

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini persaingan antara perusahaan di Indonesia semakin tajam. Hal ini mendorong perusahaan bersaing melakukan penjualan terutama antar perusahaan yang menghasilkan produk sama atau sejenis dalam merebut pasar. Persoalan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi tersebut. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga, kualitas produk, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang dan mendapatkan laba.

Tujuan perseorangan dalam setiap perusahaan berpengaruh dalam menentukan tercapai tidaknya hasil-hasil yang diinginkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika tujuan-tujuan perseorangan dalam suatu perusahaan mendapat perhatian yang tepat atau perhatian yang sepantasnya, maka semakin terarah dan efektif kegiatan perseorangan itu untuk merealisasikan apa yang menjadi tujuan dari perusahaan tersebut. Karena itulah setiap pemimpin yang menyadari akan tanggung jawabnya harus pula menyadari kenyataan ini, hal ini disebabkan karena berhasil

tidaknya ia mencapai hasil melalui bawahan-bawahannya tergantung juga pada besar kecilnya perhatian yang diberikannya untuk merealisasikan kebutuhan-kebutuhan bawahannya.

Upaya pemberian pendapatan insentif merupakan salah satu cara yang mendukung agar pekerja merasakan imbalan atas apa yang telah selama ini mereka kerjakan dan perusahaan selalu berusaha untuk membina kesejahteraan karyawan sesuai dengan perkembangan yang berlaku umum dalam batas-batas yang dimilikinya. Pemberian ini pun untuk meningkatkan motivasi kerja *sales* untuk tetap berprestasi tinggi dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif.

Pemberian insentif diberikan sejak tahun 2009. Hal ini dimaksudkan untuk merangsang pekerja agar dapat dan bisa mendistribusikan/memasarkan produk lebih banyak, sehingga mereka memperoleh lebih banyak imbalan/upah diluar gaji pokok.

Adapun data penjualan produk-produk pada CV. Sarang Lebah adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**CV.SARANG LEBAH PALEMBANG**

**LAPORAN PENJUALAN**

**TAHUN 2009-2011**

NO	PRODUK	TAHUN		
		2009	2010	2011
1	ROKOK	Rp 290.410.000	Rp 186.472.000	Rp 266.196.000
2	SUSU	Rp 326.800.000	Rp 336.887.100	Rp 239.200.000
3	SHAMPO	Rp 251.311.000	Rp 189.393.600	Rp 329.414.600

Dilihat dari tabel penjualan produk dari tahun 2009 sampai 2011 terjadi peningkatan dan penurunan. Dari hasil penjualan produk tersebut, data insentif CV.Sarang Lebah adalah sebagai berikut :

**TABEL 1.2**  
**CV.SARANG LEBAH PALEMBANG**  
**DATA INSENTIF**  
**TAHUN 2009-2011**

NO	PRODUK	TAHUN		
		2009	2010	2011
1	ROKOK	Rp 2.631.115	Rp 1.711.191	Rp 2.457.876
2	SUSU	Rp 2.960.808	Rp 3.091.501	Rp 2.208.613
3	SHAMPO	Rp 2.276.878	Rp 1.738.002	Rp 3.041.595

Besar kecilnya pemberian insentif pada CV. Sarang Lebah tersebut tergantung dari hasil penjualan setiap tahun.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan diatas maka penulis membuat laporan praktek kerja lapangan dengan judul **“Pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan CV.Sarang Lebah Palembang.”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan judul yang diambil, maka masalah yang akan dibahas dalam laporan ini yaitu : “Bagaimana Pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan CV.Sarang Lebah Palembang?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak keluar dari permasalahan pokoknya, maka penulis membatasi hanya untuk mengetahui Pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan pada CV.Sarang Lebah tahun 2009 sampai dengan 2011.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dari penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan CV.Sarang Lebah.

#### **1.4.2 Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Penulis**

Menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Insentif terhadap Omset Penjualan.

##### **2. Bagi Akademik**

Sebagai referensi untuk tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

### **3. Bagi Peneliti Lain**

Sebagai masukan dan referensi bagi peneliti lain dalam mengembangkan wawasan khususnya mengenai insentif serta bagaimana pengaruhnya terhadap omzet penjualan.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yaitu di CV.Sarang Lebah Jalan Teratai II no.51 Seduduk Putih Palembang 30114.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Praktek Kerja Lapangan ini dilakukan dari tanggal 11 Oktober 2011 sampai dengan 9 Desember 2011. Pukul 14.00-17.00 WIB.

### **1.5.3 Jenis Data**

Jenis data yang penulis gunakan dalam penyusunan laporan ini adalah data sekunder. Menurut Wirartha (2006 : 35), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen, publikasi, artinya data sudah dalam bentuk jadi.

### **1.5.4 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Variabel bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Hasan (2008 : 227), Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang nilainya tidak bergantung pada variabel lainnya, biasanya disimbolkan dengan X. Adapun sebagai variabel independen dalam penelitian ini adalah insentif selama 3 tahun yaitu 2009-2011.

b) Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Hasan (2008 : 227) variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lainnya (variabel independen), biasanya disimbolkan dengan Y. Adapun sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah omzet penjualan selama 3 tahun yaitu 2009-2011.

### **1.5.5 Hipotesis Penelitian**

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah :

a) Hipotesis Operasional

Menurut Sarwono (2009 : 27), hipotesis operasional merupakan hipotesis yang bersifat objektif, artinya hipotesis penelitian yang dibuat belum tentu benar setelah diuji dengan menggunakan data yang ada.

Hipotesis yang digunakan adalah :

Ho: Insentif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap omzet penjualan.

Ha: Insentif memiliki pengaruh signifikan terhadap omzet penjualan.

b) Teknik Analisis Data (Uji Statistik)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana rumus untuk mencari nilai a adalah :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

keterangan :

Y = variabel terikat ( jumlah penjualan )

X = variabel bebas ( jumlah insentif )

a = intersep atau konstanta

b = koefisien regresi

n = banyak sampel

$\sum X$  = jumlah variabel bebas ( jumlah insentif )

$\sum Y$  = jumlah variabel tidak bebas ( jumlah penjualan )

$(\sum X)^2$  = kuadrat jumlah variabel bebas

c) Penetapan Tingkat kepercayaan (*Confidence Interval*)

Menurut Sarwono (2009 : 24), tingkat kepercayaan berkisar antara 99% yang tertinggi dan 90% yang terendah. Dalam SPSS, tingkat kepercayaan secara *default* diisi 95%, dengan tingkat signifikansi/probabilitas sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Artinya keputusan peneliti untuk mendukung atau menolak hipotesis nol memiliki probabilitas kesalahan sebesar 5%.

d) Kaidah Keputusan

Pada uji hipotesis pada dasarnya kita membandingkan nilai thitung dengan nilai t tabel. Adapun kaidah keputusannya adalah sebagai berikut :

1) Nilai t adalah nilai mutlak.

2) Jika nilai t hitung (nilai mutlak) < t tabel maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh antara insentif terhadap omzet penjualan.

Jika t hitung (nilai mutlak) > t tabel maka  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh antara insentif terhadap omzet penjualan.

3) Jika Sig >  $\alpha$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh antara insentif terhadap omzet penjualan.



Jika  $\text{sig} < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh antara insentif terhadap omzet penjualan.

e) Kesimpulan

Menyimpulkan apakah hipotesis penelitian ( $H_a$ ) ditolak atau diterima sesuai dengan kriteria pengujian statistik yang telah ditentukan sebelumnya.

## 1.6 Landasan Teori

### 1.6.1 Insentif

#### a. Pengertian Insentif

Homgen (2007 : 384 ) menyatakan bahwa :“Insentif sebagai alat untuk memotivasi para pekerja guna mencapai tujuan organisasi yang diberikan kepada individu maupun kelompok yang berorientasi pada hasil kerja.”

Sedangkan pengertian insentif menurut Sedamayanti (2007 : 240) adalah : “Menghubungkan kompensasi dengan prestasi kerja dengan memberikan imbalan atas prestasi kerja,bukan senioritas atau jumlah jam kerja.”

Dari definisi-definisi tersebut dapat ditarik simpulan bahwa Insentif adalah suatu penghargaan dalam bentuk material atau non material yang diberikan oleh pihak pimpinan organisasi perusahaan kepada karyawan agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-

tujuan perusahaan, dengan kata lain pemberian insentif adalah pemberian uang diluar gaji sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja dan kontribusi terhadap karyawan kepada perusahaan.

#### **b. Tujuan Pemberian Insentif**

Tujuan utama dari pemberian insentif kepada karyawan pada dasarnya adalah untuk memotivasi mereka agar bekerja lebih baik dan dapat menunjukkan prestasi yang baik. Cara seperti ini adalah cara yang sangat efektif untuk meningkatkan hasil produksi perusahaan. Menurut pendapat Heidjracman dan Husnan (2008 : 151) mengatakan bahwa pelaksanaan sistem upah insentif ini dimaksudkan perusahaan terutama untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan mempertahankan karyawan yang berprestasi untuk tetap berada dalam perusahaan.

Secara lebih spesifik tujuan pemberian insentif dapat dibedakan dua golongan yaitu :

##### **a. Bagi Perusahaan**

Tujuan dari pelaksanaan insentif dalam perusahaan khususnya dalam kegiatan produksi adalah untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dengan jalan mendorong/merangsang agar karyawan :

1. Bekerja lebih bersemangat dan cepat

2. Bekerja lebih disiplin

3. Bekerja lebih kreatif

b. Bagi Karyawan

Dengan adanya pemberian insentif karyawan akan mendapat keuntungan :

1. Standar prestasi dapat diukur secara kuantitatif.
2. Standar prestasi di atas dapat digunakan sebagai dasar pemberian balas jasa yang diukur dalam bentuk uang.
3. Karyawan harus lebih giat agar dapat menerima uang lebih besar.

c. **Tipe insentif**

Tipe insentif ada dua yaitu :

a. Finansial Insentif

Merupakan dorongan yang bersifat keuangan yang bukan saja meliputi gaji-gaji yang pantas. Tetapi juga termasuk di dalamnya kemungkinan memperoleh bagian dari keuntungan perusahaan dan soal-soal kesejahteraan yang meliputi pemeliharaan jaminan hari tua, rekreasi, kesehatan dan lain-lain.

b. Non Finansial Insentif

Ada 2 elemen utama dari non finansial insentif, yaitu :

1. Keadaan pekerja yang memuaskan meliputi tempat kerja, jam kerja, tugas dan rekan kerja.
2. Sikap pemimpin terhadap keinginan masing-masing karyawan seperti jaminan pekerja, promosi, keluhan-keluhan, hiburan-hiburan dan hubungan dengan atasan.

**d. Bentuk-bentuk Insentif**

Insentif menurut Hariandja (2007 : 269) terdiri dari beberapa bentuk, yaitu :

1. *Pece rate plan* yaitu insentif yang diberikan berdasarkan jumlah output atau barang yang dihasilkan seseorang.
2. *Production bonus* yaitu tambahan upah yang diterima akibat hasil kerja melebihi standar yang ditentukan, dimana pekerja juga mendapatkan upah pokok.
3. *Commission* yaitu insentif yang diberikan berdasarkan jumlah barang yang terjual.
4. *Maturity curve* yaitu ketika seseorang (biasanya pegawai ahli atau profesional) sudah mencapai tingkat gaji maksimal, untuk mendorong pegawai terus berprestasi.

5. *Merit raisis* yaitu sifat terpuji, jasa atau bobot yang dimiliki seseorang.
6. *Insentif eksekutif* yaitu bonus yang diberikan kepada para manajer atau eksekutif atas eksekutif atas peran yang mereka berikan untuk menetapkan dan mencapai tingkat keuntungan tertentu bagi organisasi.

**e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemberian Insentif**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemberian insentif, adalah :

1. Kondisi dan kemampuan dari perusahaan
2. Kemampuan dan kreativitas dari perusahaan
3. Keadaan ekonomi suatu negara
4. Tingkat produktivitas perusahaan

**f. Tipe Rencana Pemberian Insentif**

Ada beberapa tipe untuk rencana pemberian insentif, yaitu:

**1. Rencana Unit Kerja Langsung (*Straight Piecework Plan*)**

Adalah salah satu rencana pemberian insentif yang paling sederhana, yaitu membayar upah di atas dasar tarif dasar untuk produksi di atas standar. Meskipun tarif per unit mencerminkan hubungan sebab akibat

yang nyata antara output dan upah. Insentif ini hanya efektif apabila pekerja dapat mengendalikan tarif *output* individual. Tarif per unit tidak akan efektif apabila output dipengaruhi oleh mesin. Selain itu juga diperlukan modifikasi atas standar produksi dan tarif tenaga kerja apabila output meningkat karena perbaikan teknologi. Akhirnya jika tarif *output* tergantung pada usaha kelompok, maka rencana pemberian insentif kelompok akan lebih sesuai dibandingkan dengan rencana pemberian insentif individual.

## **2. Rencana Bonus Seratus Persen ( *One Hundred Percent Bonus Plan* )**

Merupakan suatu variasi dari rencana unit kerja langsung. Rencana ini berbeda dalam hal dimana standar tidak dinyatakan dalam uang, tetapi dalam waktu per unit output. Bukannya menggunakan suatu harga per unit, melainkan menggunakan waktu standar yang diperbolehkan untuk menyelesaikan satu unit, dan pekerja dibayar berdasarkan waktu standar dikalikan tarif per jam jika unit diselesaikan sesuai dengan standar atau lebih sedikit. Rencana bonus seratus persen merupakan popularitas karena

frekuensi kenaikan upahnya. Karena standar dinyatakan dalam waktu dan jumlah output, maka standar tersebut tidak perlu disesuaikan jika tarif berubah. Karena sistem ini menekankan pada waktu dan bukannya uang, rencana ini memungkinkan pengembangan standar efisiensi.

### **3. Rencana Bonus Kelompok ( *Group Bonus Plan* )**

Rencana bonus kelompok, seperti rencana yang didesain untuk pemberian insentif individual memicu produksi dengan tarif di atas standar. Setiap pekerja dalam kelompok menerima tarif per jam untuk produksi sampai sesuai jumlah output standar. Unit yang diproduksi diatas standar dianggap sebagai waktu yang dihemat oleh kelompok, dan akibatnya setiap pekerja dibayarkan suatu bonus untuk waktu yang dihemat. Biasanya bonus yang diperoleh oleh kelompok dibagi di antara anggota-anggota kelompok sesuai dengan tarif dasar mereka.

#### **1.6.2 Pengertian Omzet**

Omzet adalah nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan.

Omzet bukan nilai keuntungan yang kecil atau terjadi kerugian adalah bukti ketidakefisienan manajemen, dan sebaliknya.

### **1.6.3 Pengertian Penjualan**

Menurut Tunggal (2009 : 166), pengertian penjualan adalah proses kegiatan menjual yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ketangan konsumen (pembeli) .

Menurut Tjiplono (2007 : 81), penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang dagang yang dijual, baik secara tunai maupun kredit. Retur dan potongan penjualan serta diskon penjualan dikurangkan dari jumlah ini untuk mendapatkan penjualan bersih.

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar aktivitas penjualan di suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai suatu bentuk perpindahan (*transfer*) dari penjual kepada pembeli sesuai dengan syarat dan kondisi yang disepakati. Tujuan dari penjualan yaitu menjual apa yang telah dihasilkan dan bukan penghasilan apa yang dapat dijual dalam perusahaan mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:



1. Mencapai jumlah atau volume tertentu
2. Mendapat laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Perusahaan yang kegiatan utamanya melakukan penjualan biasanya menyatakan jumlah penjualannya dalam bentuk unit-unit, ini merupakan bagian dari hasil penjualan produk yang terjual dibandingkan dengan produk yang tersedia yang bisa dinyatakan dalam bentuk data numerik atau deretan angka.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk melengkapi gambaran yang jelas dalam penyusunan Laporan Praktek Kerja Lapangan ini, secara garis besar disajikan dalam 4 (empat) bab, yaitu sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang latar belakang , perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metodologi penulisan, landasan teori, serta sistematika penulisan.

### **BAB II GAMBARAN UMUM CV.SARANG LEBAH PALEMBANG**

Dalam bab ini akan diuraikan sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, serta tugas pokok masing-masing bagian.

### **BAB III LAPORAN KEGIATAN**

Dalam bab ini akan dilakukan pembahasan tentang Pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan.

### **BAB IV SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan ditarik simpulan atas analisa pada bab III dan mencoba memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi CV.Sarang Lebah.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM CV. SARANG LEBAH PALEMBANG**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Perseroan Komanditer (CV) Sarang Lebah adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang berlokasi di Jl.Teratai II no.51 Seduduk Putih Palembang 30114.Usaha ini berdiri pada tahun 2009 dan usaha ini diberi nama CV.Sarang Lebah yang didirikan oleh Bapak Rendra Reno sekaligus sebagai pemilik usaha.

CV. Sarang lebah merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan barang dan jasa seperti :

1. Menjalankan perdagangan umum atas segala barang yang dapat diperdagangkan, termasuk ekspor dan impor atau local.
2. Menjalankan usaha supplier.
3. Menjalankan usaha pengangkutan.

Adapun perusahaan ini memiliki nomor peserta wajib pajak atau NPWP perusahaan dengan No. 1.274.764.1-305 dan nomor ini berlaku selama perusahaan masih menjalankan kegiatannya.

#### **2.2 Visi dan Misi Perusahaan**

##### **2.2.1 Visi**

Visi adalah pernyataan tentang gambaran keadaan dan karakteristik yang ingin di capai oleh perusahaan dimasa yang akan

datang. Setiap perusahaan yang berdiri tentunya mempunyai visi dan misi untuk mencapai tujuan perusahaan, begitu juga pada CV.Sarang Lebah.

Adapun visi perusahaan yaitu *“menjadikan CV. Sarang Lebah sebagai lembaga perdagangan barang dan jasa yang tersebar di wilayah Sumatera Selatan yang prima dalam pelayanan dan terus menuju tingkat kesehatan perusahaan yang lebih tinggi dalam industri perdagangan barang.*

### **2.2.2 Misi**

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usaha mewujudkan visi, dan memberikan garis besar cara pencapaian visi tersebut.

Berikut adalah misi CV.Sarang Lebah,antara lain :

1. Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan
2. Menyediakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman bagi karyawan
3. Menciptakan nilai tambah ekonomis bagi pemegang saham

## **2.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur Organisasi merupakan hal yang penting untuk suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Dengan struktur organisasi yang baik,tugas dan tanggung jawab dapat terlihat jelas

mempermudah pekerja di dalam perusahaan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Untuk lebih jelasnya struktur organisasi yang digunakan pada CV.SarangLebah Palembang dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Sumber : CV.Sarang Lebah Palembang

## 2.4 Pembagian Tugas

Pembagian tugas dari struktur organisasi masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

### 1. Direktur

Direktur mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Memimpin jalanya perusahaan ,mengkoordinasikan, mengawasi dan bertanggung jawab keseluruhan atas semua karyawan perusahaan.
- b. Menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan.
- c. Memberikan keterangan-keterangan yang diminta oleh komisaris.

## **2. Wakil Direktur**

Wakil Direktur mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Membantu direktur dalam pekerjaan terutama dalam hal planning bagian industry atau jasa.
- b. Bertindakan selaku direktur bila direktur berhalangan.
- c. Memberikan laporan kepada direktur atas tindakan yang telah dilakukan selama direktur tidak ditempat.

## **3. Sekretaris Perusahaan**

Sekretaris perusahaan mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Membantu direktur menyelesaikan hal-hal yang bersangkutan dengan bidang administrasi.
- b. Mengawasi dan mengkoordinir hal-hal yang berkenaan dengan masalah kepegawai.

## **4. Personalia dan Lingkungan**

Personalia dan lingkungan mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Mengatur pelaksanaan karyawan dan memproses penerimaan dan pemberhentian karyawan.
- b. Menyerahkan kepada karyawan surat masuk dan keluar, mengadakan kontak terhadap pengiriman.

## **5. Teknik dan Pemasaran**

Teknik dan pemasaran mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Membuat rencana kerja yang akan dilaksanakan dalam bidang teknik maupun teknik pemasaran.
- b. Mengawasi divisi peralatan gudang dalam hal pengambilan atau pengeluaran, pemeliharaan dan penyimpanan peralatan yang dipergunakan dalam operasi.
- c. Mencari order.

## **6. Keuangan Administrasi**

Keuangan administrasi mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengadakan pembukuan terhadap uang yang masuk dan uang yang keluar.
- b. Menyiapkan atau menyusun rencana anggaran belanja perusahaan untuk tahun berikutnya.
- c. Melakukan pembayaran terhadap pembelian barang.

Dengan dibentuknya struktur organisasi bagi perusahaan, maka di dalam perusahaan tersebut akan tampak jelas adanya pembagian

tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada di dalam perusahaan tersebut.

## **2.5 Aktivitas Perusahaan**

Aktivitas dari CV.Sarang Lebah merupakan distributor produk rokok, susu, dan shampo ke 8 wilayah yang ada di kota Palembang. Produk yang didistribusikan antara lain rokok kelas mild, susu prenagen, dan shampo pantene. Produk-produk tersebut dikirim langsung dari Jakarta ke CV.Sarang Lebah Palembang, kemudian CV.Sarang Lebah langsung mengirim ke 8 wilayah yaitu Plaju, Kertapati, Bukit Kecil, Gandus, Sako, Kalidoni, Sukarame, dan Kemuning.



## **BAB III**

### **LAPORAN KEGIATAN**

#### **3.1 Hasil Pengamatan**

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada CV.Sarang Lebah Palembang, maka pada bab ini peneliti akan membahas dan menganalisis data-data yang telah diperoleh dari penelitian tersebut. Adapun analisis yang akan dilakukan oleh peneliti adalah analisis pengaruh insentif terhadap omzet penjualan.

#### **3.2 Analisis Masalah**

##### **3.2.1 Analisis Insentif**

Omzet penjualan yang dicapai oleh CV.Sarang Lebah Palembang merupakan pencapaian insentif yang mampu memenuhi target yang diharapkan. Untuk mendekati permasalahan insentif, berikut ini disajikan informasi data insentif dari penjualan produk tahun 2009 sampai 2011 yang diperoleh dari CV.Sarang Lebah Palembang.

**Tabel 3.1**  
**CV.Sarang Lebah Palembang**  
**Data Insentif Tahun 2009-2011**

<b>PRODUK</b>	<b>TAHUN</b>	<b>INSENTIF</b>	
Rokok	2009	Rp	2.631.115
	2010	Rp	1.711.191
	2011	Rp	2.457.876
	<b>Total</b>	<b>Rp</b>	<b>6.800.182</b>
Susu	2009	Rp	2.960.808
	2010	Rp	3.091.501
	2011	Rp	2.208.613
	<b>Total</b>	<b>Rp</b>	<b>8.260.922</b>
Shampo	2009	Rp	2.276.878
	2010	Rp	1.738.002
	2011	Rp	3.041.595
	<b>Total</b>	<b>Rp</b>	<b>7.056.457</b>

Sumber : CV.Sarang Lebah Palembang

Berdasarkan tabel insentif tersebut, dapat dilihat bahwa insentif setiap tahun mengalami peningkatan dan penurunan. Insentif paling rendah terjadi pada produk rokok yaitu Rp.6.800.182. Dan insentif yang didapatkan sangat besar yaitu Rp.8.260.922 didapat dari penjualan susu.

### 3.2.2 Analisis Omzet Penjualan

Omzet penjualan merupakan jumlah total barang, produk atau ide dijual dalam jangka waktu tertentu, biasanya 12 bulan.

Untuk mendekati permasalahan mengenai omzet penjualan, berikut ini disajikan informasi data omzet penjualan produk dari

tahun 2009 sampai 2011 yang diperoleh dari CV.Sarang Lebah Palembang.

**Tabel 3.2**  
**CV.Sarang Lebah Palembang**  
**Data Penjualan Tahun 2009-2011**

<b>PRODUK</b>	<b>TAHUN</b>	<b>PENJUALAN</b>
Rokok	2009	Rp 290.410.000
	2010	Rp 186.472.000
	2011	Rp 266.196.000
	<b>Total</b>	<b>Rp 743.078.000</b>
Susu	2009	Rp 326.800.000
	2010	Rp 336.887.100
	2011	Rp 239.200.000
	<b>Total</b>	<b>Rp 902.887.100</b>
Shampo	2009	Rp 251.311.000
	2010	Rp 189.393.600
	2011	Rp 329.414.600
	<b>Total</b>	<b>Rp 770.119.200</b>

Sumber : CV.Sarang Lebah Palembang

Berdasarkan tabel penjualan tersebut, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan dan penurunan. Penjualan paling rendah terjadi pada produk shampo yaitu Rp.770.119.200. Dan penjualan sangat besar yaitu Rp.902.887.100 didapat dari penjualan susu.

### **3.2.3 Pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan**

Untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap omzet penjualan yang didapatkan oleh CV.Sarang Lebah Palembang, maka dilakukan pengujian hipotesis terhadap kedua variabel tersebut.

Untuk membuktikan hipotesis tersebut, penulis melakukan pengujian secara kuantitatif, yaitu dengan menggunakan uji regresi linear sederhana dan dengan alat uji SPSS versi 16.0.

Dalam melakukan penelitian ini didapat data kuantitatif berupa data insentif dan data omzet penjualan, dimana insentif sebagai variabel X (independen) dan omzet penjualan sebagai variabel Y (dependen).

Tabel berikut ini menunjukkan data mengenai insentif dan omzet penjualan untuk tahun 2009-2011. Data tersebut akan diuji pengaruhnya dengan menggunakan alat regresi linear sederhana.

**Tabel 3.3**  
**CV.Sarang Lebah Palembang**  
**Data Insentif dan Omzet Penjualan**  
**Tahun 2009-2011**

<b>Produk</b>	<b>Tahun</b>	<b>Insentif Dalam Rupiah</b>	<b>Penjualan Dalam Rupiah</b>
Rokok	2009	Rp 2.631.115	Rp 290.410.000
	2010	Rp 1.711.191	Rp 186.472.000
	2011	Rp 2.457.876	Rp 266.196.000
	<b>Total</b>	<b>Rp 6.800.182</b>	<b>Rp 743.078.000</b>
Susu	2009	Rp 2.960.808	Rp 326.800.000
	2010	Rp 3.091.501	Rp 336.887.100
	2011	Rp 2.208.613	Rp 239.200.000
	<b>Total</b>	<b>Rp 8.260.922</b>	<b>Rp 902.887.100</b>
Shampo	2009	Rp 2.276.878	Rp 251.311.000
	2010	Rp 1.738.002	Rp 189.393.600
	2011	Rp 3.041.595	Rp 329.414.600
	<b>Total</b>	<b>Rp 7.056.457</b>	<b>Rp 770.119.200</b>
<b>Total</b>		<b>Rp 22.117.579</b>	<b>Rp 2.416.084.300</b>

### 3.3 Pemecahan Masalah

Pada bagian ini, peneliti mencoba untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh antara insentif terhadap omzet penjualan dengan uji statistik regresi linear sederhana menggunakan program SPSS 16.0.

Sebelum dilakukan uji statistik regresi linear sederhana, peneliti melakukan uji normalitas terlebih dahulu. Adapun langkah-langkah untuk melakukan uji normalitas adalah sebagai berikut :

### 3.3.1 Uji Normalitas

Dimana peneliti pengujian normalitas data dengan *kolmogorov-smirnov*.

#### Hasil Pengujian Normalitas

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Insentif	Penjualan
N		9	9
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	2.46E6	2.68E8
	Std. Deviation	5.239E5	5.746E7
Most Extreme Differences	Absolute	.165	.178
	Positive	.137	.138
	Negative	-.165	-.178
Kolmogorov-Smirnov Z		.495	.535
Asymp. Sig. (2-tailed)		.967	.937

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Olahan

### Gambar 3.1

#### Hasil Pengujian Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian normalitas kolmogorov-smirnov nilai signifikansi lebih besar dari ( $>$ ) 0,05 maka distribusi data dinyatakan normal. Dimana untuk insentif asymp sig  $0,967 > 0,05$

maka distribusi data dinyatakan normal, dan untuk omzet penjualan asymp sig  $0,937 > 0,05$  maka distribusi data dinyatakan normal. Maka kesimpulan yang diambil adalah hipotesis nol gagal ditolak, atau dengan kata lain sebaran data yang kita uji mengikuti distribusi normal.

### 3.3.2 Analisis Deskriptif Insentif dan Omzet Penjualan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
insentif	9	1711191	3091501	2457508.78	523904.694
penjualan	8	186472000	336887100	260833712.50	56355039.420
Valid N (listwise)	8				

Sumber : Hasil Olahan

### Gambar 3.2

#### Hasil Pengujian Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil perhitungan deskriptif didapatkan untuk :

- Insentif nilai minimum sebesar 1.711, nilai maksimum sebesar 3.091, dan deviasi standar sebesar 4.694 dan nilai rata-rata insentif sebesar 2.46 yang berada pada katagori lemah.
- Omzet penjualan nilai minimum sebesar 1.864, nilai maksimum sebesar 3.368, dan deviasi standar sebesar 5.635 dan nilai rata-rata penjualan sebesar 2.608 berada pada katagori lemah.

### 3.3.3 Analisis Pengaruh Insentif terhadap Omzet Penjualan

Setelah dilakukan pengujian hipotesis dengan alat uji statistik regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS 16.0 pada penelitian ini, didapat hasil output yang ditunjukkan pada gambar 3.3.

#### Hasil Pengujian Hipotesis

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.637E16	1	2.637E16	4.060E3	.000 <sup>a</sup>
Residual	4.546E13	7	6.495E12		
Total	2.641E16	8			

a. Predictors: (Constant), Insentif

#### Gambar 3.3

#### Hasil Pengujian Hipotesis Anova

Dapat dilihat bahwa pada kolom Sig (*significance*) adalah sebesar 0,000. Artinya probabilitas di bawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak, atau koefisien regresi signifikan dan insentif memiliki pengaruh terhadap omzet penjualan.



Selanjutnya analisis mengenai hasil pengujian hipotesis Model Summary.

### Hasil Pengujian Hipotesis

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 <sup>a</sup>	.998	.998	2548440.312

a. Predictors: (Constant), Insentif

Sumber : Hasil Olahan

### Gambar 3.4

#### Hasil Pengujian Hipotesis Model Summary

Angka *R Square* pada tabel 3.4 adalah 0,998 (yang merupakan pengkuadratan dari koefisien korelasi (R) yaitu  $0,999 \times 0,999 = 0,998$ ). *R Square* juga disebut sebagai koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 99,8% omzet penjualan perusahaan bisa dijelaskan oleh variabel insentif. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 0,2% dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya.

Selanjutnya analisis mengenai hasil pengujian hipotesis *Coefficients*.

### Hasil Pengujian Hipotesis

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-838635.206	4.311E6		-.195	.851
	Insentif	109.579	1.720	.999	63.716	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Hasil Olahan

### Gambar 3.5

#### Hasil Pengujian Hipotesis *Coefficients*

Berdasarkan gambar di atas, maka akan dapat dijelaskan analisis outputnya yaitu sebagai berikut :

#### 1. Analisis Output

a. Tabel selanjutnya menggambarkan persamaan regresi :

$$Y = -838635,206 + 109,579 X$$

Dimana :

Y = Omzet penjualan untuk tahun 2009, 2010 dan 2011

a = konstanta

X = insentif untuk tahun 2009, 2010 dan 2011

Tanpa adanya insentif, omzet penjualan akan tetap terjadi sebesar -838635,206 satuan. Dengan adanya insentif maka setiap

kenaikan satu insentif akan meningkatkan besarnya omzet penjualan sebesar 109,579 satuan.

Pengambilan nilai berdasarkan nilai statistik hitung dengan statistik tabel, yaitu dengan membandingkan nilai statistik hitung dengan statistik tabel. Jika statistik hitung  $<$  statistik 1 tabel, maka  $H_0$  diterima. Jika statistik 1 hitung  $>$  statistik 1 tabel, maka  $H_0$  ditolak.

b. Statistik t hitung

Berdasarkan tabel output pada tabel *Coefficients* dapat dilihat bahwa nilai t hitung adalah 63,716.

c. Statistik tabel

- Tingkat Signifikansi adalah 0,05
- DF ( $n-k = 9-2 = 7$ )
- Uji dilakukan dengan uji dua sisi, dan didapat angka statistik tabel yaitu sebesar 1,69.
- $63,716 > 1,69 = t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  adalah signifikan

2. Keputusan

Oleh karena statistik hitung  $>$  statistik tabel ( $63,716 > 1,69$ ) maka  $H_0$  ditolak. Dengan ditolaknya  $H_0$  dengan tingkat keyakinan 95% dan  $\alpha = 0,05$  maka insentif memiliki pengaruh terhadap omzet penjualan.

Berdasarkan probabilitas bahwa :

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan hasil uji statistik di atas maka peneliti akan mengambil keputusan mengenai insentif dan omzet penjualan yaitu sebagai berikut :

**Keputusan :**

Dapat dilihat bahwa pada kolom Sig (*significance*) adalah sebesar 0,000. Artinya probabilitas di bawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak, atau koefisien regresi signifikan dan insentif memiliki pengaruh terhadap omzet penjualan.

## **BAB IV**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Simpulan**

Di dalam pemberian penghasilan di luar pendapatan pokok, penulis telah menguji pengaruh pemberian insentif terhadap omzet penjualan. Dengan keamatan 0,998 dan setelah diamati ternyata pemberian insentif ini berpengaruh tinggi terhadap omzet penjualan. Dengan adanya insentif ini, maka dapat dikatakan bahwa karyawan telah mendapatkan rangsangan untuk bekerja lebih giat, sangat mendorong karyawan untuk lebih produktif di dalam melakukan suatu pekerjaan dan karyawan tertentu akan lebih baik di dalam melakukan suatu penjualan produk.

#### **4.2 Saran**

Penulis mencoba memberikan saran dari simpulan di atas yang berhubungan dengan masalah yang dibahas maka sangatlah pantas bagi pihak manajemen perusahaan, agar kiranya lebih memperhatikan dalam pemberian insentif sebagai alat untuk memotivasi karyawan dan menekan seminimal mungkin segala hambatan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hariandja, Marihot. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- Hasan, Muhammad Iqbal. 2008. *Pokok-pokok Materi Statistik 1 ( Statistik Deskriptif )*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Homgen dan Harrison. 2007. *Akuntansi Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Jonathan. 2009. *Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputer Menggunakan SPSS 16.0*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiplono, Fendy. 2007. *Marketing Myths That Are Killing Business*. Yogyakarta: Mcgraw-Hill Book co.
- Tunggal, Amin Wijaya. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Harvarindo.
- Wirartha, I Made. 2006. *Pedoman Penulisan : Usulan Penelitian, Skripsi, dan Tesis*. Yogyakarta: Andi.

