

HUBUNGAN INSENTIF PENJUALAN DENGAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PENJUALAN PADA ROLYA MOTOR DI BANDAR LAMPUNG

Fahrizi⁽¹⁾

*Fakultas Ekonomi Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai
Fahrizi@fe.saburai.ac.id*

Abstrak. Rolya Motor merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Pemasaran sepeda motor Yamaha dan sekaligus sub dealer sepeda motor Yamaha di Bandar Lampung. Pada tahun 1979 perusahaan ini terus mengalami kemajuan yaitu dengan adanya dukungan keadaan perekonomian yang mantap, maka Rolya Motor terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan bagian penjualan pada Rolya Motor di Bandar Lampung. Adapun objek penelitiannya adalah karyawan bagian penjualan pada Rolya Motor Bandar Lampung yang berjumlah 15 orang. Hasil perhitungan yang menyatakan hubungan antara insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan diperoleh $r_{ho} = 0,92$. Pengujian hipotesis tentang keterkaitan dari koefisien korelasi tata jenjang spearman yang menghasilkan t hitung sebesar 25,23. Pada taraf signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ diperoleh dari t tabel sebesar 1,753. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan, dimana jika insentif penjualan meningkat maka produktivitas kerja karyawan akan meningkat demikian sebaliknya. Oleh sebab itu bahwa hipotesis dapat diterima.

Kata kunci: Insentif, Karyawan, Penjualan, Produktivitas.

PENDAHULUAN

Beranjak dari semakin terpuruknya perekonomian Indonesia pada saat ini, masyarakat juga dihadapi dengan era globalisasi yang menuju kearah pasar bebas. Tentunya dalam keadaan siap maupun tidak siap masyarakat akan menghadapinya. Dalam menyongsong era tersebut tentunya sumber daya manusia sangat memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu setiap perusahaan baik industri maupun jasa harus mempersiapkan sumber daya manusia yang profesional handal serta mampu bersaing dengan karyawan perusahaan lainnya baik dari dalam maupun luar negeri. Hal itu harus didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai seperti pemanfaatan teknologi, modal dan tak kalah penting adalah sumber daya manusia yang ada sangat memegang peranan yang sangat penting sehingga

tercapainya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Karyawan yang sering menjadi ujung tombak dalam maju mundurnya suatu perusahaan bahkan menjadi simbol dari bonafit atau tidaknya suatu perusahaan. Dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, tentunya karyawan haruslah dibimbing dan diarahkan agar mempunyai loyalitas yang tinggi mempunyai semangat kerja dan sebagainya. Pemimpin harus memberikan motivasi kepada karyawannya agar produktivitas kerja mereka meningkat demi tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini disebabkan keinginan atau kepuasan karyawan berbeda satu dengan yang lainnya. Memotivasi karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan giat dan tekun terkadang perlu juga dengan bentuk yang lain seperti penghargaan, rasa aman dan sebagainya cara demikianlah disebut dengan insentif.

Menurut Malayu S.P. Hasibuan (2003), mengemukakan motivasi dibagi menjadi dua jenis yaitu motivasi positif. Yaitu dorongan yang bersifat positif, artinya jika pegawai menghasilkan prestasi diatas standar maka pegawai atau karyawan tersebut akan diberikan insentif, penghargaan, perhatian yang lurus. Motivasi negatif artinya mendorong bawahan dengan ancaman, hukuman yaitu jika prestasinya kurang dari prestasi standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pengaturan pemberian insentif harus dikaitkan secara erat dengan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Pemberian insentif didasarkan pada kemampuan suatu perusahaan untuk menjual. Salah satu perusahaan yang menyadari akan pentingnya pemberian insentif adalah Rolya Motor yang beralamat di Jalan Kartini Bandar Lampung. Perusahaan ini bergerak dalam bidang penjualan kendaraan bermotor roda dua mereka Yamaha dan suku cadang asli Yamaha.

Jumlah karyawan seluruhnya pada Rolya Motor sebanyak 43 orang. Penulisan ini hanya meneliti karyawan bagian penjualan karena insentif penjualan hanya diberikan kepada karyawan bagian penjualan saja. Sedangkan jumlah karyawan bagian penjualan sebanyak 15 orang. Sebelum mereka menjalani tugas sebagai karyawan bagian penjualan, perusahaan melakukan training agar mereka termotivasi dan menguasai bidang pekerjaan.

Target penjualan yang ditetapkan perusahaan untuk karyawan bagian penjualan adalah 3 unit / bulan / karyawan sedangkan target perusahaan untuk keseluruhan sebanyak 60 unit / bulan. Rolya Motor merupakan perusahaan pendistribusi / dealer, maka sasaran yang hendak dicapai adalah volume penjualan yang tinggi, untuk itu dibutuhkan karyawan yang mempunyai kemampuan dan motivasi yang tinggi pula. Agar produktivitas kerja

karyawan dapat meningkat salah satu cara adalah melalui pemberian insentif yang sesuai dengan jasa yang diberikan pada perusahaan. Jumlah insentif yang diberikan oleh perusahaan besarnya selalu berfluktuasi sesuai dengan volume penjualan yang dicapai oleh karyawan bagian penjualan tersebut. Salah satu ukuran keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuannya dalam mencapai tingkat penjualan yang telah ditetapkan.

Untuk dapat mencapai volume penjualan, karyawan penjualan harus memiliki Produktivitas kerja yang tinggi agar setiap target yang ditetapkan dapat terealisasi. Produktivitas kerja karyawan bagian penjualan dapat dipacu dengan pemberian insentif yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Perusahaan dapat dikatakan berhasil jika perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan karyawannya sehingga produktivitas kerja karyawan dapat berpengaruh pada prestasi kerjanya yang tercermin dari tingkat penjualan yang dapat dicapai perbulan. Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul: **“Hubungan Insentif Penjualan Dengan Produktivitas Kerja Karyawan Penjualan Pada Rolya Motor di Bandar Lampung”**.

KAJIAN TEORI

Pengertian Manajemen

Apabila mendengar tentang manajemen maka kebanyakan orang menganggap bahwa manajemen itu berbeda dengan pekerjaan. Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Menurut Alex S. Nitisemito (2002), manajemen adalah ilmu

dan seni untuk mencapai tujuan melalui orang lain.

Sedangkan definisi manajemen menurut M. Manulang (2004) Manajemen suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan yang ditentukan untuk menentukan sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lainnya.

Dari ketiga pengertian tersebut diatas maka pengertian manajemen menurut Manullang (2004), dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Manajemen merupakan suatu seni dan ilmu pengetahuan untuk melaksanakan tindakan-tindakan guna mencapai tujuan yang ditetapkan.
2. Manajemen merupakan suatu proses kegiatan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan sumber tenaga manusia.
3. Manajemen merupakan tujuan yang dipakai melalui tindakan-tindakan planning, organizing, staffing, controlling, yang disebut sebagai fungsi manajemen.
4. Manajemen suatu kelompok yang melakukan suatu kegiatan-kegiatan manajemen.

Manajemen sebagai fungsi yang dilaksanakan oleh manajer sangat berhubungan dengan usaha orang-orang untuk mencapai sasaran tertentu dengan jalan menggunakan sumber-sumber yang tersedia sebaik mungkin.

Insentif Penjualan

Insentif pada hakekatnya merupakan perangsang yang sifatnya memberikan sesuatu untuk membimbing karyawan kearah yang dikendalikan perusahaan. Insentif juga dihubungkan dengan balas jasa atau hasil kerja yang telah ditetapkan

dan disetujui bersama. Dalam sistem pengupahan insentif perlu ditetapkan sifat dasar dari pemberian insentif agar supaya perusahaan di satu pihak tidak merasa dirugikan sedangkan para karyawannya merasa puas.

Adapun sifat dasar dari pemberian insentif menurut Susilo Martoyo (2001), adalah sebagai berikut :

1. Pembayarannya agar diupayakan cukup sederhana, sehingga mudah di mengerti dan dihitung oleh karyawan yang bersangkutan.
2. Upah insentif yang diterima benar-benar dapat menaikkan semangat kerja mereka sehingga output dan efisien kerjanya cukup meningkat.
3. Pelaksanaan insentif hendaknya cukup cepat, sehingga karyawan lebih cepat berprestasi.
4. Penentuan standar kerja secermat mungkin dalam arti tidak terlalu tinggi sehingga terjangkau oleh karyawan.
5. Besarnya upah minimal dan standar kerja perjam hendaknya cukup merangsang pekerja untuk lebih giat.

Menurut Alex S. Nitisemito (2004) insentif adalah tambahan penghasilan yang diberikan secara langsung kepada karyawan yang menunjukkan kelebihan prestasi kerja.

Karyawan Penjualan

Tujuan dari setiap perusahaan adalah meningkatkan penjualan yang pada umumnya laba, dengan menawarkan kebutuhan yang dapat memuaskan konsumen. Personal selling merupakan salah satu metode promosi untuk mencapai maksud tersebut. Menurut Basu Swastha DH (2005), bahwa personal selling adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, dan mempertahankan hubungan pertukaran

yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Adapun persyaratan untuk menjadi seorang penjual yang baik menurut Sotar Baduara S dan Sabar Martin Sirait (2011) adalah sebagai berikut :

1. Keberanian
2. Kemauan kerja keras
3. Kesehatan fisik
4. Pengetahuan tentang barang yang dijual
5. Kepercayaan terhadap barang yang dijual
6. Kecocokan apa yang di jual dengan seorang pembeli
7. Penentuan nilai
8. Pengetahuan tentang calon pembeli
9. Kemampuan untuk membuka pikiran pembeli
10. Gigih dan ulet
11. Kebiasaan memberi lebih dari apa yang diterima sebagai imbalan.

Dari definisi tersebut diatas dapat dikatakan bahwa personal selling merupakan komunikasi orang secara individu, oleh karena itu personal selling lebih mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen.

Produktivitas Kerja

Produktivitas kerja adalah suatu pekerjaan yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesanggupan. Prestasi ini merupakan gabungan dari ketiga faktor penting yaitu kemampuan dan minat seseorang pekerja, kemampuan dan penerimaan atas tugas dan peran serta tingkat motivasi seorang pekerja. Manajemen personalia dan produktivitas kerja karyawan penjualan sangat erat hubungannya dimana manajemen personalia merupakan ilmu pengetahuan dan seni untuk memperoleh tenaga kerja

dan memajukan tenaga kerja sehingga tujuan dari perusahaan dapat terealisasi secara daya guna sekaligus dengan adanya manajemen personalia dapat memotivasi atau kegairahan kerja karyawan penjualan pada Rolya Motor dapat dijalankan dengan baik dan efektif. Hal itu tidak terlepas dari pemberian balas jasa serta pengawasan berbagai hal dari pendayagunaan pegawai.

Menurut Agus Dharma (2005), produktivitas kerja adalah sesuatu yang dikerjakan atau produk/jasa yang dihasilkan atau diberikan seseorang atau sekelompok orang. Sedangkan menurut pendapat Malayu SP Hasibuan (2003), mengemukakan bahwa produktivitas kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang di dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan pengalaman dan kesungguhan.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian adalah karyawan pada bagian penjualan pada Rolya Motor yang beralamat di Jalan Kartini No. 62 di Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai bulan Agustus 2019.

Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung tanpa perantara orang atau lembaga lain sebagai pihak ketiga. Data primer ini diperoleh dengan wawancara melalui responden dengan menggunakan daftar pertanyaan dalam hal ini pendapat

langsung karyawan bagian penjualan pada Rolya Motor di Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh melalui orang lain yang berhubungan dengan permasalahan yang dipecahkan. Data sekunder ini diperoleh melalui cara studi dokumenter yaitu mengumpulkan dan mempelajari brosur-brosur serta dokumen-dokumen, catatan-catatan dan arsip perusahaan.

Untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini maka teknik-teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi
Yaitu melakukan penelitian dengan pengamatan langsung dengan cara mendekati objek yang akan diteliti.
2. Wawancara
Yaitu melakukan wawancara secara langsung kepada karyawan bagian penjualan pada Rolya Motor di Bandar Lampung.
3. Angket
Yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan dengan karyawan bagian penjualan yang bekerja pada Rolya Motor Bandar Lampung.
4. Telaah Dokumentasi dan Kepustakaan
Telaah ini yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengkaji buku-buku bacaan, dokumen-dokumen, peraturan-peraturan dan ketentuan undang-undang serta kebijaksanaan-kebijaksanaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Sampel dan Populasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan pengambilan responden secara keseluruhan atau populasi. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian penjualan pada Rolya Motor di Bandar Lampung sebanyak 15 orang, kemudian menurut S. Arikunto (2002) apabila objek penelitian lebih dari 100 maka lebih baik diambil 10 – 15% atau lebih untuk dijadikan sebagai sampel. Menurut data yang ada jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 15 orang.

Metode Analisis Data

Untuk pengolahan data dalam bentuk tabulasi hasil jawaban responden kemudian dilakukan analisis data melalui metode analisis secara kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis Kualitatif Yaitu menganalisa permasalahan yang ada dengan menggunakan pendekatan teoritis manajemen sumber daya manusia. Analisis Kuantitatif Yaitu menganalisis data dan menggunakan perhitungan-perhitungan untuk mengetahui seberapa besar hubungan insentif penjualan terhadap produktivitas kerja.

Untuk mengukut validitas kuisioner rumus yang digunakan adalah korelasi pearson yaitu *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$f\sqrt{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

$f\sqrt{xy}$ = Koefisien korelasi antara x dan y
 X^2 = Skor jawaban responden tentang insentif penjualan
 Y^2 = Skor jawaban responden tentang produktivitas kerja

Untuk menguji kevalidan alat ukur yang digunakan hasil r_{xy} dibandingkan dengan tabel r *product moment*. Bila hasil hitung r_{xy} lebih besar dari nilai korelasi pada tabel r *product moment* maka alat ukur yang digunakan dikatakan valid. Untuk mengukur bahwa alat pengumpul data dapat di percaya digunakan rumus Reliabilitas Spearman Brown, sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{2(r_{xy})}{(1 + r_{xy})}$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas
 r_{xy} = Nilai korelasi yang diperoleh

Untuk menguji maka dibandingkan antara r_{11} dengan nilai r pada tabel r *product moment*. Bila hasil perhitungan r_{11} lebih besar dari nilai pada tabel r *product moment* alat ukur dapat di percaya. Untuk mengetahui hubungan antara insentif dengan produktivitas kerja karyawan digunakan rumus Tata Jenjang Spearman sebagai berikut :

$$r_{ho} = \frac{1 - 6D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Keterangan :

r_{ho} = Koefisien korelasi tata jenjang
 D = Beda antara jenjang setiap variabel
 N = Banyaknya subjek.

Keberartian dari koefisien tata jenjang spearman diuji dengan menggunakan uji t – student yang kemudian dibandingkan dengan besaran t – tabel dengan perumusan sebagai berikut :

$$t_0 = r \sqrt{\frac{N - 2}{(1 - r^2)}}$$

Keterangan :

t_0 = Besarnya nilai t observasi
 r = Besarnya nilai koefisien korelasi
 N = Banyaknya subjek

Perhitungan diatas menggunakan derajat kebebasan (d.b) = $N - K$ pada nilai kepercayaan (95%). Apabila t hitung > t tabel maka H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kualitatif

Tenaga kerja merupakan unsur yang penting dalam suatu perusahaan karena tenaga kerja yang akan menjalankan kebijaksanaan-kebijaksanaan perusahaan. Sebagai perusahaan yang banyak berhubungan dengan konsumen, maka keberadaan karyawan penjualan merupakan suatu pusat kekuatan penjualan perusahaan yang harus diperhatikan dengan baik.

Perhatian perusahaan ini dapat diwujudkan dengan memberikan insentif kepada karyawan penjualan untuk merangsang mereka sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja yang tercermin melalui peningkatan volume penjualan sebagai indikasinya. Melalui hasil perhitungan diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan untuk berprestasi lebih baik.

Analisis Kuantitatif

Analisis keterandalan dilakukan untuk mengetahui keterandalan (validitas) dari daftar pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini sehingga dapat dikatakan layak atau dapat dipergunakan, untuk itu digunakan rumus Korelasi *Product Moment*. Hasil

perhitungan hubungan antara insentif penjualan dengan produktivitas kerja dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Korelasi antara Insentif Penjualan dengan Produktivitas Kerja.

No	Insentif (X)	Produktivitas (Y)	X ²	Y ²	XY	D	D ²
1	16	15	25	22	240	1	1
2	17	18	6	5	306	1	1
3	11	9	28	32	99	2	4
4	10	11	9	4	110	1	1
5	10	11	12	81	110	1	1
6	14	12	1	12	168	2	4
7	11	13	10	1	143	2	4
8	11	8	0	12	88	3	9
9	18	16	10	1	288	2	4
10	21	19	0	14	399	2	4
11	9	11	19	4	99	2	4
12	20	19	6	16	360	1	1
13	8	8	12	9	64	0	0
14	8	10	1	64	80	2	4
15	7	9	12	25	63	2	4

Tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai koefisien cukup tinggi dan positif. Nilai r pada taraf signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ dan $N = 15$ adalah sebesar 0,514. Hasil nilai r dari hasil perhitungan lebih besar dari nilai r tabel, maka dapat dikatakan bahwa angket dari setiap item yang diajukan adalah berkorelasi cukup tinggi dan dapat diandalkan.

Untuk mengukur bahwa alat pengumpul data cukup dapat dipercaya dilakukan uji reliabilitas. Hasil tingkat reliabilitas adalah $r_{11} = 0,99$. Ini berarti tingkat reliabilitasnya cukup tinggi dan bernilai positif. Pada taraf signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ dan $N = 15$ adalah sebesar 0,514. Hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa hasilnya lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa angket pada setiap items yang dikemukakan dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk mengenal

tingkat reliabilitasnya. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara insentif dengan produktivitas kerja karyawan penjualan.

Untuk mengukur besarnya hubungan antara variabel yang mempengaruhi (X) dengan variabel yang dipengaruhi (Y) dalam suatu korelasi adalah dengan menguadratkan nilai koefisien korelasinya. Berdasarkan pendapat ini, maka besarnya hubungan insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan adalah $r_{ho} = (0,92)^2 = 0,85$ atau 86%, hasil dari perhitungan ini, menghasilkan nilai 0,85. Nilai ini berarti bahwa besarnya hubungan insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan adalah 85%. Sedangkan sisanya 15% dipengaruhi oleh pengakuan, suasana kerja, kebanggaan dan lainnya.

Selanjutnya dalam menguji keberanian dari koefisien korelasi tata jenjang Spearman. Pada taraf kepercayaan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ diketahui nilai t_{tabel} adalah 1,753. Besarnya ketentuan bahwa jika hasil t hitung lebih besar dari t_{tabel} , maka hipotesis (H_0) ditolak. Hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada taraf signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$, maka hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan ditolak atau tidak dapat diterima. Ini berarti bahwa ada terdapat hubungan yang positif antara insentif penjualan terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan. Hubungan yang ada dinyatakan dengan r_{ho} yang sangat kuat dan nilainya positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa insentif

penjualan mempunyai hubungan yang positif terhadap produktivitas kerja karyawan penjualan pada Rolya Motor dapat diterima, karena $r_{ho} = 0,92$, koefisien korelasi tata jenjang spearman yang menghasilkan t_{hitung} sebesar 25,23 dan t_{tabel} sebesar 1,753. Dimana jika insentif penjualan meningkat maka produktivitas kerja karyawan akan meningkat demikian sebaliknya.

Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil kuisioner tentang insentif penjualan yang dijawab oleh 15 orang responden, sebanyak 9 orang (60%) menyatakan bahwa insentif penjualan yang diberikan rendah dalam arti kurang memuaskan. Untuk itu perusahaan perlu mengadakan evaluasi terhadap sistem insentif yang telah ditetapkan agar dapat keseimbangan antara kebutuhan karyawan dan perusahaan.
2. Perusahaan sebaiknya dapat memberikan insentif yang lebih besar dari insentif yang selama ini diberikan, karena dengan peningkatan insentif maka karyawan bagian penjualan akan meningkatkan produktivitas kerjanya dan terpacu semangatnya untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- Darma, Agus. 2005. *Manajemen Supervisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Effendi, Sofyan. 2007. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2003. *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- J., Ravianto. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Insan Cendika.
- Manullang, M. 2004. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nitisemito, Alex S. 2004. *Manajemen Suatu dasar dan Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ranupandojo, Herdirachman. 2004. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- R. G. Marta Saputra. 2006. *Kekerasan dan Hukum*. Yogyakarta: UII Press.
- Ranupandojo, Heidjrachman, 2004. *Manajemen Personalia*, Edisi Keempat, BPFE UGM, Jogjakarta.
- Sirait, Martini Sabar. 2004. *Manajemen Karyawan Hubungan dengan Penjualan*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Susilo, Martoyo. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swastha, Basu D.H. 2005. *Asas-asas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- Wahjosumidjo. 2003. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: BPFE UGM.