

**PENGARUH INSENTIF TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN
BAGIAN MARKETING PADA PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE
(FIF) CABANG POSO**

Abdul Hamid Labaso¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Sintuwu Maroso
Email : *abdul.hamid@unsimar.ac.id*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Insentif Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Bagian Marketing Pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Poso. Data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder, sedangkan metode pengumpulan yaitu wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Populasi adalah seluruh karyawan bagian marketing berjumlah 13 orang dan semua dijadikan responden. Data dianalisis dengan menggunakan Regresi Linier Sederhana.

Hasil penelitian menjelaskan persamaan regresi $Y = 2,820 + 0,919X$. Koefisien regresi bernilai 0,919 atau 91,9%, artinya jika variabel insentif mengalami peningkatan 1% maka motivasi kerja karyawan akan meningkat sebesar 91,9%. Koefesien korelasi bernilai 0,912 atau 91,2%. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat hubungan antar variabel insentif dan variabel motivasi kerja karyawan dalam kriteria hubungan sangat kuat. Koefesien determinasi sebesar 0,832 atau 83,2%. Hal ini menunjukkan bahwa insentif mempunyai pengaruh 83,2% terhadap motivasi kerja karyawan. Sedangkan sisanya 16,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil uji t nilai probabilitas (Sig t) = 0,000 < 0,05 artinya variabel Insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.

Kata Kunci : Insentif, Motivasi Kerja

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Karyawan merupakan salah satu faktor produksi yang terpenting dalam suatu perusahaan. Tanpa adanya karyawan, perusahaan akan kesulitan dalam mencapai tujuan, karena yang menentukan kemajuan suatu perusahaan adalah karyawan. Selain itu dengan adanya kontribusi yang positif dari karyawan maka visi atau tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan karyawan yang bermotivasi tinggi, oleh sebab itu diperlukan pengetahuan tentang bagaimana cara mengarahkan karyawan dengan baik agar dapat bekerja secara maksimal.

Dengan adanya kenyataan tersebut menunjukkan bahwa aset organisasi yang paling penting yang harus dimiliki oleh perusahaan dan sangat diperhatikan oleh manajemen adalah asset karyawan dari perusahaan tersebut. Tanpa adanya faktor manusia sebuah organisasi atau perusahaan tidak akan ada, dengan demikian pada intinya tantangan-tantangan maupun peluang-peluang dalam pembentukan dan pengelolaan suatu organisasi sering bersumber dari masalah-masalah yang berkaitan dengan masalah sumber daya manusia.

Salah satu persoalan yang mendapat perhatian dalam setiap perusahaan adalah bagaimana memahami kebutuhan dan dorongan dari setiap individu yang menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, sebab dalam kenyataannya dorongan dari setiap orang sulit sekali untuk dipahami. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi setiap pimpinan untuk memahami perilaku mereka.

Menurut Hasibuan (2005:143) “Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan”.

Dalam melaksanakan tugas-tugasnya karyawan selalu mempunyai motivasi yang mendorong dirinya untuk melakukan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Dengan pemberian insentif ini akan dapat memberikan suatu dorongan bagi karyawan untuk dapat meningkatkan prestasi kerja dengan hasil yang lebih tinggi dan lebih baik, sehingga hasil pekerjaan dapat ditingkatkan dan pada akhirnya tujuan perusahaan akan dapat tercapai.

PT. Federal International Finance (FIF) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pembiayaan retail sepeda motor dan alat elektronik di Indonesia. Untuk pembiayaan retail sepeda motor baru, PT. Federal International Finance (FIF) telah bekerjasama dengan salah satu produsen sepeda motor PT. Astra Honda Motor, Tbk sebagai pemegang pembiayaan retail sepeda motor baru dengan merk dagang HONDA. Perusahaan tersebut memiliki 4,3 juta *customer* aktif dan memiliki 188 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satunya adalah kantor cabang yang terletak di Kabupaten Poso. Kantor cabang tersebut memiliki bagian-bagian penting dalam melakukan proses manajemen, salah satunya adalah bagian *marketing*.

Bagian *marketing* merupakan salah satu fungsi sangat penting dalam proses manajemen karena berhubungan langsung dengan *customer*. Oleh karena itu, bagian ini juga dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan, baik dari segi penjualan produk maupun kualitas pelayanan terhadap *customer*. Jumlah karyawan yang bekerja pada bagian *marketing* untuk saat hanya berjumlah 13 orang. Tiga orang diantaranya merupakan karyawan tetap dan sisanya merupakan karyawan kontrak. Bagian *marketing* ini memiliki tugas untuk mencari *customer* yang ingin mengajukan pembiayaan retail sepeda motor atau alat elektronik juga mencari *customer* yang ingin meminjam dana. Wilayah kerja bagian *marketing* meliputi seluruh *dealer* resmi HONDA dan Toko Elektronik yang telah bekerja sama dengan PT. Federal International Finance (FIF) di Kabupaten Poso. Mengingat luasnya wilayah kerja yang menjadi tanggung jawab mereka, maka hal tersebut dapat menimbulkan suatu permasalahan yang terjadi pada saat dilapangan yaitu pertama, *marketing* tidak dapat melakukan pengecekan data *customer* seperti pengecekan status *member* dan tunggakan pembayaran sebelumnya. Permasalahan lain yang sering dihadapi yaitu jumlah target yang harus dicapai dan jumlah insentif yang diterima untuk setiap bulannya.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan tujuan yang telah ditetapkan oleh PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Poso, perusahaan mengupayakan berbagai macam cara untuk meningkatkan motivasi kerja karyawannya. Upaya untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan bagian *marketing* salah satunya dengan cara pemberian insentif, dengan maksud memotivasi karyawan bagian *marketing* agar lebih meningkatkan produktifitas kerja serta profesionalitasnya dalam mencapai tujuan perusahaan.

Pentingnya peranan insentif terhadap motivasi kerja karyawan pada bagian *marketing* PT. Federal International Finance Kabupaten Poso berkorelasi langsung dengan pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pemberian insentif diharapkan mampu meningkatkan produktivitas kerja sehingga perusahaan memperoleh surplus dari hasil kerja karyawan bagian *marketing*.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis berpendapat bahwa pemberian insentif yang tepat merupakan hal yang perlu dilakukan untuk suatu perusahaan agar mendapat sumber daya manusia yang handal. Untuk itu penulis merasa tertarik untuk menganalisis masalah dengan judul, “Pengaruh Insentif Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Bagian Marketing Pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Poso”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu, Apakah Insentif Berpengaruh Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Bagian Marketing Pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Poso

TINJUAN PUSTAKA

A. Pengertian insentif

Hasibuan (2008:117), Menyatakan bahwa : “Insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar. Insentif ini merupakan alat yang dipergunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi”. Handoko (2002: 176), mengemukakan bahwa: “Insentif adalah perangsang yang ditawarkan kepada para karyawan untuk melaksanakan kerja sesuai atau lebih tinggi dari standar-standar yang telah ditetapkan”.

Menurut Siagian (2002: 268), jenis-jenis insentif tersebut adalah:

- 1) *Piece work*
Piece work adalah teknik yang digunakan untuk mendorong kinerja pegawai berdasarkan hasil pekerjaan pegawai yang dinyatakan dalam jumlah unit produksi.
- 2) Bonus
Bonus adalah Insentif yang diberikan kepada pegawai yang mampu bekerja sedemikian rupa sehingga tingkat produksi yang baku terlampaui.
- 3) Komisi
Komisi adalah bonus yang diterima karena berhasil melaksanakan tugas dan sering diterapkan oleh tenaga-tenaga penjualan.
- 4) Insentif bagi eksekutif
Insentif bagi eksekutif ini adalah insentif yang diberikan kepada pegawai khususnya manajer atau pegawai yang memiliki kedudukan tinggi dalam suatu perusahaan, misalnya untuk membayar cicilan rumah, kendaraan bermotor atau biaya pendidikan anak.
- 5) Kurva kematangan
Adalah diberikan kepada tenaga kerja yang karena masa kerja dan golongan pangkat serta gaji tidak bisa mencapai pangkat dan penghasilan yang lebih tinggi lagi, misalnya dalam bentuk penelitian ilmiah atau dalam bentuk beban mengajar yang lebih besar dan sebagainya.

6) Rencana insentif kelompok

Rencana insentif kelompok adalah kenyataan bahwa dalam banyak organisasi, kinerja bukan karena keberhasilan individual melainkan karena keberhasilan kelompok kerja yang mampu bekerja sebagai suatu tim.

a. **Indikator Insentif**

Adapun beberapa indikator pemberian insentif menurut Siagian (2009 : 269) antara lain sebagai berikut :

i. Kinerja

Sistem insentif dengan cara ini langsung mengaitkan besarnya insentif dengan kinerja yang telah ditunjukkan oleh pegawai yang bersangkutan. Berarti besarnya insentif tergantung pada banyak sedikitnya hasil yang dicapai dalam waktu kerja pegawai. Cara ini dapat diterapkan apabila hasil kerja diukur secara kuantitatif.

ii. Lama kerja

Besarnya insentif ditentukan atas dasar lamanya karyawan melaksanakan atau menyelesaikan pekerjaan. Cara perhitungannya bisa menggunakan jam, hari, minggu, ataupun bulan.

iii. Senioritas

Sistem insentif ini berdasarkan pada masa kerja atau senioritas pegawai yang bersangkutan dalam suatu perusahaan. Dasar pemikirannya adalah karyawan senior, menunjukanya kesetiaan yang tinggi dari pegawai yang bersangkutan kepada perusahaan dimana mereka bekerja. Semakin senior seorang pekerja semakin tinggi loyalitas pada perusahaan, dan semakin mantap tenangnya dalam berusaha.

iv. Keadilan dan kelayakan

a. Keadilan

Dalam sistem insentif bukanlah harus sama rata pandang bulu, tetap harus terkait dengan adanya hubungan antara pengorbanan (*input*) dengan *output*. Makin tinggi pengorbanan maka semakin tinggi insentif yang diharapkan, oleh karena itu yang harus dinilai adalah pengorbanan yang diperlukan oleh suatu jabatan.

b. Kelayakan

Setelah keadilan maka insentif juga harus dilihat berdasarkan kelayakannya. Layak pengertiannya jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama.

B. Pengertian Motivasi Kerja

Menurut Hasibuan dalam Sunyoto Danang (2012:191) motivasi adalah suatu perangsang keinginan daya gerak kemauan bekerja seseorang, setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Sedangkan Asa'ad dalam Pasolong, Harbani (2010:140) motivasi adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja.

Pengertian motivasi kerja menurut Samsudin (2006:282) mengemukakan pernyataannya bahwa: "Motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain atasan, sarana fisik, kebijaksanaan, peraturan, imbalan jasa uang dan non uang, jenis pekerjaan dan tantangan".

METODOLOGI PENELITIAN

A. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yakni mengungkapkan tentang pengaruh insentif terhadap motivasi kerja Karyawan bagian marketing di PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Poso dengan memberikan daftar pertanyaan (*questionnaire*) kepada setiap responden. Sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini, untuk mengetahui Pengaruh Insentif Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Bagian Marketing Pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Poso, maka penulis menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden.

Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden maka dibuat kriteria menggunakan skala Likert, menurut Sugiyono (2008) adalah sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) = Skor 5, Setuju (S) = Skor 4, Kurang Setuju (KS) = Skor 3, Tidak Setuju (TS) = Skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana adalah persamaan regresi yang menggambarkan dan menjelaskan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana hubungan keduanya dapat digambarkan sebagai suatu garis lurus. (Puspowarsito, 2008 : 49-50)

Rumus persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :
 Y : Variabel Motivasi Kerja
 X : Variabel insentif
 a : Konstanta
 b : Koefisien regresi
 e : Error

Dalam penelitian ini tingkat signifikansinya terbesar 0,05 atau (5%), artinya jika (Sig t) lebih kecil dari 0,05 maka variabel X berpengaruh signifikan terhadap Variabel Y.

PEMBAHASAN

Insentif adalah daya perangsang yang diberikan kepada karyawan tertentu berdasarkan prestasi kerjanya agar karyawan terdorong meningkatkan produktivitas kerjanya.

Untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel bebas yaitu Insentif (X) terhadap motivasi kerja karyawan (Y), maka dilakukan analisis regresi dengan nilai $b = 0,919$. Hal ini menunjukkan bahwa Insentif mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Federal International Finance (Fif) Cabang Poso. Apabila insentif yang diterapkan pada PT. Federal International Finance (Fif) Cabang Poso mengalami peningkatan maka motivasi kerja karyawan di PT. Federal International Finance (Fif) Cabang Poso akan meningkat pula. Hasil uji t nilai probabilitas (Sig t) = $0,000 < 0,05$ artinya variabel Insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.

Hasil analisis juga membuktikan bahwa Insentif mempunyai hubungan sangat kuat dengan motivasi kerja karyawan di PT. Federal International Finance (Fif) Cabang Poso dengan nilai koefisien korelasi $r = 0,912$ yang menunjukkan bahwa Insentif memiliki hubungan sangat kuat dengan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Federal International Finance (Fif) Cabang Poso.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai Koefisien Regresi = 0,919 artinya jika variabel insentif mengalami kenaikan atau peningkatan maka motivasi kerja karyawan akan meningkat pula. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara insentif terhadap motivasi kerja karyawan. Hasil uji t nilai probabilitas ($\text{Sig } t$) = 0,000 < 0,05 artinya variabel Insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.
2. Koefisien determinasinya (R Square) sebesar 0,832 yang berarti Insentif berpengaruh terhadap Motivasi Kerja Karyawan sebesar 83,2% sedangkan sisanya 16,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.
3. Koefisien korelasi (r) bernilai 0,912 atau 91,2%, artinya hubungan variabel insentif dengan variabel motivasi kerja karyawan termasuk kategori sangat kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Gorda, IGN, 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit STIE Satya Dharma Singaraja.
- Handoko T. Hani. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Harsono. 2004. *Manajemen Publik* Cetakan Kedua, Balai Aksara Ghalia Indonesia
- Hasibuan Malayu S. P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Bumi Aksara Jakarta
- , 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia.*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Makmun. 2003. *Psikologi Pendidikan*. PT Rosda Karya Remaja, Bandung.
- Munandar, M, 2004, *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian. Kerja, Edisi Ketiga*, Jakarta
- Pasolong, Harbani. 2010. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta
- Puspowarsito, 2008. *Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi. Program SPSS*. Bandung
- Sadili Samsudin, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit: CV Pustaka. Setia.
- Sedarmayanti.2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Siagian Sondang P.,.2002. *Kepemimpinan Organisasi & Perilaku Administrasi*, Jakarta: Penerbit Gunung Agung.
- , 2009. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta. PT.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Bandung.
- Sunyoto, Danang.(2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta: CAPS
- Syahyuti. 2010. *Defenisi, Variabel, Indikator dan Pengukuran dalam Ilmu Sosial*, Bina Rena Pariwara
- Veithzal Rivai, 2004, “*Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk. Perusahaan, Cetakan Pertama*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Veithzal, dan Ella Jauvani Sagala, 2009. *Manajemen Sumber Daya. Manusia Untuk Perusahaan*. PT. Rajawali Press, Jakarta.