

**PENGARUH PEMBERIAN INSENTIF
TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN
(KASUS BAGIAN PEMASARAN CV. JADI CEMERLANG JAYA PEKANBARU)**

Oleh

Nur Mahalleli Septiana¹ & Kasmiruddin²

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

lelly_cullens@yahoo.com

Abstract: In this research problem is the low employee morale demonstrated by not achieving sales targets motorcycle Yamaha brand in CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru as well as high rates of employee turnover is part of marketing. Her little incentive and the incentive systems granted by the company to its employees as well as its concern for employees part of the marketing. The objective of this research is to determine the granting of incentives and employee morale as well as influence the granting of incentives to employee morale in the marketing section CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru. This study analyzes the data by using a quantitative descriptive analysis and to answer the hypotheses have been proposed is carried out using statistical analysis of simple linear regression. The research concluded that the granting of incentives and employee morale as a whole are equally rated pretty well. Based on the results of data analysis through statistical analysis, it can be noted that the independent variable (incentive) to have a strong relationship to the dependent variable (morale). The independent variable (incentive) gives a positive and significant influence on the dependent variable (morale), so when the incentive is increased it will cause an increase of employee morale.

Key words: incentives, employee morale, cv. jadi cemerlang jaya pekanbaru

P E N D A H U L U A N

1. Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya yang paling menentukan sukses tidaknya suatu organisasi. Berbeda dengan sumber daya organisasi lainnya, sumber daya manusia merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap faktor produksi yang lain seperti mesin, modal, material, dan metode. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mengelola sumber daya manusia yang dimiliki dengan baik demi kelangsungan hidup dan kemajuan organisasi.

Salah satu faktor yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan semangat kerja adalah pemberian insentif dari organisasi. Adanya pemberian insentif pada karyawan akan membuat karyawan merasa tenang dan termotivasi serta bergairah dalam mencapai dan menjalankan tugasnya, yang akhirnya dapat memperbesar tingkat produktivitas.

Pada prinsipnya pemberian insentif menguntungkan kedua belah pihak. Perusahaan mengharapkan adanya kekuatan atau semangat yang timbul dalam diri penerima insentif yang mendorong mereka untuk bekerja dengan lebih baik dalam arti lebih produktif agar tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan/instansi dapat terpenuhi sedangkan bagi karyawan sebagai salah satu alat pemuas kebutuhannya.

CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli kendaraan roda dua baik secara tunai maupun kredit sesuai dengan permintaan pembeli CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru mendapatkan barang dari YMKI (Yamaha Motor Kencana Indonesia) yang berpusat di Jakarta, kemudian CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru memasarkan produk-produk YMKI di Pekanbaru, setelah itu barulah dapat dibeli oleh konsumen.

Sistem insentif yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan bagian pemasaran adalah berdasarkan banyaknya penjualan karyawan bagian pemasaran yang dikalikan dengan besar insentif untuk tiap unit sepeda motor yang dapat mereka jual selama sebulan. Besarnya insentif untuk tiap unit sepeda motor di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru berkisar antara Rp. 100.000,- sampai dengan Rp. 150.000,- tergantung dari unit sepeda motor yang dijual. Salesman di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru tidak mendapatkan gaji pokok, melainkan hanya mendapatkan uang makan sebesar Rp.18.000/perhari. Berbeda dengan sales counter yang mendapatkan gaji pokok.

Berdasarkan wawancara singkat penulis dengan salah seorang salesman, ia menyatakan bahwa uang makan yang mereka terima setiap harinya masih kecil jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis. Begitu juga dengan besaran insentif untuk tiap unitnya juga masih kecil. Padahal insentif adalah harapan mereka untuk dapat menambah penghasilan. Selain itu masalah target penjualan yang dirasa terlalu banyak, sementara mereka harus bersaing sesama karyawan dan juga karyawan leasing yang juga ikut memasarkan sepeda motor di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru. Dan kebanyakan dari karyawan bagian pemasaran banyak yang tidak dapat mencapai target penjualan.

Adapun target penjualan yang ditetapkan perusahaan untuk setiap karyawan bagian pemasaran perbulannya adalah sebanyak 10 unit. Jika target tidak tercapai, maka besaran hitungan insentif untuk tiap unitnya tidak sebesar hitungan insentif yang telah disebutkan di atas.

Tidak tercapainya target penjualan dari karyawan bagian pemasaran berarti turunya turunya produktivitas kerja karyawan dan hal ini mengindikasikan turunya semangat kerja karyawan bagian pemasaran, dimana menurut **Moekijat (1994:190-191)** indikasi turunya semangat dan kegairahan kerja karyawan secara umum dapat berupa turunya produktivitas kerja, tingkat absensi yang tinggi, *labour turnover* yang tinggi, tingkat kerusakan yang tinggi, kegelisahan di mana-mana, tuntutan yang seringkali terjadi, dan adanya pemogokan yang dilakukan oleh karyawan.

Pada tabel berikut dapat dilihat target dan realisasi penjualan sepeda motor merek Yamaha di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru.

Tabel I.1
Target dan Realisasi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha
Di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

Tahun	Penjualan		
	Target	Realisasi	Persentase
2008	2500	2455	98,2%
2009	2500	2648	105,9%
2010	3000	2747	91,7%
2011	3000	3064	102,1%
2012	3500	3129	89,4%

Sumber : CV. Jadi Cemerlang Jaya, 2013

Pada tabel dapat dilihat target dan realisasi penjualan sepeda motor dari CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru dalam lima tahun terakhir. Target yang ditetapkan dalam lima tahun meningkat terakhir meningkat, sementara hal ini tidak diiringi oleh realisasi penjualan, dimana realisasi penjualan yang dapat mencapai bahkan melampaui target hanya pada tahun 2009 dan tahun 2011. Dan pada tahun 2012 persentase realisasi penjualan merupakan pencapaian yang terendah dalam lima tahun terakhir.

Selain indikasi turunnya produktivitas kerja karyawan yang ditunjukkan dengan tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan, tingginya tingkat *labour turn over* atau perputaran karyawan bagian pemasaran keluar masuk juga mengindikasikan turunnya semangat kerja karyawan. Pada tabel berikut dapat dilihat perputaran keluar masuknya karyawan bagian pemasaran pada CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru dalam lima tahun terakhir.

Tabel I.2
Perputaran Jumlah Karyawan Bagian Pemasaran
Di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

Tahun	Jumlah Karyawan Awal Tahun	Jumlah Karyawan		Jumlah Karyawan Akhir Tahun
		Masuk	Keluar	
2008	14	9	6	17
2009	17	6	5	18
2010	18	6	6	18
2011	18	3	5	16
2012	16	5	6	15

Sumber : CV. Jadi Cemerlang Jaya, 2013

Pada tabel dapat dilihat perputaran jumlah karyawan bagian pemasaran dalam lima tahun terakhir, dimana setiap tahunnya cukup banyak karyawan yang keluar dan masuk dari perusahaan atau dengan kata lain tingginya tingkat perputaran karyawan yang keluar dan masuk perusahaan. Berdasarkan informasi yang didapatkan, karyawan yang paling banyak keluar masuk adalah pada salesman, hal ini dikarenakan kecilnya insentif dan uang makan yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan penjelasan permasalahan di atas, dimana kecilnya insentif yang diberikan perusahaan kepada karyawan bagian pemasaran dan rendahnya semangat kerja karyawan bagian pemasaran yang ditunjukkan dengan tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan dan tingginya tingkat perputaran karyawan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Semangat Kerja (Kasus Bagian Pemasaran di CV. Jadi Jaya Cemerlang Jaya)”.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : *“Bagaimanakah pengaruh pemberian insentif terhadap semangat kerja karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru ?*

3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pemberian insentif pada karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui semangat kerja karyawan bagian penjualan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pemberian insentif terhadap peningkatan semangat kerja karyawan bagian pemasaran sepeda motor merek Yamaha pada pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru.

4. Konsep Teori

a. Insentif

Hasibuan (2001:117) mengemukakan bahwa insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar (melebihi kriteria karyawan teladan yang telah ditetapkan dinas). Insentif ini merupakan alat yang dipergunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi.

Menurut Nawawi (2003 : 338-339), penetapan dan pemberian kompensasi total yang meliputi gaji/upah dan insentif harus dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek sebagai berikut :

- Aspek Ketepatannya

Penyediaan pembiayaan (*cost*) harus diupayakan tepat waktu dan tepat sasarannya. Sasaran pertama adalah diberikan pada pekerja yang tepat, terutama pada yang berprestasi, sehingga berusaha mempertahankannya dengan memberikan kontribusi kerja yang terbaik bagi organisasi/perusahaan. Sasaran yang kedua adalah untuk kegiatan yang tepat, dalam arti diberikan dalam bentuk yang relevan dan jika berupa uang dalam jumlah memadai, guna mewujudkan keseluruhan atau salah satu aspek di dalam keamanan/jaminan dan kepuasan kerja.

- Aspek Kelayakan/Keadilan

Aspek ini dimaksudkan dalam pemberian kompensasi apabila dalam bentuk barang atau uang harus memadai dalam arti dirasa cukup berharga. Aspek ini berkenaan juga dengan rasa keadilan, baik dari penerima maupun perbandingan jumlah yang diterima. Dari segi penerima dapat dibedakan antara kompensasi yang diberikan sebagai pemerataan yakni untuk semua pekerja, tanpa atau dengan membedakan penerima menurut jabatan/posisi atau kepangkatan masing-masing yang berbeda satu dengan yang lainnya. Keadilan kompensasi harus dibedakan pula menurut prestasi kerja atau jasa masing-masing dalam memberikan kontribusi pencapaian tujuan organisasi/perusahaan.

- Aspek Pembiayaan (*Cost*) yang Terkontrol dan Terkendali

Kompensasi bukan saja harus sesuai dengan kemampuan organisasi/perusahaan dalam menyediakan pembiayaannya, tetapi juga harus terkontrol dan seimbang. Dengan demikian berarti meskipun keuntungan perusahaan cukup besar, tidak harus dibayar secara berlebih-lebihan, sehingga berakibat kehilangan fungsinya dalam memotivasi prestasi dan persaingan.

b. Semangat Kerja

Menurut **Nitisemito (1996:62)** semangat dan kegairahan kerja dapat diartikan dalam dua kelompok yaitu semangat kerja adalah melakukan kerja secara lebih giat, sehingga dengan demikian pekerjaan akan dapat diharapkan lebih cepat dan lebih baik, sedangkan kegairahan kerja adalah kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Kemudian menurut **Moekijat (1994:89)** pengertian semangat dan kegairahan kerja adalah kemampuan sekelompok orang untuk bekerja sama dengan giat didalam mencapai tujuan yang bersama.

Menurut **Anoraga dan Suyati (1995:76)** semangat kerja dapat diukur melalui indikator-indikator kerjasama, disiplin kerja dan kegairahan kerja.

1. Kerjasama

Dalam melaksanakan suatu pekerjaan, kerjasama sangat dibutuhkan agar pekerjaan yang dilakukan dapat terselesaikan dengan baik dan lebih cepat. Menurut **Anoraga dan Suyati (1995:76)**, kerjasama berarti bekerja bersama-sama ke arah tujuan yang sama. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa orang-orang yang bekerja mempunyai maksud yaitu untuk mencapai tujuan yang sama dengan bekerja bersama-sama.

Anoraga dan Suyati (1995:76) menjelaskan bahwa di dalam suatu perusahaan kerjasama dapat dilihat dari :

- a. Kesiediaan para karyawan untuk bekerjasama dengan teman-teman sekerja maupun dengan atasan mereka yang berdasarkan untuk mencapai tujuan bersama.
- b. Kesiediaan untuk saling membantu diantara teman-teman sekerja sehubungan dengan tugasnya.

2. Disiplin Kerja

Nitisemito (1992:199) menyatakan bahwa disiplin kerja adalah suatu sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari perusahaan baik tertulis maupun tidak tertulis.

Menurut **Simamora (2004:610)**, disiplin kerja merupakan bentuk pengendalian diri karyawan dan pelaksanaan yang teratur dan menunjukkan tingkat kesungguhan tim kerja di dalam sebuah organisasi.

Menurut **Siswanto (1997:278)**, disiplin kerja adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis serta sanggup menjalankannya dan tidak mengeluh untuk menerima sanksinya apabila dia melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya.

Pada intinya, kedisiplinan dalam bekerja dapat dicapai apabila semua peraturan yang ditegakkan oleh perusahaan ditaati oleh seluruh karyawan. **Anoraga dan Suyati (1995:77)** mengemukakan beberapa hal untuk mengukur disiplin kerja yang baik, yaitu :

- Kepatuhan karyawan pada jam-jam kerja
- Kepatuhan karyawan pada perintah atasan serta taat pada peraturan dan tata tertib yang berlaku.
- Penggunaan dan pemeliharaan bahan-bahan atau alat-alat perlengkapan kantor dengan hati-hati.
- Bekerja dengan mengikuti cara-cara yang ditentukan perusahaan.

3. Kegairahan Kerja

Kegairahan kerja diperlihatkan oleh karyawan dalam melakukan pekerjaan atau kesenangan yang mendalam dalam melaksanakan pekerjaan (**Anoraga dan Sayuti, 1995:77**). Semangat kerja karyawan dapat diukur melalui kegairahan kerja, karena kegairahan kerja mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap semangat kerja.

Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh **Nitisemito (1992:160)** bahwa kegairahan kerja adalah kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan. Meskipun semangat kerja tidak mesti disebabkan oleh kegairahan kerja, tetapi kegairahan kerja mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap semangat kerja.

Kegairahan kerja memperlihatkan seorang karyawan dalam melakukan pekerjaan dengan senang hati, tidak mengeluh, kerja dengan puas dan saling membantu. Jadi kegairahan kerja mempunyai hubungan yang kuat dengan kelangsungan hidup organisasi. Kegairahan kerja berhubungan dengan pekerjaan, produktifitas dan akhirnya mencakup pencapaian tujuan organisasi.

5. Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : *“Pemberian insentif berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru”*.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada CV. Jadi Cemerlang Jaya yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No. 35 Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru.

2. Populasi dan Sampel

Di dalam menentukan populasi dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh karyawan bagian pemasaran pada CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru yang berjumlah 15 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus yaitu digunakannya semua populasi menjadi sampel. Adapun alasan peneliti menggunakan metode sensus hal ini dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian relatif kecil kurang dari 100 orang yaitu 15 orang.

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data, yaitu data primer yang merupakan data informasi yang diperoleh langsung dari karyawan bagian pemasaran pada CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru melalui kuesioner yang di berikan oleh peneliti. Selanjutnya data sekunder yang merupakan Data yang sudah tersedia pada CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru yang diperoleh melalui pimpinan yang berhubungan dengan masalah yang penulis teliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara kuisisioner dan wawancara.

5. Analisis Data

Data yang diperoleh dilapangan, akan disusun dan disajikan dalam bentuk tabel serta dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan dilakukan analisis statistik dengan mengaplikasikan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemberian Insentif Pada Karyawan Bagian Pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

Pada tabel berikut dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden terhadap pemberian insentif karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru.

Tabel III.8
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pemberian Insentif
Pada Karyawan Bagian Pemasaran Di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

No	Indikator	Tanggapan Responden					Skor	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
1	Aspek Ketepatan	11	9	10	-	-	121	Baik
2	Aspek Kelayakan / Keadilan	-	6	7	10	7	72	Kurang Baik
3	Aspek Pembiayaan (Cost) yang Terkontrol dan Seimbang	-	3	4	23	-	70	Kurang Baik
Total Skor = 263								
Kriteria Penilaian Cukup Baik								

Sumber : Data Olahan, 2013

Pada tabel, dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden terhadap pemberian insentif yang meliputi aspek ketepatan, aspek kelayakan/keadilan dan aspek pembiayaan yang terkontrol dan seimbang, dimana hasilnya adalah cukup baik. Masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan dalam pelaksanaan pemberian insentif karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru. Ketepatan sasaran dari pemberian insentif dirasa responden belum begitu baik. Insentif yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan bagian pemasaran dirasa masih belum cukup dan keadilan dalam pemberian insentif yang berdasarkan prestasi kerja karyawan masih kurang. Selain itu, perusahaan dirasa masih mampu dan bisa untuk memberikan besaran insentif yang lebih lagi dari besaran insentif yang sekarang dan ketentuan pemberian insentif yang dibuat oleh perusahaan belumlah menguntungkan karyawan bagian pemasaran. Hal ini tentu saja dapat membuat semangat kerja karyawan bagian pemasaran turun, sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan tidak tercapai.

2. Semangat Kerja Karyawan Bagian Pemasaran Di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

Pada tabel berikut dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden terhadap semangat kerja karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru.

Tabel III.12
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Semangat Kerja
Karyawan Bagian Pemasaran Di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
1	Kerjasama	-	14	17	14	-	135	Cukup Baik
2	Disiplin Kerja	7	24	14	-	-	173	Baik
3	Kegairahan Kerja	-	10	15	20	-	125	Cukup Baik
Total Skor = 433								
Kriteria Penilaian Cukup Baik								

Sumber : Data Olahan, 2013

Pada tabel, dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden terhadap semangat kerja karyawan bagian pemasaran di CV. Cemerlang Jadi Jaya Pekanbaru yang meliputi kerjasama, disiplin kerja dan kegairahan kerja, dimana hasilnya adalah cukup baik atau dengan kata lain semangat kerja karyawan belum begitu baik.

Belum begitu baiknya semangat kerja karyawan bagian pemasaran ini ditunjukkan dengan kurang baiknya kesediaan karyawan dalam bekerjasama dan saling membantu antar sesama karyawan, kurang disiplinnya karyawan dalam bekerja yaitu bekerja diluar cara-cara yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan perasaan dan sikap karyawan dalam bekerja yang masih kurang baik, dimana karyawan bekerja karena terpaksa dan sering mengeluh serta sikap karyawan yang tidak mau tahu terhadap permasalahan karyawan lain yang sebenarnya membutuhkan bantuan.

3. Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Semangat Kerja Karyawan Bagian Pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru

a. Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis korelasi yang diperoleh melalui program SPSS, nilai R didapat sebesar 0,769. Hal ini berarti variabel bebas yaitu insentif (X) mempunyai hubungan yang kuat terhadap variabel terikat yaitu semangat kerja (Y).

Kemudian nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,591, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (insentif) tersebut memberikan sumbangan sebesar 59,1% terhadap variabel terikat (semangat kerja). Sedangkan sisanya sebesar 40,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji t

Dari hasil analisis perhitungan dengan program SPSS, maka ditemukan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,501 + 1,504 X$$

Dari persamaan regresi di atas menunjukkan koefisien regresi yang diperoleh dari hasil program SPSS hasilnya positif, ini berarti apabila variabel bebas yaitu insentif ditingkatkan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap variabel terikat yaitu semangat kerja.

Dari tabel dapat dilihat nilai t hitung sebesar 4,331 dengan signifikasni 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n - 2 = 15 - 2 = 13$. Hasil yang diperoleh untuk t tabel adalah sebesar 1,771. Jadi t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel, yaitu : $4,331 > 1,771$.

Dengan hasil t hitung lebih besar dari t tabel, ini berarti bahwa pemberian insentif berpengaruh terhadap semangat kerja karyawan bagian pemasaran dan berarti juga bahwa H_0 ditolak H_a diterima sehingga hipotesis "*Pemberian insentif berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru*", dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pemberian insentif kepada karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru yang meliputi aspek ketepatan, aspek kelayakan/keadilan dan aspek pembiayaan yang terkontrol dan seimbang, dimana hasilnya adalah cukup baik. Masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan dalam pelaksanaan pemberian insentif karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru. Ketepatan sasaran dari pemberian insentif dirasa responden belum begitu baik. Insentif yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan bagian pemasaran dirasa masih belum cukup dan keadilan dalam pemberian insentif yang berdasarkan prestasi kerja karyawan masih kurang. Selain itu, perusahaan dirasa masih mampu dan bisa untuk memberikan besaran insentif yang lebih lagi dari besaran insentif yang sekarang dan ketentuan pemberian insentif yang dibuat oleh perusahaan belumlah menguntungkan karyawan bagian pemasaran.
- b. Semangat kerja karyawan bagian pemasaran di CV. Jadi Cemerlang Jaya Pekanbaru yang meliputi kerjasama, disiplin kerja dan kegairahan kerja, dimana hasilnya adalah cukup baik atau dengan kata lain semangat kerja karyawan belum begitu baik. Belum begitu baiknya semangat kerja karyawan bagian pemasaran ini ditunjukkan dengan kurang baiknya

kesediaan karyawan dalam bekerjasama dan saling membantu antar sesama karyawan, kurang disiplinnya karyawan dalam bekerja yaitu bekerja diluar cara-cara yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan perasaan dan sikap karyawan dalam bekerja yang masih kurang baik, dimana karyawan bekerja karena terpaksa dan sering mengeluh serta sikap karyawan yang tidak mau tahu terhadap permasalahan karyawan lain yang sebenarnya membutuhkan bantuan.

- c. Hasil analisis data melalui program SPSS, diketahui bahwa variabel independen (insentif) mempunyai hubungan yang kuat terhadap variabel dependen (semangat kerja). Insentif memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap semangat kerja karyawan, sehingga apabila insentif ditingkatkan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap semangat kerja karyawan.

2. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

- a. CV. Jadi Cemerlang Jaya sebaiknya meningkatkan dan merubah sistem pemberian insentif kepada karyawan bagian pemasarannya. Perubahan sistem ini dapat dilakukan dengan menambahkan insentif pencapaian target per tiga bulan dan per enam bulan, sehingga jika karyawan bagian pemasaran tidak dapat mencapai target penjualan perbulan mereka, mereka masih bersemangat bekerja untuk mencapai target pertiga bulan dan per enam bulan yang ditetapkan oleh perusahaan.
- b. Sehubungan dengan semangat kerja karyawan bagian penjualan, yang sangat kurang dalam hal bekerja sama dan saling membantu antar sesama karyawan, pihak perusahaan bisa saja membuat target penjualan sepeda motor secara tim, sehingga karyawan tidak hanya memikirkan diri masing-masing. Selain itu juga guna mempererat rasa kebersamaan antar sesama rekan sekerja, tida ada salahnya pihak perusahaan mengadakan acara refreshing seluruh karyawan seperti gathering ataupun outbond.

Daftar Pustaka

- Anwar P. Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Gibso, Invansevich dan Donelly, *Organisasi Perilaku Struktur dan Proses* (ahli bahasa : Nunuk Adiarni), Jakarta : Binarupa Aksara, 2001.
- Gusnalia Fitria Susi, *Analisa Pelaksanaan Pemberian Motivasi dalam Meningkatkan Semangat Kerja Karyawan*, Universitas Negeri Riau: 2013, Jurnal Pendidikan Ilmu Administrasi Bisnis, hal. 2
- Griffin, W. Ricky, *Manajemen*, Edisi 7, Jakarta: Erlangga,2004.
- Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2008
- Hariandja, Marihot Tua Efendi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Grasindo,2007.

- Heidjrachman dan Suad Husnan, *Manajemen Personalia*, Jilid 2, Edisi Ke-3, Yogyakarta: BPFE, 1995.
- Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi revisi. Jakarta : Bumi Aksara, 2003.
- Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Gramedia, 2002.
- J. Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid 2, Edisi Ke-5, Jakarta: Erlangga, 1993.
- Manullang, M., *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996
- , *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: BPFE, 2001.
- Ghalia Nitisemito, *Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991.
- Sarwoto, *Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991.
- Anoraga, Panji dan Sri Suryati, 2005. *Perilaku Keorganisasian*, PT. Pustaka Jaya, Jakarta.
- Rivai, Veithzal, 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Dari Teori ke Praktik*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Simamora, Henry, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Ketiga*, Bagian Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta
- Werther Jr, William B, Keith Davis. 1993. *Managing Personalia*. United States of Amerika : Mc Graw Hill Book Co.