan jasa yang telah diproduksi harus dijual guna menghasilkan pendapatan untuk menutup biaya produksi. Bagian penjualan berperan untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan sehingga perusahaan dapat menikmati laba.

Melihat peranan tenaga penjual yang berkontribusi langsung pada penciptaan laba, maka penting membuat tenaga penjual untuk melakukan tugasnya dengan efektif. Salah satu cara

untuk memotivasi tenaga penjual adalah menyusun program kompensasi yang memadai. Berdasarkan Handoko (1987) dan Rachmawati (2008) dalam Wikipedia, program kompensasi yang memadai diperlukan karena:

“...bila kompensasi diberikan secara benar, para karyawan akan lebih terpuaskan dan termotivasi untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi. Tetapi jika para karyawan memandang kompensasi mereka tidak memadai, prestasi kerja, motivasi dan kepuasan kerja mereka bisa turun secara drastis karena memang kompensasi itu penting bagi karyawan...”

Dilatarbelakangi hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PROGRAM KOMPENSASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI TENAGA PENJUAL DAN PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN”.

Dengan demikian, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui program kompensasi yang diterapkan perusahaan atas tenaga penjual, tingkat motivasi dan pencapaian target tenaga penjual selama ini.
2. Mengetahui pandangan tenaga penjual atas program kompensasi yang telah diterapkan perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan.
4. Mengusulkan beberapa perbaikan atas program kompensasi yang ada.

KERANGKA TEORITIS

Pengendalian Manajemen

Berdasarkan pendapat Anthony & Govindarajan (2005) pengendalian manajemen merupakan proses dengan mana para manajer mempengaruhi anggota organisasi lainnya untuk mengimplementasikan strategi organisasi.

Batas-batas Pengendalian Manajemen

Pengendalian manajemen berbeda dengan dua sistem atau kegiatan lain yang sama-sama memerlukan perencanaan dan pengendalian: formulasi strategi dan pengendalian tugas (Anthony & Govindarajan 2005). Hubungan dari sistem aktivitas ini satu sama lain ditunjukkan dalam Gambar 1.

Sebagaimana yang akan Anda lihat, pengendalian manajemen terletak antara formulasi strategi dan pengendalian tugas dalam beberapa hal. Formulasi strategi paling tidak sistematis diantara ketiganya, pengendalian tugas merupakan yang paling sistematis, dan pengendalian manajemen terletak diantaranya. Formulasi strategi memfokuskan pada jangka panjang, sementara pengendalian tugas memfokuskan pada kegiatan jangka pendek, sementara pengendalian manajemen terletak diantaranya. Formulasi strategi menggunakan perkiraan kasar akan masa depan, pengendalian tugas menggunakan data akurat saat ini dan pengendalian manajemen terletak di antaranya. Masing-masing kegiatan meliputi perencanaan dan pengendalian; tetapi dengan penekanan yang berbeda pada masing-masing kegiatan. Proses perencanaan dalam formulasi strategi merupakan hal yang lebih penting, proses pengendalian merupakan hal yang lebih penting dalam pengendalian tugas, dan dalam pengendalian manajemen perencanaan dan pengendalian merupakan hal yang sama pentingnya.



Gambar 1
Hubungan Umum antara Fungsi Perencanaan dan Fungsi Pengendalian
Sumber: Anthony & Govindarajan (2005:8)

Aspek-aspek dalam Pengendalian Manajemen

Berdasarkan definisi pengendalian manajemen di atas terdapat beberapa aspek dari proses tersebut yang akan dijelaskan sebagai berikut (hanya akan dijelaskan beberapa bagaian saja yang berkaitan dengan penelitian ini):

Kegiatan Pengendalian Manajemen

Pengendalian manajemen terdiri atas berbagai kegiatan, meliputi:

1. Merencanakan apa yang seharusnya dilakukan oleh organisasi
2. Mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas dari beberapa bagian organisasi
3. Mengkomunikasikan informasi
4. Mengevaluasi informasi
5. Memutuskan tindakan apa yang seharusnya diambil jika ada
6. Mempengaruhi orang-orang untuk mengubah perilaku mereka

Pengendalian manajemen tidak berarti mengharuskan agar semua tindakan sesuai dengan rencana yang ditentukan sebelumnya, seperti anggaran. Jika seorang manajer menemukan pendekatan yang lebih baik-yang lebih mungkin dibandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mencapai tujuan organisasi sistem pengendalian manajemen seharusnya tidak merintangi penerapannya.

Keselarasan Tujuan

Meskipun sistematis, namun proses pengendalian manajemen tidak bersifat mekanis. Melainkan proses ini meliputi interaksi antarindividu yang tidak dapat digambarkan secara mekanis. Para manajer (ataupun karyawan) memiliki tujuan pribadi dan juga tujuan organisasi. Masalah pengendalian utama adalah bagaimana mempengaruhi mereka untuk bertindak demi pencapaian tujuan pribadi mereka dengan cara sedemikian rupa sehingga sekaligus juga membantu pencapaian tujuan organisasi. Keselarasan tujuan (goal congruence) berarti, sejauh hal tersebut dimungkinkan, tujuan seorang anggota organisasi seharusnya konsisten dengan tujuan organisasi

itu sendiri. Sistem pengendalian manajemen seharusnya dirancang dan dioperasikan dengan prinsip keselarasan tujuan dalam pikiran setiap pribadi.

Tekanan Finansial dan Nonfinansial

Sistem pengendalian manajemen meliputi ukuran kinerja finansial dan nonfinansial. Dimensi finansial memfokuskan pada “hasil-hasil” moneter-laba bersih, pengembalian atas modal, dan seterusnya. Tetapi sebenarnya seluruh subunit organisasi memiliki tujuan nonfinansial-mutu produk, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, pengantaran tepat waktu, dan semangat kerja karyawan.

Kompensasi

Kompensasi merupakan salah satu alat pengendalian manajemen untuk dapat menyelaraskan antara tujuan pribadi dan tujuan organisasi. Berdasarkan Nasution (1994) pertentangan antara perusahaan dan karyawan dalam pemberian kompensasi balas jasa sering terjadi, karena dalam pemberian kompensasi balas jasa perlu pertimbangan, yaitu:

1. Apakah pemberian kompensasi didasarkan pada kebutuhan karyawan atau nilai dari pekerjaannya.
2. Bagaimana kepentingan yang saling bertentangan dari karyawan, pemilik perusahaan dan langgan dapat dipertemukan dengan cara yang baik.
3. Bagaimana dapat ditetapkan nilai dari pekerjaan-pekerjaan.
4. Unsur motivasi apa yang terdapat dalam kompensasi balas jasa.

Berdasarkan pertimbangan diatas dapat kita berikan pengertian dari kompensasi balas jasa. Penjelasan lebih dalam mengenai kompensasi akan diuraikan dalam bagian selanjutnya.

Pengertian Kompensasi

Terdapat berbagai pengertian kompensasi. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

Drs. Malayu S.P. Hasibuan (2000)

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang, langsung, atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan.

William B.Werther & Keith Davis (dalam Hasibuan 2000)

Compensation is what employee receive in exchange of their work. Whether hourly wages or periodic salaries, the personnel department usually designs and administer employee compensatiion. (Kompensasi adalah apa yang seorang pekerja terima sebagai balasan dari pekerjaan yang diberikannya. Baik upah per jam ataupun gaji periodik didesain dan dikelola oleh bagian personalia).

Edwin B. Flippo (dalam Hasibuan 2000)

Wages is defined as the adequate and equitable remuneration of personnel for their contribution to organizational objectives. (Upah didefinisikan sebagai balas jasa yang adil dan layak diberikan kepada para perkerja atas jasa-jasanya dalam mencapai tujuan organisasi).

Menurut Undang-undang Kecelakaan Tahun 1974 No.33 Pasal 7 ayat a dan b upah adalah:

- a. Tiap-tiap pembayaran berupa uang yang diterima oleh buruh sebagai ganti pekerjaan.
- b. Perumahan, makan, bahan makanan, dan pakaian dengan percuma yang nilainya ditaksir menurut harga umum di tempat itu.

Prinsip Kompensasi

Seperti definisi yang diungkapkan oleh Marwansyah & Mukaram (2000) diatas, maka kompensasi dalam penerapannya memiliki dua prinsip utama, yaitu prinsip keadilan dan kelayakan atau kewajaran. Kedua prinsip tersebut akan dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut.

Prinsip Keadilan

Besarnya kompensasi yang dibayar kepada setiap karyawan harus disesuaikan dengan prestasi kerja, jenis pekerjaan, risiko pekerjaan, tanggung jawab, jabatan pekerja dan memenuhi persyaratan internal konsistensi. Hasibuan (2000) yang mengemukakan hal tersebut menyimpulkan bahwa adil bukan berarti setiap karyawan menerima kompensasi yang sama besarnya.

Prinsip Kelayakan atau Kewajaran

Di samping masalah keadilan menurut Ranupandojo & Husnan (1990), maka dalam pengupahan perlu diperhatikan pula unsur kelayakan. Kelayakan ini bisa dibandingkan dengan pengupahan pada perusahaan-perusahaan lain. Atau bisa juga dengan menggunakan aturan pemerintah tentang upah minimum atau juga dengan menggunakan kebutuhan pokok minimum.

Pembandingan upah pemakaian dengan upah perusahaan lain dimaksudkan untuk menjaga “eksternal consistency”. Apabila upah perusahaan lebih rendah daripada perusahaan-perusahaan lain, maka ini bisa mengakibatkan kesulitan bagi perusahaan untuk memperoleh tenaga kerja.

Prinsip kelayakan atau kewajaran ini bertujuan agar (menurut Hasibuan 2000) kompensasi yang diterima karyawan dapat memenuhi kebutuhannya pada tingkat normatif yang ideal.

Tujuan Kompensasi

Sudut pandang yang berbeda membuat terdapat banyak definisi dan tujuan kompensasi yang diungkapkan oleh berbagai pihak. Walaupun terdapat perbedaan pendapat, tetapi pada intinya kompensasi diterapkan dalam organisasi dengan tujuan sebagai berikut (disimpulkan dari berbagai sumber yang ada seperti Nasution 1994, dengan mengadaptasi tujuan kompensasi yang dikemukakan oleh Hasibuan 2000):

1. Membentuk Ikatan Kerja Sama
2. Kepuasan Kerja
3. Pengadaan Karyawan
4. Motivasi
5. Stabilitas Karyawan
6. Disiplin
7. Menyelaraskan Tujuan dan Mengubah Perilaku
8. Pengaruh Serikat Buruh
9. Pengaruh Pemerintah

Komponen-Komponen Balas Jasa

Nasution (1994) mengungkapkan pemberian kompensasi balas jasa untuk semua karyawan yang ada pada perusahaan, pemberian kompensasi ini harus dapat menciptakan yang layak dan adil bagi seluruh karyawan. Tingkatan struktur organisasi dalam perusahaan akan dapat memberikan perbedaan tingkat kompensasi karena adanya perbedaan komponen kompensasi yang diterima karyawan. Kompensasi ini harus disesuaikan dengan jabatan seseorang dalam perusahaan.

Adapun komponen kompensasi tersebut adalah:

- a. Gaji pokok
- b. Tunjangan jabatan
- c. Tunjangan khusus
- d. Tunjangan keluarga
- e. Tunjangan perumahan
- f. Tunjangan kesehatan
- g. Tunjangan transport

Insentif

Pembahasan mengenai insentif yang akan diuraikan berikut (selain yang disebutkan khusus) ini dikutip dari buku Manajemen Personalia (Ranupandojo & Husnan 1999).

Marwansyah & Mukaram (2000) mengungkapkan bahwa para manajer dan departemen SDM dapat menggunakan insentif dan bagi hasil (gainsharing) sebagai alat untuk memotivasi para karyawan untuk mewujudkan tujuan organisasi, karena keduanya adalah pendekatan kompensasi yang memberi imbalan atas hasil kerja tertentu (Werther & Davis 1996).

Sistem insentif menghubungkan antara kompensasi dan unjuk kerja, karena yang diberi imbalan adalah unjuk kerja, bukan senioritas atau jumlah jam kerja. Meskipun dapat pula diberikan kepada kelompok, insentif biasanya diberikan sebagai imbalan atas perilaku kerja individual. Sebagai bagi-hasil menghubungkan antara peningkatan (gain) unjuk kerja dan distribusi (sharing) benefit dengan para karyawan. Biasanya bagi hasil diterapkan untuk kelompok karyawan, bukan kepada perseorangan.

Motivasi

Pengertian Motivasi

Chung & Megginson (dalam Gomez 1995) menyatakan bahwa “movation is defined as goal-directed behavior. It concerns the level of effort one exerts in pursuing a goal...it is closely related to employee satisfaction and job performance, motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran.

Motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan seseorang dalam mengejar suatu tujuan...motivasi berkaitan erat dengan kepuasan pekerja dan performansi pekerjaan). Motivasi merupakan proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan, demikian Ranupandojo & Husnan (1990) mendefinisikan motivasi.

Dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah sebuah proses mengarahkan perilaku seseorang terhadap tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penulis memilih perusahaan farmasi sebagai objeknya. Tenaga penjualan dalam perusahaan farmasi, khususnya yang memasarkan obat ethical (obat yang diresepkan oleh dokter), merupakan ujung tombak utama perusahaan. Lain halnya dengan jenis perusahaan lain atau perusahaan farmasi OTC, yang dapat dengan mudah mengiklankan produknya, perusahaan farmasi (obat ethical), hanya memiliki satu-satunya cara memasarkan produknya yaitu melalui tenaga penjual. Hal ini dikarenakan obat ethical memang tidak diperkenankan untuk diiklankan.

Dapat kita lihat peranan tenaga penjual dalam perusahaan farmasi sangatlah penting. Tenaga penjual merupakan faktor yang paling signifikan yang menentukan penjualan.

Kebanyakan perusahaan farmasi di Indonesia harus menghadapi beberapa permasalahan. Salah satunya adalah menurunkan angka turnover detailer (Medical Representatives) seperti yang disebutkan oleh Sinurat (2006). Angka turnover yang tinggi biasanya menandakan bahwa karyawan tidak termotivasi dengan baik. Berdasarkan alasan yang telah disebutkan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian di perusahaan farmasi yang bergerak di bidang obat ethical.

Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, sosiologi (termasuk juga akuntansi) umumnya variabel-variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel latent atau un-observed (sering juga disebut) konstruk) yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi yang diamati atau indikator-indikator yang diamati. Biasanya indikator-indikator ini diamati dengan menggunakan kuisisioner atau angket (Imam Ghozali 2009).

Marulitua Sinurat (2006) menyatakan kuisisioner tersebut (biasanya) disusun berdasarkan operasionalisasi variabel-variabel model penelitian yang disusun berdasarkan definisi konstruk dari model penelitian serta berbagai teori yang mendasarinya.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dikembangkan menjadi sebagai berikut: kompensasi dibagi menjadi 2 yaitu kompensasi finansial dan kompensasi nonfinansial sebagai variabel independen dan motivasi tenaga penjual serta pencapaian target penjualan sebagai variabel dependen. Variabel kompensasi dan variabel motivasi tenaga penjual diukur dengan menggunakan Skala Likert. Variabel pencapaian target penjualan diukur dengan Skala Rasio.

Definisi operasional masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- I. Kompensasi adalah program yang dijalankan perusahaan guna memberikan imbalan atas jasa yang diberikan tenaga penjual kepada perusahaan. Kompensasi yang baik harus memenuhi prinsip dasar keadilan dan kewajaran. Kompensasi yang diberikan perusahaan meliputi kompensasi finansial dan kompensasi non-finansial
- II. Motivasi Tenaga Penjual adalah tingkat usaha tenaga penjual dalam melakukan pekerjaannya.
- III. Pencapaian Target Penjualan adalah tercapai atau tidaknya suatu target penjualan oleh tenaga penjual.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian:

1. Data Primer. Data primer adalah data yang didapatkan dari penelitian di lapangan. Data primer akan diolah dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.
2. Data Sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan dari studi kepustakaan. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat teori-teori yang digunakan dalam perumusan hipotesis.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan metode komunikasi. Cooper & Schindler (2006) menjelaskan bahwa dalam studi komunikasi, periset mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka secara pribadi atau non pribadi.

Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah hasil dari:

1. Wawancara secara langsung dengan pejabat yang berwenang mengatur sistem kompensasi perusahaan.
2. Instrumen, dalam hal ini adalah kuisioner yang dikelola sendiri

Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Tujuan dari analisis data adalah mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung dalam data (yang akan dikumpulkan) tersebut dan menggunakan hasilnya untuk memecahkan suatu masalah (yang telah dirumuskan dalam hipotesis). Demikian pendapat Imam Ghazali (2009).

Peneliti menggunakan metode dependen untuk menguji hipotesis 1 dan 2 yaitu pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjual dan pengaruh kompensasi terhadap pencapaian target penjualan.

Imam Ghazali (2009) menyebutkan metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas adalah regresi. Peneliti akan menggunakan analisis regresi sederhana untuk menguji hubungan antara kompensasi (variabel independen) dengan masing-masing variabel dependen yaitu motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan yang telah dirumuskan dalam hipotesis 1 dan 2.

Imam Ghazali (2009) juga menuturkan bahwa sebelum melakukan uji statistik langkah awal yang harus dilakukan adalah screening terhadap data yang akan diolah. Salah satu asumsi penggunaan statistik parametrik adalah asumsi multivariate normality. Multivariate normality merupakan asumsi bahwa setiap variabel dan semua kombinasi linear dari variabel berdistribusi normal. Asumsi multivariate normality ini dapat diuji dengan melihat normalitas, linearitas dan homoskededastisitas variabel atau melalui residualnya. Berdasarkan alasan diatas maka peneliti akan melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji signifikansi skewness dan kurtosis.

Penelitian ini menggunakan kuisioner dalam pengamatannya, maka peneliti akan melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Imam Ghazali, 2009). Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas ini akan menggunakan cara One Shot atau pengukuran sekali saja: disini pengukurannya hanya sekali saja dan kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengujian ini akan dilakukan dengan program SPSS dengan fasilitas uji statistik Cronbach Alpha.

Peneliti juga akan melakukan uji validitas. Imam Ghazali (2009) mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Cara yang akan ditempuh peneliti untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.

PEMBAHASAN

Profil Responden

Profil responden yang meliputi Jenis Kelamin, Usia, Status, Jumlah Anak dan Masa kerja akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	23	76,67%
Wanita	7	23,33%
TOTAL	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner

Tabel 2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<30tahun	25	83,33%
> 30 tahun	5	16,67%
TOTAL	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner

Tabel 3 Profil Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	Persentase
Menikah	15	50%
Tidak Menikah	15	50%
TOTAL	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner

Tabel 4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anak

Jumlah Anak	Jumlah	Persentase
Belum Mempunyai Anak	21	70%
1 Anak	5	16,67%
2 Anak	3	10%
> 2 Anak	1	3,33%
TOTAL	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner

Tabel 5 Profil Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa Kerja	Jumlah	Persentase
<2 tahun	15	50%
>2tahun	15	50%
TOTAL	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner

Uji Normalitas

Metode yang digunakan peneliti dalam menguji normalitas data adalah uji signifikansi Skewness dan Kurtosis. Data yang berdistribusi normal akan memiliki nilai Skewness mendekati angka 0(nol) atau tidak lebih dari 1 atau -1.

Tabel 6 Hasil Uji Signifikansi Skewness dan Kurtosis

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
ADIL1	30	-.693	.427	-.517	.833
ADIL2	30	-1.215	.427	1.361	.833
ADIL3	30	-.093	.427	-.594	.833
LAYAK1	30	.108	.427	-.886	.833
LAYAK2	????29	-1.599	.434	5.091	.845
LAYAK3	30	-.593	.427	-.325	.833
BONUS1	30	-.594	.427	-.758	.833
BONUS2	30	-.950	.427	2.911	.833
TEKANAN1	30	-.621	.427	-1.286	.833
TEKANAN2	30	-.063	.427	-1.454	.833
ATASAN1	30	-.757	.427	.063	.833
ATASAN2	30	-.897	.427	.769	.833
ATASAN3	30	-.119	.427	-.232	.833
ATASAN4	30	-.751	.427	.466	.833
ATASAN5	30	-.567	.427	-.089	.833
KERJA1	30	-.014	.427	-.535	.833
KERJA2	30	-.017	.427	-.876	.833
KERJA3	30	-.478	.427	.072	.833
MOTIF1	30	-.204	.427	-.916	.833
MOTIF2	30	-.123	.427	-.065	.833
KELUAR1	30	-.432	.427	-.083	.833
KELUAR2	30	-.852	.427	1.989	.833
KELUAR3	30	.170	.427	-.715	.833
KETIDAKHADIRAN1	30	-.635	.427	-.453	.833
KETIDAKHADIRAN2	30	-.456	.427	-.748	.833
KETIDAKHADIRAN3	30	-.097	.427	-.083	.833
TARGET1	30	-.393	.427	.099	.833
TARGET2	30	-.758	.427	-.321	.833
TARGET3	30	-1.250	.427	1.741	.833
TARGET.KUOTA	30	-.940	.427	-.458	.833
TARGET.BULANAN	30	-.860	.427	-.531	.833
TARGET.TRIWULANAN	30	2.953	.427	13.659	.833
TARGET.KELOMPOK	30	-.979	.427	-.559	.833
Valid N (listwise)	29				

Seluruh indikator pertanyaan dari indikator variabel memiliki data yang berdistribusi normal kecuali: Pertanyaan No.2 untuk indikator variabel Keadilan (Variabel Kompensasi), Pertanyaan No.2 untuk indikator variabel Kelayakan (Variabel Kompensasi), Pertanyaan No.3 untuk indikator variabel Motivasi untuk Mencapai Target (Variabel Motivasi), dan Pertanyaan No.3 untuk variabel Pencapaian Target. Pengujian data parametrik mengharuskan datanya berdistribusi normal, oleh karena itu keempat indikator yang disebutkan diatas tidak akan diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas yang dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha. Nunnally (1960) dalam Imam Ghozali (2009) menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 7 Pengujian Reliabilitas Kompensasi

Indikator Variabel	Cronbach Alpha	Batasan	Keputusan
Prinsip Keadilan	0,886	>0,60	Reliabel
Prinsip Kelayakan	0,773	>0,60	Reliabel
Bonus/Insentif	-0,171	>0,60	Tidak Reliabel
Tekanan	0,012	>0,60	Tidak Reliabel
Perilaku Atasan	0,888	>0,60	Reliabel
Pekerjaan	0,643	>0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Seluruh indikator variabel kompensasi memenuhi syarat reliabilitas kecuali indikator variabel bonus/insentif dan tekanan.

Tabel 8 Pengujian Reliabilitas Motivasi

Indikator Variabel	Cronbach Alpha	Batasan	Keputusan
Motif Bekerja	0,634	>0,60	Reliabel
Keinginan untuk Keluar dari Pekerjaan	0,788	>0,60	Reliabel
Ketidakhadiran	0,755	>0,60	Reliabel
Motivasi untuk Mencapai Target	0,370	>0,60	Tidak Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Seluruh indikator variabel motivasi memenuhi syarat reliabilitas kecuali indikator variabel motivasi untuk mencapai target.

Indikator – indikator yang tidak reliabel yang telah disebutkan diatas tidak akan disertakan dalam pengujian – pengujian selanjutnya.

Metode yang digunakan peneliti dalam menguji validitas adalah melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (yang merupakan hasil dari korelasi bivariate) dengan r table untuk degree of freedom (df) = n – 2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 30 dan besarnya df dapat dihitung 30 – 2 = 28 dan alpha 0,05 didapat r table = 0,361. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 9 Pengujian Validitas Kompensasi

Indikator Variabel	Pertanyaan dalam Kuisisioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Keputusan
Prinsip Keadilan	1. Apakah kompensasi yang Anda terima telah sesuai dengan usaha yang Anda lakukan?	0,926	0,361	Valid
	2. Apakah Anda merasa kinerja Anda telah dinilai secara baik oleh perusahaan?	0,925	0,361	Valid
Prinsip Kelayakan	1. Apakah dengan penghasilan yang Anda terima, Anda dapat memenuhi kebutuhan ekonomi utama Anda?	0,897	0,361	Valid
	2. Apakah jika dibandingkan dengan penghasilan di perusahaan farmasi lain, penghasilan yang Anda terima memadai?	0,810	0,361	Valid
Perilaku Atasan	1. Apakah atasan Anda memberikan pujian saat Anda berhasil?	0,799	0,361	Valid
	2. Apakah atasan Anda memarahi Anda saat Anda gagal?	0,790	0,361	Valid
	3. Apakah atasan Anda memberikan dorongan semangat?	0,870	0,361	Valid
	4. Apakah Anda diberikan kebebasan dalam mengambil keputusan dan menjalankan pekerjaan Anda?	0,846	0,361	Valid
	5. Apakah Anda dilibatkan atau dimintai saran dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan penjualan?	0,864	0,361	Valid
Pekerjaan	1. Apakah pekerjaan Anda melelahkan?	0,825	0,361	Valid
	2. Apakah pekerjaan Anda menyita waktu Anda?	0,924	0,361	Valid
	3. Apakah pekerjaan yang Anda lakukan menyenangkan?	0,270	0,361	Tidak Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Seluruh pertanyaan / butir mengenai kompensasi valid, kecuali pertanyaan No. 3 dari indikator variabel Pekerjaan. Butir tersebut tidak akan disertakan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 10 Pengujian Validitas Kompensasi

Indikator Variabel	Pertanyaan dalam Kuisisioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Keputusan
Motif Bekerja	1. Apakah motif utama Anda mencari uang?	0,875	0,361	Valid
	2. Apakah motif utama Anda mencari pengalaman dan ilmu?	0,818	0,361	Valid
Keinginan untuk Keluar dari Pekerjaan	1. Apakah Anda merasa ingin ganti pekerjaan?	0,783	0,361	Valid
	2. Apakah Anda merasa ingin pindah perusahaan?	0,725	0,361	Valid
	3. Apakah Anda mencari alternatif lain selain pekerjaan yang sekarang, seperti: melanjutkan studi, mendirikan bisnis, dll?	0,619	0,361	Valid
Ketidak-hadiran di Tempat Kerja	1. Apakah Anda selalu bersemangat untuk berangkat kerja?	0,812	0,361	Valid
	2. Apakah Anda merasa tidak senang saat tidak bisa hadir di tempat kerja?	0,671	0,361	Valid
	3. Apakah setiap hari kerja Anda selalu hadir di tempat kerja?	0,852	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Seluruh pertanyaan / butir mengenai motivasi valid, karena r_{hitung}nya lebih besar dari r_{tabel}nya.

Analisis Regresi Sederhana (Simple Regression)

Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Tenaga Penjualan

Tabel 11 Model Summary Kompensasi-Motivasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 ^a	.342	.318	2.86176

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (adjusted R²) dari model pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan adalah 0,318, yang berarti 31,8% perubahan Motivasi Tenaga Penjualan dapat dijelaskan oleh Kompensasi. Sisanya 68,2% perubahan Motivasi Tenaga Penjualan dijelaskan oleh sebab – sebab lain.

Kuat atau lemahnya hubungan antara variabel kompensasi terhadap variabel motivasi dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien korelasi (R) dari Tabel 11 yaitu 0,584. Berdasarkan Champion (1981) dalam Widodo (2007) nilai R sebesar 0,584 termasuk dalam golongan yang asosiasi/ keeratannya cukup kuat.

Model pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan ini dapat dituliskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Motivasi} = 1557 + 0,736 \text{ Kompensasi}$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

- Konstanta sebesar 1557 menunjukkan nilai Motivasi apabila tidak diberikan Kompensasi atau Kompensasi yang diberikan 0.
- Koefisien regresi Kompensasi sebesar 0,736 menunjukkan hubungan positif antara Kompensasi dan Motivasi, yaitu jika pandangan responden mengenai Kompensasi naik sebesar 1 maka Motivasi akan naik sebesar 0,736.

Pengaruh Kompensasi terhadap Pencapaian Target Penjualan

Tabel 12 Model Summary Kompensasi-Pencapaian Target Penjualan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.201	.172	8.01992

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (adjusted R²) dari model pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan adalah 0,172, yang berarti 17,2% perubahan Motivasi Tenaga Penjualan dapat dijelaskan oleh Kompensasi. Sisanya 82,8% perubahan Motivasi Tenaga Penjualan dijelaskan oleh sebab – sebab lain.

Kuat atau lemahnya hubungan antara variabel kompensasi terhadap variabel motivasi dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien korelasi (R) dari Tabel 12 yaitu 0,448. Berdasarkan Champion (1981) dalam Widodo (2007) nilai R sebesar 0,448 termasuk dalam golongan yang asosiasi/ keeratannya cukup lemah.

Model pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan ini dapat dituliskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Pencapaian Target} = 1557 + 0,736 \text{ Kompensasi}$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

- Konstanta sebesar 1557 menunjukkan nilai Pencapaian Target apabila tidak diberikan Kompensasi atau Kompensasi yang diberikan 0.

- Koefisien regresi Kompensasi sebesar 0,736 menunjukkan hubungan positif antara Kompensasi dan Pencapaian Target, yaitu jika pandangan responden mengenai Kompensasi naik sebesar 1 maka Motivasi akan naik sebesar 0,736.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini akan menggunakan Uji Signifikansi Paramater Individual (Uji Statistik t) dengan ttabel untuk uji dua sisi pada tingkat signifikansi $\alpha=0,05$ dan $df = n-k-1 = 30-1-1 = 28$ yaitu 2,048.

Uji t untuk Menguji Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Tenaga Penjual

H0: artinya variabel Kompensasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi.

H1: artinya variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diketahui nilai thitung sebesar 3,812 lebih besar ttabel yang telah ditentukan yaitu 2,408 dan signifikasnsi sebesar 0,001 tidak melebihi 0,05. Jadi, Hipotesis 1 diterima yang artinya variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung.

Uji t untuk Menguji Pengaruh Kompensasi Berpengaruh terhadap Pencapaian Target Penjualan

H0: artinya variabel Kompensasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi.

H1: artinya variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diketahui nilai thitung sebesar 2,651 lebih besar ttabel yang telah ditentukan yaitu 2,408 dan signifikasnsi sebesar 0,013 tidak melebihi 0,05. Jadi, Hipotesis 2 diterima yang artinya variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung.

Tanggapan Responden

Keadilan

Apakah kompensasi yang Anda terima telah sesuai dengan usaha yang Anda lakukan?

Tabel 13 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Keadilan No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	10%
Ragu – ragu	12	40%
Setuju	15	50%
Sangat Setuju	0	0%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Mayoritas responden sebesar 50% setuju bahwa kompensasi yang mereka terima telah sesuai dengan usaha yang mereka lakukan, sedangkan 40% responden menyatakan ragu – ragu dan 10% sisanya tidak setuju.

Apakah Anda merasa kinerja Anda telah dinilai secara baik oleh perusahaan?

Tabel 14 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Keadilan No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	5	16,67%
Ragu – ragu	11	36,67%
Setuju	12	40%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Responden yang setuju bahwa kinerja mereka telah dinilai secara baik berjumlah 40% dari total responden, 6,67% berpendapat sangat setuju, namun 36,67% responden ragu – ragu dan 16,67% bahkan tidak setuju.

Kelayakan

Apakah dengan penghasilan yang Anda terima, Anda dapat memenuhi kebutuhan ekonomi utama Anda?

Tabel 15 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Kelayakan No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	7	23,33%
Ragu – ragu	10	33,33%
Setuju	10	33,33%
Sangat Setuju	3	10%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Sejumlah 33,33% menyatakan bahwa penghasilan yang mereka terima dapat memenuhi kebutuhan utama mereka, sedangkan 33,33% lainnya menyatakan ragu – ragu dengan pendapat tersebut, 23,33% responden bahkan tidak setuju, di sisi lain 10% mengatakan sangat setuju bahwa pendapatan yang mereka terima dapat memenuhi kebutuhan ekonomi utama mereka.

Apakah jika dibandingkan dengan penghasilan di perusahaan farmasi lain, penghasilan yang Anda terima memadai?

Tabel 16 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Kelayakan No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	4	13,33%
Ragu – ragu	9	30%
Setuju	16	53,33%
Sangat Setuju	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Lebih dari setengah responden yaitu 53,33% menyatakan setuju bahwa penghasilan mereka telah memadai jika dibandingkan dengan perusahaan farmasi lainnya, 3,33% sangat setuju, 13,33% tidak setuju dan 30% sisanya ragu-ragu.

Perilaku Atasan

Apakah atasan Anda memberikan pujian saat Anda berhasil?

Tabel 17 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	4	13,33%
Ragu – ragu	6	20%
Setuju	18	60%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Sebagian besar responden setuju (60%) bahwa atasan mereka memuji mereka saat mereka berhasil, 20% responden ragu-ragu akan hal itu, sisanya 13,33 responden tidak setuju dan 6,67% responden sangat setuju.

Apakah atasan Anda memarahi Anda saat Anda gagal?

Tabel 18 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	6,67%
Ragu – ragu	8	26,67%
Setuju	19	63,33%
Sangat Setuju	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Responden yang setuju bahwa atasan mereka memarahi mereka saat mereka gagal berjumlah 63,33%, sisanya 26,67% ragu – ragu, 6,67% tidak setuju dan 3,33% berpendapat sangat setuju.

Apakah atasan Anda memberikan dorongan semangat?

Tabel 19 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.3

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	10%
Ragu – ragu	12	40%
Setuju	13	43,33%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Jumlah responden yang setuju bahwa atasan mereka memberi dorongan semangat adalah 43,33%, dengan jumlah 40% responden lainnya ragu – ragu, 10% tidak setuju dan 6,67% sangat setuju.

Apakah Anda diberikan kebebasan dalam mengambil keputusan dan menjalankan pekerjaan Anda?

Tabel 20 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.4

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	6,67%
Ragu – ragu	9	30%
Setuju	18	60%
Sangat Setuju	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Jumlah yang cukup besar yaitu 60% responden menyatakan setuju bahwa mereka telah diberikan kebebasan dalam mengambil keputusan dan menjalankan pekerjaan mereka, 3,33% sangat setuju sedangkan 30% responden ragu-ragu dan 6,67% dari mereka bahkan tidak setuju.

Apakah Anda dilibatkan atau dimintai saran dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan penjualan?

Tabel 21 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.5

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	10%
Ragu – ragu	10	33,33%
Setuju	16	53,33%
Sangat Setuju	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Lebih dari setengah dari keseluruhan responden (53,33%) setuju bahwa mereka dilibatkan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan penjualan, sepertiganya (33,33%) merasa ragu, 10% tidak setuju dan 3,33% sisanya sangat setuju.

Pekerjaan

Apakah pekerjaan Anda melelahkan?

Tabel 22 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Pekerjaan No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	5	16,67%
Ragu – ragu	12	40%
Setuju	11	36,67%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Sebagian besar responden (40%) ragu – ragu bahwa pekerjaan mereka melelahkan, beda dengan 36,67% responden yang menyatakan setuju dan 6,67% responden yang sangat setuju dengan pendapat tersebut, sedangkan 16,67% sisanya tidak setuju.

Apakah pekerjaan Anda menyita waktu Anda?

Tabel 23 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Pekerjaan No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	7	23,33%
Ragu – ragu	10	33,33%
Setuju	11	36,67%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Lebih dari sepertiga responden (36,67%) menyatakan setuju bahwa pekerjaan mereka menyita waktu ditambah 6,67% responden yang sangat setuju, sedangkan sepertiga lainnya (33,33%) ragu – ragu, dan 23,33% tidak setuju.

Tanggapan Responden terhadap Motivasi Tenaga Penjual Motif Bekerja

Apakah motif utama Anda mencari uang?

Tabel 24 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Motif Bekerja No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	3,33%
Ragu – ragu	9	30%
Setuju	11	36,67%
Sangat Setuju	9	30%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Kebanyakan responden (36,67%) mengaku setuju bahwa motif utama mereka adalah mencari uang, 30% bahkan sangat setuju, sedangkan 30% lainnya ragu – ragu, dan hanya ada 1 orang atau 3,33% yang menyatakan tidak setuju.

Apakah motif utama Anda adalah mencari pengalaman dan ilmu?

Tabel 25 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Motif Bekerja No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	6,67%
Ragu – ragu	12	40%
Setuju	14	46,67%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Hampir setengah dari keseluruhan responden (46,67%) responden setuju bahwa motif utama mereka adalah mencari pengalaman dan ilmu, 40% ragu – ragu dan sisanya masing – masing 6,67% menyatakan sangat setuju dan tidak setuju.

Keinginan untuk Keluar

Apakah Anda merasa ingin ganti pekerjaan?

Tabel 26 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Keinginan untuk Keluar No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	6	20%
Ragu – ragu	15	50%
Setuju	7	23,33%
Sangat Setuju	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Setengah (50%) responden menjawab ragu – ragu ketika ditanya apakah mereka merasa ingin ganti pekerjaan, 23,33% menjawab setuju, 6,67% menjawab sangat setuju dan 20% sisanya tidak setuju.

Apakah Anda merasa ingin pindah perusahaan?

Tabel 27 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Keinginan untuk Keluar No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	6	20%
Ragu – ragu	14	46,67%
Setuju	9	30%
Sangat Setuju	0	0%
Jumlah	29	96,67%

Sumber: Pengolahan Kuisisioner

Sebagian besar responden (46,67%) ragu – ragu ketika ditanya apakah mereka akan pindah perusahaan, dengan jumlah yang cukup besar 30% menyatakan setuju, sedangkan 20% sisanya tidak setuju, dan terdapat 1 responden tidak menjawab.

Apakah Anda mencari alternatif lain selain pekerjaan yang sekarang, seperti: melanjutkan studi, mendirikan bisnis, dll?

Tabel 28 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Keinginan untuk Keluar No.3

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	6	20%
Ragu – ragu	16	53,33%
Setuju	8	26,67%
Sangat Setuju	0	0%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisisioner

Lebih dari setengah (53,33%) menyatakan ragu – ragu ketika ditanya apakah mereka akan mencari alternatif lain selain pekerjaan yang sekarang, 26,67% responden menyatakan setuju, dan sisanya 20% tidak setuju.

Ketidakhadiran

Apakah Anda selalu bersemangat untuk berangkat kerja?

Tabel 29 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Ketidakhadiran No.1

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	6,67%
Ragu – ragu	13	43,33%
Setuju	15	50%
Sangat Setuju	0	0%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisisioner

Separuh (50%) responden menyatakan setuju selalu bersemangat untuk berangkat bekerja, sedangkan 43,33% lainnya menyatakan ragu – ragu dan ada 2 orang (6,67%) yang menyatakan tidak setuju.

Apakah Anda merasa tidak senang saat tidak bisa hadir di tempat kerja?

Tabel 30 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Ketidakhadiran No.2

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	3,33%
Ragu – ragu	14	46,67%
Setuju	15	50%
Sangat Setuju	0	0%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Sepuluh (50%) responden menjawab setuju ketika ditanya apakah mereka merasa tidak senang saat tidak bisa hadir di tempat kerja, 46,67% lainnya menyatakan ragu – ragu dan hanya seorang (3,33%) yang menyatakan tidak setuju.

Apakah setiap hari kerja Anda selalu hadir di tempat kerja?

Tabel 31 Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Ketidakhadiran No.3

Tanggapan	Frekuensi	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	6,67%
Ragu – ragu	14	46,67%
Setuju	13	43,33%
Sangat Setuju	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan Kuisioner

Kebanyakan responden (46,67%) ragu – ragu bahwa setiap hari kerja mereka berada di tempat kerja, 43,33% lainnya setuju, 3,33% sangat setuju dan 6,67% tidak setuju.

Tanggapan Responden terhadap Pencapaian Target Penjualan

Tabel 32 Kategori Pencapaian Target

Pencapaian Target dalam Setahun	Kategori
1 – 3 kali	Buruk
4 – 6 kali	Cukup
7 – 9 kali	Baik
10 – 12 kali	Sangat Baik

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian

Cukup banyak responden yang mengaku bahwa pencapaian target mereka sangat baik, yaitu 63,33% dalam pencapaian target kuota, 56,67% dalam target bulanan dan 63,33% dalam target kelompok.

Di sisi lain terdapat beberapa responden yang pencapaian targetnya buruk, bahkan dalam pencapaian target kelompok mencapai 20% dari total responden.

Pembahasan

Hasil pengolahan data, kuisioner dan wawancara akan dibahas lebih rinci dalam 5 bagian di bawah ini:

Perbandingan antara Teori dengan Sistem Kompensasi Perusahaan

Berdasarkan sumber data primer yaitu hasil pengolahan data kuisioner dan wawancara langsung dengan Bapak Tias Kriswanto selaku Supervisor Divisi Marketing – Ethical, peneliti akan membandingkan sistem kompensasi yang telah dijalankan PT. SOHO Industri Pharmasi dengan teori – teori yang telah dijabarkan sebelumnya.

Kompensasi Finansial

Pembahasan mengenai kompensasi finansial ini akan didasarkan pada prinsip kompensasi yang meliputi prinsip keadilan dan kelayakan.

Berdasarkan data dari pengolahan kuisioner terutama pertanyaan yang berkenaan dengan aspek keadilan, didapat hasil bahwa baru 50% dari responden yang menyatakan bahwa kompensasi yang diberikan perusahaan telah sesuai dengan usaha mereka. Pertanyaan lain telah mengungkapkan bahwa hanya 40% saja yang menyatakan bahwa kinerja mereka telah dinilai secara baik. Hasil ini menunjukkan bahwa masih harus dilakukan perbaikan untuk dapat memenuhi persyaratan internal konsistensi.

Kelayakan kompensasi dalam PT. SOHO Industri Pharmasi masih dirasa kurang, hal tersebut tercermin dari jawaban responden. Hanya sepertiga responden yang menyatakan bahwa kompensasi yang diterima dari perusahaan dapat memenuhi kebutuhan utama mereka. Sementara sepertiga lainnya ragu – ragu dan terdapat hampir seperempat responden yang menyatakan bahwa kompensasi yang mereka terima belum dapat memenuhi kebutuhan utama mereka.

Jika dibandingkan dengan perusahaan lain, kompensasi yang diberikan perusahaan sudah cukup layak karena telah terdapat separuh responden yang setuju bahwa kompensasi yang diterima cukup memadai, walaupun masih terdapat beberapa responden yang tidak setuju dan ragu akan hal itu.

Kompensasi Non Finansial

PT. SOHO Industri Pharmasi telah memberikann kompensasi finansial salah satunya berupa pelatihan dan pengembangan diri secara rutin, seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Tias Kriswanto, Supervisor Divisi Marketing – Ethical. Pembahasan mengenai kompensasi non finansial ini akan didasarkan pada kepuasan yang berasal dari lingkungan meliputi perilaku atasan dan pekerjaan.

Perilaku atasan dinilai sudah cukup baik berdasarkan tanggapan responden yang telah mengisi kuisioner. Lebih dari separuh dari total responden menyatakan mendapatkan pujian saat berhasil dalam pekerjaan mereka. Selain itu, sebagian responden menyatakan bahwa saat mereka tidak berhasil, atasan mereka memarahi mereka. Hal ini telah sesuai dengan prinsip reward and punishment yaitu memberikan pengutan positif saat karyawan bertindak sesuai yang diharapkan dan memberikan hukuman saat karyawan bertindak tidak sesuai yang diharapkan.

Atasan juga telah cukup memberikan semangat pada tenaga penjual, hal ini tampak dari hampir setengah responden setuju akan pendapat tersebut. Sebagian besar responden mengaku setuju telah diberikan kebebasan dalam mengambil keputusan dan menjalankan pekerjaan mereka. Begitu pula tanggapan mereka ketika mereka apakah mereka telah dilibatkan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan penjualan.

Cukup banyak responden yang menyatakan setuju bahwa pekerjaan mereka melelahkan dan menyita waktu mereka.

Tingkat Motivasi Tenaga Penjual

Motivasi tenaga penjual dilihat dari beberapa aspek yaitu motif bekerja, angka keluar masuk tenaga penjual, masa kerja tenaga penjual, keinginan keluar dari para tenaga penjual, dan tingkat absensi atau ketidakhadiran tenaga penjual.

Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka bekerja dengan motif utama untuk mencari uang, pengalaman dan ilmu.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari kuisioner dan hasil wawancara, tingkat motivasi tenaga penjual di Divisi Marketing – Ethical PT. SOHO Industri Farmasi Cabang Bandung masih belum mencapai tingkat yang diharapkan.

Bapak Tias Kriswanto menyatakan bahwa tingkat keluar masuk pegawai masih tinggi, sekitar setengah dari tenaga penjual yang sekarang bekerja merupakan pegawai baru.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh data masa kerja yang diperoleh dari kuisioner (lihat tabel 5). Tabel tersebut menunjukkan bahwa hanya 50% tenaga penjual saja yang telah bekerja lebih dari 2 tahun, sedangkan 50% sisanya bekerja kurang dari 2 tahun. Masa kerja kurang dari 2 tahun dikategorikan masih bermotivasi rendah karena masih terikat kontrak kerja.

Hasil kuisioner mengenai aspek keinginan keluar dari pekerjaan menunjukkan bahwa mayoritas responden ragu – ragu apakah mereka akan keluar dari pekerjaan ini dan pindah ke perusahaan lain atau mencari alternatif lain selain pekerjaan ini.

Sisanya dengan jumlah hampir sepertiga dari total responden menyatakan setuju, artinya mereka memiliki keinginan untuk keluar dari pekerjaan yang mereka jalani sekarang.

Motivasi yang rendah juga tampak dalam tanggapan responden mengenai ketidakhadiran. Walaupun mayoritas responden menyatakan bahwa mereka berangkat kerja dengan semangat dan merasa tidak senang apabila tidak dapat hadir di tempat kerja, dengan jumlah yang hampir sama dengan mayoritas, responden lainnya menyatakan ragu – ragu. Hal ini diperkuat dengan jawaban ragu-ragu dari hampir setengah dari keseluruhan responden ketika ditanya apakah mereka selalu hadir di tempat kerja setiap hari kerja.

Pencapaian Target Penjualan

Hasil pengolahan data kuisioner menyatakan bahwa mayoritas tenaga penjual memiliki pencapaian target yang sangat baik yaitu berkisar antara sembilan sampai dengan dua belas kali dalam setahun mencapai target kuota, bulanan dan kelompok.

Di sisi lain masih terdapat beberapa tenaga penjualan yang pencapaian targetnya buruk yaitu hanya satu sampai tiga kali mencapai target, baik itu target kuota atau bulanan. Bahkan jumlah tenaga penjualan yang pencapaian targetnya dalam target kelompok hampir mencapai sepertiga dari keseluruhan responden.

PT. SOHO Industri Farmasi dapat melakukan beberapa usaha untuk dapat memaksimalkan pencapaian target penjualan.

Analisis Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Tenaga Penjualan dan Pencapaian Target Penjualan

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menyatakan bahwa hipotesis 1 diterima yang artinya variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Farmasi Cabang Bandung.

Demikian juga dengan pengujian t untuk hipotesis 2 yang menyatakan bahwa hipotesis 2 diterima yang artinya variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT. SOHO Industri Farmasi Cabang Bandung.

Analisis regresi menunjukkan bahwa pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan adalah 31,8% dan pengaruh kompensasi terhadap pencapaian target penjualan adalah 17,2%.

Setelah mengetahui bahwa terdapat pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan, maka PT. SOHO Industri Farmasi dapat

meningkatkan motivasi dan pencapaian target dengan cara memperbaiki sistem kompensasi perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis mengenai pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan, maka penulis membuat kesimpulan bahwa:

1. Kompensasi yang telah dijalankan PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung sudah cukup baik, walaupun masih memiliki beberapa kekurangan.
2. Tingkat motivasi tenaga penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung masih tergolong rendah.
3. Pencapaian target di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung sudah cukup baik.
4. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung. Besarnya pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan adalah 31,8%.
5. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung. Besarnya pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjualan adalah 17,2%.

Kekurangan dalam sistem kompensasi PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung dapat menjadi pemicu rendahnya motivasi tenaga penjual dan kurang maksimalnya pencapaian target penjualan. Oleh karena itu, peneliti perlu mengungkapkan kekurangan dari sistem kompensasi yang telah ditemukan, diantaranya:

1. Sistem evaluasi kinerja masih dianggap kurang memadai sehingga kurang dapat memberikan penilaian yang adil bagi tenaga penjual.
2. Kelayakan kompensasi finansial perusahaan masih dianggap kurang memadai oleh tenaga penjual.
3. Pekerjaan dianggap melelahkan dan menyita waktu tenaga penjual.

Saran

Melihat hasil penelitian yang ada, peneliti mengusulkan beberapa perbaikan untuk sistem kompensasi PT. SOHO Industri Pharmasi

- Meningkatkan gaji pokok untuk tenaga penjual.

Perbaikan diatas membantu perusahaan mempertahankan karyawan yang qualified sebagai aset perusahaan yang berharga dan memperkecil turnover tenaga penjual. Sesuai dengan visi perusahaan yang ingin memberikan pelayanan yang berkualitas, tentunya harus dilakukan oleh tenaga penjual yang stabilitasnya baik sehingga tenaga penjual tidak hanya berusaha mencapai tujuan jangka pendek perusahaan (target) guna mendapatkan bonus tapi juga memperhatikan tujuan jangka panjang perusahaan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, pangsa pasar dan mutu pelayanan.

- Melakukan perbaikan atas sistem evaluasi kinerja.
- Menambah jumlah tenaga penjual.

Diharapkan dengan adanya penambahan jumlah tenaga penjualan, akan membantu mengurangi beban kerja, sehingga tenaga penjual tidak kelelahan dan merasa waktunya tersita oleh

pekerjaan. Pada akhirnya tenaga penjualan lebih dapat lebih termotivasi dalam melakukan pekerjaannya.

- Melibatkan tenaga penjual dalam penetapan target penjualan.

Hal tersebut diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menetapkan target yang disesuaikan dengan kemampuan tenaga penjual, sehingga tidak akan menurunkan motivasi tenaga penjualan.

- Memberikan pelatihan pada para manajer penjualan untuk dapat memberikan motivasi secara tepat.

Manajer harus berhati – hati dalam pemberian motivasi yang bersifat negatif, misalnya menghindari memarahi karyawannya di depan umum.

- Meningkatkan kerja sama antar tenaga penjual, misalnya melalui kegiatan pelatihan, outbond, atau acara kebersamaan.

Meningkatnya kerja sama diharapkan dapat turut meningkatkan pencapaian target penjualan kelompok.

REFERENSI

Anthony, Robert N. & Vijay Govindarajan. 2005. Sistem Pengendalian Manajemen. Buku 1. Edisi 11. Salemba Empat, Jakarta.

Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. 2006. Metode Riset Bisnis. Volume 1. Disi 9. PT. Media Global Edukasi, Jakarta

Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Gomez, Faustino Cardoso. 1995. Manajemen Sumber Daya Manusia. ANDI, Yogyakarta.

Hasibuan, H. Malayu S.P. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Handoko, T. Hani & Rachmawati, Ike Kusdyah. Kompensasi (Finansial). [http://id.wikipedia.org/wiki/Kompensasi_\(finansial\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Kompensasi_(finansial)). 25 september 2010

Irianto, Jusuf. 2002. Kompensasi untuk Sales Force. A. Usmara. Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi ke-2. Amara Books, Yogyakarta.

Loekito & Fani Setiawati. 2002. Pengaruh antara Pemberian Pelatihan dan Pemberian Kompensasi terhadap motivasi kerja karyawan. The Westin Surabaya. Program Studi Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Surabaya

Marwansyah & Mukaram. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Politeknik Negeri Bandung, Bandung.

Nasution, Mulia. 1994. Manajemen Personalial: Aplikasi dalam Perusahaan. Djembatan, Jakarta.

Notohadiprawiro, T. 2006. Metode Penelitian dan Penulisan Ilmiah. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

Perdani, Sistavia. 2009. The Analysis of Compensation as Motivators for Work Motivation and Job Satisfaction at LBPP - LIA Bogor. Program Manajemen dan Bisnis Institut Pertanian Bogor, Bogor

Rahayu, Ninik Sri & Feris Firdaus. 2008. Profil Food Safety Knowledge and Practice Unit-Unit Rumah Tangga di Kabupaten Sleman. Jurnal Penelitian & Pengabdian dppm.uii.ac.id Volume 5-Nomor 1-Agustus 2008.