

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: Pertama, mengetahui program kompensasi yang diterapkan perusahaan atas tenaga penjual, tingkat motivasi, dan pencapaian target penjualan; Kedua, mengetahui pandangan tenaga penjualan terhadap program kompensasi yang telah dijalankan perusahaan; Ketiga, untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan.

Data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif dilakukan dengan membandingkan program kompensasi perusahaan dengan teori – teori yang ada. Analisis statistik penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana.

Analisis menggunakan regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kompensasi terhadap motivasi sebesar 31,8% dan pengaruh kompensasi terhadap pencapaian target sebesar 17,2%. Uji t yang dilakukan penelitian ini menunjukkan kedua hipotesis tersebut diterima yaitu variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Tenaga Penjual di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung dan variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program kompensasi yang dijalankan PT. SOHO Industri Pharmasi sudah cukup baik, motivasi tenaga penjual masih dinilai kurang dan pencapaian target penjualan sudah baik.

Kata – kata kunci: Kompensasi, Motivasi Tenaga Penjual, Target Penjualan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	3
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Lokasi dan Waktu	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1 Pengendalian Manajemen	7
2.1.1 Batas-batas Pengendalian Manajemen	7
2.1.2 Aspek-aspek dalam Pengendalian Manajemen	8
2.1.2.1 Kegiatan Pengendalian Manajemen	8
2.1.2.2 Keselarasan Tujuan	9
2.1.2.3 Tekanan Finansial dan Nonfinansial	10
2.2 Kompensasi	10
2.2.1 Pengertian Kompensasi	11
2.2.2 Prinsip Kompensasi	13

2.2.5.1	Prinsip Keadilan.....	13
2.2.2.2	Prinsip Kelayakan atau Kewajaran.....	15
2.2.2.3	Penerapan <i>Internal</i> dan <i>Eksternal Consistency</i>	15
2.2.3	Tujuan Kompensasi.....	16
2.2.4	Komponen- Komponen Balas Jasa.....	20
2.2.5	Klasifikasi Kompensasi/ Balas Jasa.....	22
2.2.5.1	Benefit dan Service.....	24
2.2.6	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Kompensasi.....	27
2.2.7	Kompensasi untuk Tenaga Penjual.....	30
2.2.7.1	Arti Penting Tenaga Penjual.....	30
2.2.7.2	Desain Kompensasi Bagi Tenaga Penjual.....	31
2.2.7.3	Faktor-faktor Pengaruh.....	31
2.2.7.4	Jenis-jenis Kompensasi untuk Sales Force.....	35
2.2.7.4.1	Kompensasi Finansial.....	36
2.2.7.4.2	Kompensasi Non Finansial.....	40
2.2.7.5	Program Pengembangan.....	41
2.3	Insentif.....	43
2.3.1	Beberapa Kesulitan dari Sistem Pengupahan Insentif.....	45
2.3.2	Beberapa Sifat Dasar dari Pengupahan Insentif yang Harus Dipenuhi Agar Sistem Upah Insentif Ini Bisa Berhasil.....	46
2.3.3	Sistem Upah Insentif.....	46
2.3.3.1	Sistem Upah Insentif untuk Karyawan Produksi (<i>blue collar workers</i>).....	48
2.3.3.2	Sistem Upah Insentif untuk Karyawan Bukan Produksi (<i>white collar workers</i>).....	49
2.3.3.2.1	Insentif untuk Karyawan Penjualan.....	49
2.3.3.2.1.1	Masalah yang Berhubungan dengan Insentif Penjualan.....	50
2.3.3.2.1.2	Jenis-jenis Insentif untuk Tenaga Penjual.....	50
2.3.3.2.2	Insentif untuk Tenaga Pimpinan.....	52
2.3.3.3	Insentif untuk Seluruh Karyawan.....	52
2.4	Motivasi.....	53
2.4.2	Pengertian Motivasi.....	53
2.4.3	Motivasi dan Kepuasan.....	54

2.4.4	Teori Motivasi.....	55
2.4.4.1	<i>Content Theory</i>	55
2.4.4.2	<i>Process Theory</i>	58
2.4.4.3	<i>Reinforcement Theory</i>	59
2.4.5	Pandangan tentang Motivasi dalam Organisasi	59
2.4.5.1	Model Tradisional.....	60
2.4.5.2	Model Hubungan Manusiawi.....	61
2.4.5.3	Model Sumber Daya Manusia (<i>Human Resource Model</i>).....	62
2.4.6	Jenis-jenis Motivasi (Heidjrachman 1990).....	63
2.4.6.1	Motivasi Positif.....	66
2.4.6.2	Motivasi Negatif	69
2.4.7	Model Motivasi.....	70
2.4.7.1	Model Motivasi Positif	70
2.4.7.2	Model Motivasi Negatif.....	74
2.5	Penelitian Terdahulu	76
2.6	Kerangka Pemikiran Teoritis	78
2.7	Hipotesis	79
BAB III METODE PENELITIAN		80
3.1	Jenis Penelitian.....	80
3.2	Objek Penelitian.....	80
3.3	Data Penelitian	81
3.3.1	Metode Pengumpulan Data.....	82
3.4	Teknik Penarikan Sampel	82
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	83
3.6	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		89
4.1	Profil Perusahaan	89
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	89
4.1.2	Visi, Misi dan Nilai – nilai Perusahaan	90
4.1.2.1	Visi.....	90
4.1.2.2	Misi	90
4.1.2.3	Nilai – nilai Perusahaan	90

4.1.2 Bisnis Perusahaan	91
4.2 Profil Responden.....	92
4.3 Analisis Data Statistik.....	93
4.3.1 Uji Normalitas.....	93
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	95
4.3.3 Analisis Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	97
4.3.3.1 Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Tenaga Penjualan	98
4.3.3.2 Pengaruh Kompensasi terhadap Pencapaian Target Penjualan.....	98
4.3.4 Pengujian Hipotesis	99
4.3.4.1 Uji t untuk Menguji Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Tenaga Penjual	99
4.3.4.2 Uji t untuk Menguji Pengaruh Kompensasi Berpengaruh terhadap Pencapaian Target Penjualan	100
4.4 Tanggapan Responden	100
4.4.1 Tanggapan Responden terhadap Sistem Kompensasi.....	100
4.4.1.1 Keadilan	101
4.4.1.2 Kelayakan	102
4.4.1.3 Perilaku Atasan	103
4.4.1.4 Pekerjaan.....	105
4.4.2 Tanggapan Responden terhadap Motivasi Tenaga Penjual	106
4.4.2.1 Motif Bekerja	106
4.4.2.2 Keinginan untuk Keluar	107
4.4.2.3 Ketidakhadiran.....	109
4.4.3 Tanggapan Responden terhadap Pencapaian Target Penjualan.....	110
4.5 Pembahasan.....	111
4.5.1 Perbandingan antara Teori dengan Sistem Kompensasi Perusahaan.....	111
4.5.1.1 Kompensasi Finansial	111
4.5.1.1 Kompensasi Non Finansial	112
4.5.2 Tingkat Motivasi Tenaga Penjual	113
4.5.3 Pencapaian Target Penjualan	114
4.5.4 Analisis Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Tenaga Penjualan dan Pencapaian Target Penjualan	114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Hubungan Umum antara Fungsi Perencanaan dan Fungsi Pengendalian.....	8
Gambar 2 <i>Internal Consistency</i>	14
Gambar 3 Pengelompokan Kompensasi.....	23
Gambar 4 Model Motivasi dari <i>Content Theory</i>	56
Gambar 5 Motivasi yang Diberikan Masing - Masing Model.....	63
Gambar 6 Hubungan Motivasi dengan Insentif.....	70
Gambar 7 Model Motivasi Positif.....	71
Gambar 8 Penilaian Probabilitas Keberhasilan Pelaksanaan.....	73
Gambar 9 Model Motivasi Negatif.....	75
Gambar 10 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Kelebihan dan Kekurangan Sistem Kompensasi..... 38
Tabel 2.2	Alternatif Kompensasi bagi <i>Sales Force</i> 77
Tabel 3.1	Variabel, Indikator Variabel dan Pengukuran Variabel..... 85
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 92
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia..... 92
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Status..... 92
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anak..... 93
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Masa Kerja..... 93
Tabel 4.6	Hasil Uji Signifikansi <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> 94
Tabel 4.7	Pengujian Reliabilitas Kompensasi..... 95
Tabel 4.8	Pengujian Reliabilitas Motivasi..... 95
Tabel 4.9	Pengujian Validitas Kompensasi..... 96
Tabel 4.10	Pengujian Validitas Motivasi..... 97
Tabel 4.11	Model <i>Summary</i> Kompensasi – Motivasi..... 98
Tabel 4.12	Model <i>Summary</i> Kompensasi – Pencapaian Target..... 98
Tabel 4.13	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Keadilan No.1..... 101
Tabel 4.14	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Keadilan No.2..... 101

Tabel 4.15	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Kelayakan No.1.....	102
Tabel 4.16	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Kelayakan No.2.....	102
Tabel 4.17	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.1.....	103
Tabel 4.18	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.2.....	103
Tabel 4.19	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.3.....	104
Tabel 4.20	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.4.....	104
Tabel 4.21	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.5.....	105
Tabel 4.22	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Pekerjaan No.1.....	105
Tabel 4.23	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Aspek Perilaku Atasan No.2.....	106
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Bekerja terhadap Pertanyaan Motif No.1.....	106
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Bekerja terhadap Pertanyaan Motif No.2.....	107
Tabel 4.26	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Keinginan untuk Keluar No.1.....	107

Tabel 4.27	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Keinginan untuk Keluar No.2.....	108
Tabel 4.28	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Keinginan untuk Keluar No.3.....	109
Tabel 4.29	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Ketidakhadiran No.1.....	109
Tabel 4.30	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Ketidakhadiran No.2.....	109
Tabel 4.31	Tanggapan Responden terhadap Pertanyaan Ketidakhadiran No.3.....	110
Tabel 4.32	Kategori Pencapaian Target.....	110
Tabel 4.33	Tanggapan Responden terhadap Pencapaian Target Penjualan....	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Penelitaian dari Perusahaan.....	120
Lampiran 2	Kuisisioner.....	121
Lampiran 3	Tabulasi Jawaban Kuisisioner.....	124
Lampiran 4	Daftar Pertanyaan Wawancara.....	127
Lampiran 5	Daftar Riwayat Hidup Penulis (<i>Curriculum Vitea</i>).....	128