

**JILID III**

# **SEMINAR HASIL PENELITIAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINA DARMA**



**PALEMBANG  
17 MARET 2017**

## PENGARUH INSENTIF TERHADAP KINERJA AGEN PENJUAL PADA PT.ASURANSI UMUM VEI CABANG PALEMBANG

Nengah Artika<sup>1</sup>, Gagan Ganjar Resmi<sup>2</sup>, Efan Elpanso<sup>2</sup>  
Dosen Universitas Bina Darma<sup>2,2</sup>, Mahasiswa Universitas Bina Darma<sup>1</sup>  
Jalan Jendral Ahmad Yani No.3 Palembang  
Pos-el : [Nengahart61@gmail.com](mailto:Nengahart61@gmail.com) <sup>1</sup>, [Gagan.ganjar@binadarma.ac.id](mailto:Gagan.ganjar@binadarma.ac.id) <sup>2</sup>,  
[Efan\\_Elpanso@binadarma.ac.id](mailto:Efan_Elpanso@binadarma.ac.id) <sup>2</sup>

---

**ABSTRAK** : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap kinerja dan manfaat penelitian ini sebagai upaya untuk menentukan tahap pengembangan sumberdaya manusia melalui insentif dan di harapkan mampu memberikan kontribusi pada penelitian ini. Alat analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan model regresi linear sederhana, analisis ini membuktikan bahwa variabel insentif berpengaruh signifikan terhadap kinerja yang dapat di lihat pada t hitung masing-masing variabel yakni variabel insentif sebesar 7.653 yang lebih besar dari nilai t tabel, begitu pula dengan nilai koefisien determinasi  $R^2$  yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel insentif terhadap kinerja dengan nilai sebesar 0,560 dari angka ini menjelaskan bahwa pengaruh variabel insentif terhadap kinerja sebesar 44% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : insentif, kinerja

---

**ABSTRACT** : *The aim of this study was to determine the effect of incentives on the performance and benefits of this research in an attempt to determine the stage of development of human resources through incentives and is expected to contribute in this study. The analytical tool used in this study is the linear regression model is simple, this analysis shows that the variable incentives significantly influence the performance can be seen on t each variable that is variable incentive of 7.653 bigger than t table, so Similarly, the coefficient of determination  $R^2$  which shows the influence of incentives on performance variable with a value of 0.560 of this figure explains that the effect of incentives on performance variables by 44% while the rest influenced by other variables that are not researched in this study.*

**Keywords**: *incentives, performance*

### I. PENDAHULUAN

Perkembangan asuransi di Indonesia menunjukkan angka kemajuan yang cukup baik. Perusahaan asuransi menunjukkan geliat pertumbuhan di dalam usaha yang

mereka jalankan, yang mana semakin hari semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan asuransi di dalam kehidupan mereka.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah perlindungan atas berbagai macam risiko yang bisa terjadi dan menimpa diri mereka sewaktu-waktu adalah salah satu penyebab tingginya jumlah pengguna asuransi belakangan ini. Hal ini tentu saja menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi perusahaan asuransi yang menyediakan layanan asuransi, di sasaran penjualan produk yang mereka miliki.

Sesuai dengan perkembangan zaman, asuransi juga mengalami perkembangan yang cepat dan semakin baik setiap harinya. Selain meningkatkan pelayanan kepada para nasabahnya, perusahaan asuransi juga melakukan berbagai macam usaha untuk bisa tetap memperluas dan memajukan bisnis yang mereka jalankan selama ini. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan cara mengeluarkan berbagai produk baru dan lebih inovatif bagi nasabahnya.

Saat ini, produk asuransi tidak hanya terbatas pada jenis asuransi jiwa dan asuransi kesehatan saja, karena pada dasarnya kedua produk inilah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat luas. Di dalam perkembangannya, perusahaan asuransi juga mengeluarkan berbagai macam produk yang bisa dipilih dan digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan agar semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan asuransi

dan semakin banyak penjualan yang bisa diciptakan.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), diketahui bahwa perkembangan industri perasuransian di Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam mendukung terjadinya proses pembangunan nasional. Hal ini dilihat atas kontribusi perusahaan asuransi dalam memupuk dana jangka panjang dalam jumlah yang besar, yang kemudian digunakan sebagai dana dalam pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah.

Di dalam layanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi, masyarakat juga mendapatkan dukungan dalam bentuk perlindungan atas berbagai resiko dan juga kerugian yang bisa saja menimpa mereka sewaktu-waktu, terutama di saat mereka sedang menjalankan usahanya. Hal ini menunjukkan betapa perkembangan asuransi juga memiliki peran yang cukup besar di dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang terjadi belakangan ini.

Pemahaman masyarakat yang semakin baik mengenai pentingnya perlindungan sebuah asuransi juga menjadi sebuah hal yang mempengaruhi kemajuan di dalam bisnis asuransi itu sendiri. Ketika kepercayaan masyarakat terhadap sebuah produk telah tercipta, maka akan semakin mudah untuk

mengembangkan dan melakukan penjualan produk tersebut. Hal inilah yang terjadi di dalam bisnis asuransi, di mana semakin banyak orang yang menginginkan sebuah jaminan/perlindungan terhadap berbagai macam resiko yang akan mereka hadapi di masa yang akan datang.

Perkembangan industri perasuransian bisa dilihat selama empat tahun belakangan ini, tepatnya tahun 2011 hingga 2014, di mana aset industri asuransi konvensional mengalami pertumbuhan rata-rata yang mencapai lebih dari 16%. Hal ini juga terlihat dari pertumbuhan rata-rata yang terjadi di dalam nilai investasi dan premi yang masing-masing mengalami peningkatan sebesar 14,4% dan juga 21,0%, seperti diungkapkan oleh Kepala eksekutif Pengawas IKNB Firdaus Djaelani dalam seminar Insurance Outlook 2016 di Jakarta.

Data tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan positif yang terjadi di dalam bisnis asuransi. Sedangkan pada tahun 2015, aset dan investasi industri asuransi konvensional hingga akhir September menunjukkan angka hingga mencapai Rp765,6 triliun dan Rp608,6 triliun. Jika kita membandingkannya dengan posisi yang terjadi hingga akhir tahun 2014, maka aset industri asuransi memiliki pertumbuhan sebesar 1,36%, sedangkan investasi mengalami penurunan sebesar 0,24%, hal ini

disebabkan adanya gejolak yang terjadi pada beberapa instrumen investasi pada beberapa waktu yang lalu.

Di lain sisi, pertumbuhan yang terjadi pada premi asuransi hingga bulan September 2015 juga mengalami peningkatan yang cukup memuaskan, yakni sebesar 17,1%. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan pada bulan Agustus 2015, maka jumlah ini meningkat sebesar 11,9% dari posisi yang sama pada tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah premi ini disumbangkan paling tinggi oleh perusahaan asuransi jiwa, diikuti dengan premi asuransi sosial dan juga premi asuransi umum.

Ada banyak jenis produk asuransi yang bisa dipilih oleh nasabah pengguna asuransi, antara lain: asuransi kesehatan, asuransi dana pendidikan, asuransi dana pensiun, asuransi kendaraan, asuransi properti, dan beragam jenis asuransi lainnya. Dengan banyaknya produk yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi, maka akan ada banyak pilihan dan juga pertimbangan yang bisa diambil oleh nasabah yang akan menggunakan asuransi tersebut. Hal ini juga menciptakan aroma persaingan yang baik di antara perusahaan penyedia layanan asuransi, di mana mereka tentu akan berlomba-lomba untuk memberikan layanan terbaik di dalam produk yang mereka miliki.

Dalam tugas marketing atau pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam aktivitas usaha. Yang merupakan proses kegiatan yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen sebagai pemakai produk.

Peran agen penjual sebagai menawarkan suatu produk yaitu polis asuransi kepada konsumen yang bertugas menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan tersebut.

Perusahaan merupakan suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa agar dapat melayani permintaan konsumen akan kebutuhan mereka. Dalam melaksanakan proses produksinya, suatu perusahaan membutuhkan faktor-faktor produksi yang dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah bahan baku, modal, dan manusia.

Terkhusus pada faktor manusia, faktor ini memegang peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan proses produksi. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus selalu memperhatikan faktor manusia atau tenaga kerja yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Secanggih apapun peralatan yang dimiliki perusahaan, tidak akan bisa mencapai tingkat produktivitas yang diharapkan jika peralatan tersebut tidak dioperasikan secara efektif dan

efisien oleh sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Pemberian Insentif merupakan suatu hal yang penting dalam perusahaan, karena hak ini merupakan tujuan utama bagi agen penjual untuk bersedia bekerja lebih giat dan bekerja semangat. Bagi agen penjual, kompensasi merupakan pendapatan dan sekaligus merupakan jaminan bagi kelangsungan hidup agen penjual tersebut beserta keluarganya.

Insentif sangat penting bagi agen penjual itu sendiri sebagai individu, karena besarnya insentif merupakan pencerminan atau ukuran nilai pekerjaan agen penjual itu sendiri. Apabila insentif diberikan secara tepat dan benar para agen penjual akan memperoleh kepuasan kerja dan termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Akan tetapi bila insentif itu diberikan tidak memadai atau kurang tepat, prestasi kerja, motivasi, dan kinerja agen penjual justru akan menurun.

Tujuan utama dari insentif adalah untuk memberikan tanggung jawab dan dorongan kepada agen penjual dalam rangka meningkatkan kualitas hasil kerjanya. Sedangkan gaji perusahaan, insentif merupakan strategi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, dimana produktivitas menjadi suatu hal yang penting.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian insentif**

Insentif cukup memegang peranan penting dalam meningkatkan prestasi kerja agen penjual, melalui pemberian insentif di harapkan mampu mendorong tenaga kerja untuk bekerja lebih giat dan semangat. Menurut **Malayu Hasibuan (2007:129)** insentif merupakan sesuatu untuk motivasi yang di nyatakan dalam bentuk uang. Keberhasilan motivasi ini diukur dari hasilnya. Berapakah yang di berikan tambahan upah/gaji untuk mereka yang berprestasi baik akan meningkatkan kinerja agen penjual. Inilah yang harus diukur untuk menilai program pengupahan.

Sedangkan menurut **Vetrizal Rivai (2014:560)** insentif adalah bentuk pembayaran yang dikaitkan dengan kinerja, sebagai pembagian keuntungan bagi agen penjual akibat peningkatan produktivitas atau penghemat biaya, sistem ini merupakan bentuk lain dari kompensasi langsung dari luar gaji dan upah yang merupakan kompensasi tetap, yang disebut sistem kompensasi berdasarkan kinerja.

### **Tujuan Insentif**

Fungsi utama dari insentif adalah untuk memberikan tanggung jawab dan dorongan kepada agen penjual. Insentif menjamin bahwa agen penjual akan mengarahkan usaha nya untuk mencapai

tujuan organisasi. Sedangkan tujuan utama pemberian insentif adalah untk pemberian insentif meningkatkan kinerja individu maupun kelompok (**Panggabean, 2009:93**).

### **Pengertian Kinerja**

Menurut **Armstrong dan Baron dalam buku Wibowo (2014:7)** Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

Menurut **Soekidjo Notoatmodjo (2009:124)** kinerja (performance) adalah hasil kerja yang dapat ditampilkan atau penampilan kerja seorang agen penjual. Dengan demikian kinerja seorang agen penjual dapat diukur dari hasil kerja, hasil tugas atau hasil kegiatan dalam kurun waktu tertentu.

## **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang menggunakan angka statistik, penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh antara variabel independen kompensasi dan motivasi kerja dan variabel dependen yaitu kinerja. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini emnggunakan hasil data dari kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, selanjutnya data tersebut diolah menggunakan rumus statistik atau bisa

menggunakan program SPSS. Penelitian ini dilaksanakan pada 12 september hingga 30 desember 2016, yang berlokasi PT.ASURANSI UMUM VIDEI CABANG PALEMBANG.

Variabel independen ( bebas ) dan variabel dependen ( terikat) paa penelitian ini antara lain , Insentif(X), sebagai variabel bebas dan Kinerja (Y) sebagai variabel terikat.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan agket. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Karyawan PT.ASURANSI UMUM VIDEI CABANG PALEMBANG.yang berjumlah 48 orang karyawan. Dan sampel yang di ambil dalam penelitian ini ialah seluruh karyawan PT.ASURANSI UMUM VIDEI CABANG PALEMBANG. yang berjumlah 48 orang karyawan. Uji coba coba intrumen yaitu menggunakan Uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS 20., pengujian regresi linier berganda menggunakan SPSS 20Dan pengujian hipotesis juga menggunakan SPSS 20. Pengujian hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi (1) Analisis Regresi Linier sederhana (2) uji T

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Analisis Regresi Linier Sederhana

$$Y = 4,372 + 0,981 X + e$$

Konstanta sebesar 4,372 menyatakan bahwa jika tidak ada peningkatan variabel Insentif maka Kinerja tetap sebesar 4,372 unit skor, sedangkan dengan melihat besarnya koefisien regresi bahwa variabel Insentif sebesar 0,981 artinya kecenderungan proyeksi perubahan antara variabel Insentif terhadap variabel Kinerja menunjukkan bahwa setiap perubahan atau peningkatan variabel Insentif sebesar 100% maka mengakibatkan peningkatan pula pada variabel Kinerja sebesar 98,1%.

##### Koefisien Korelasi

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Insentif dengan Kinerja ditunjukkan dengan nilai Korelasi (R) sebesar 0,748 mempunyai maksud artinya menunjukkan hubungan yang cukup kuat dan bersikap positif (searah).

##### Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel *Model Summary* di atas untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya *R Square* sebesar 0,560 atau 56%. Variabel Insentif dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Kinerja sedangkan sisanya sebesar 44% berpengaruh dengan faktor lain yang tidak diteliti seperti kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain.

### Hipotesis

Berdasarkan analisis statistik dengan program SPSS pada tabel diatas diketahui sig t sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Insentif terhadap Kinerja Agen Penjualan pada PT. Asuransi Umum Videi Cabang Palembang. Ketentuan pengujian hipotesis yaitu jika  $\text{sig } t \geq \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sebaliknya jika  $\text{sig } t < \alpha = 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

### Pembahasan

Persamaan regresi linier sederhana yaitu  $Y = 22,686 + 0,473 X + e$ . Konstanta sebesar 22,686 menyatakan bahwa jika tidak ada peningkatan variabel Insentif maka Kinerja tetap sebesar 22,686 unit skor, sedangkan dengan melihat besarnya koefisien regresi bahwa variabel Insentif sebesar 0,473 artinya kecenderungan proyeksi perubahan antara variabel Insentif terhadap variabel Kinerja menunjukkan bahwa setiap perubahan atau peningkatan variabel Insentif sebesar 100% maka mengakibatkan peningkatan pula pada variabel Kinerja sebesar 47,3%.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Insentif dengan Kinerja ditunjukan dengan nilai Korelasi (R) sebesar 0,355 mempunyai maksud artinya menunjukkan

hubungan yang cukup kuat dan bersikap positif (searah).

Dari nilai koefisien determinasinya *R Square* sebesar 0,126 atau 12,6%. Variabel Insentif dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Kinerja sedangkan sisanya sebesar 87,4% berpengaruh dengan faktor lain yang tidak diteliti seperti kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain. Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai sig sig t sebesar  $0,013 < \alpha = 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Insentif terhadap Kinerja Agen Penjualan pada PT.Asuransi Umum Videi Cabang Palembang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Muhammad Athif (2014) berpendapat bahwa Insentif merupakan program-program kompensasi yang mengaitkan bayaran dengan produktivitas guna lebih mendorong produktivitas kerja yang lebih tinggi. Pengaruh insentif material adalah untuk memotivasi karyawan ketika karyawan dalam kondisi himpitan ekonomi. Sehingga harapan-harapan untuk mendapatkan peningkatan taraf ekonomi dan kesejahteraan semakin mendorong motivasi. Sedangkan pengaruh insentif nonmaterial adalah untuk memotivasi karyawan ketika karyawan dalam kondisi telah memiliki insentif material. Salah satunya adalah



pemberian piagam penghargaan. Sehingga meningkatkan strata sosial.

Pemberian Insentif merupakan suatu hal yang penting dalam perusahaan, karena hak ini merupakan tujuan utama bagi agen penjual untuk bersedia bekerja lebih giat dan bekerja semangat. Bagi agen penjual, kompensasi merupakan pendapatan dan sekaligus merupakan jaminan bagi kelangsungan hidup agen penjual tersebut beserta keluarganya. Insentif sangat penting bagi agen penjual itu sendiri sebagai individu, karena besarnya insentif merupakan pencerminan atau ukuran nilai pekerjaan agen penjual itu sendiri. Apabila insentif diberikan secara tepat dan benar para agen penjual akan memperoleh kepuasan kerja dan termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Akan tetapi bila insentif itu diberikan tidak memadai atau kurang tepat, kinerja agen penjual justru akan menurun.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis, maka dapat diambil sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Insentif terhadap Kinerja Agen Penjualan pada PT. Asuransi Umum Videi Cabang Palembang.

2. Korelasi variabel Insentif terhadap Kinerja Agen Penjualan pada PT. Asuransi Umum Videi Cabang Palembang menunjukkan hubungan yang cukup kuat dan bersikap positif (searah). Variabel Insentif dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Kinerja dengan faktor lain yang tidak diteliti seperti kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain.
3. Pemberian insentif akan menjadikan agen penjual menjadi lebih disiplin dalam bekerja selain itu agen penjual terdorong untuk mengembangkan kemampuan serta pengetahuannya untuk mendapat insentif yang tinggi. Berkembangnya kemampuan dan pengetahuan agen penjual kemudian akan memberikan dampak yang positif dan akan meningkatkan kinerja.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian seperti dipaparkan sebelumnya maka pada bagian berikut perlu diberikan beberapa saran pada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

1. Bagi agen penjual polis PT. Asuransi Umum Videi Cabang Palembang untuk lebih meningkatkan kinerja yang sudah berjalan baik sekarang ini terutama indikator yang masih rendah yaitu setiap agen penjual harus dapat memenuhi standar kerja yang di terapkan pada perusahaan hal ini dikarenakan masih ada

agen penjual yang menganggap target penjualan polis yang ditetapkan perusahaan terlalu tinggi sehingga standar kerja agen penjual tidak tercapai.

2. Bagi PT. Asuransi Umum Videi Cabang Palembang hendaknya lebih memperhatikan besarnya pemberian insentif terutama indikator yang masih rendah yaitu program insentif dapat menjadi motivasi dalam bekerja hal ini dikarenakan masih ada agen penjual yang menganggap program insentif yang diberikan perusahaan belum sesuai dengan hasil kerja agen penjual.
3. Bagi peneliti lain, untuk menindak lanjuti lebih jauh hasil penelitian ini dengan mengembangkan variabel-variabel bebas yang lain sehingga dapat meningkatkan Kinerja Agen Penjualan pada PT. Asuransi Umum Videi Cabang Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dessler, Gary. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia Jilid 1*. PT. Indeks, Jakarta.
- Hasibuan, SP. Malayu. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2009. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta.

Rifai, Rusdi A. 2011. *Manajemen*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP. Palembang.

Siagian P. Sondang. 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. :Rineka Cipta, Jakarta.

Sugiyono. 2009.. *Statistik Non Paramentis*. CV. Alfabeta, Bandung.

\_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung.

Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Vietrizal, Rivai dan Ella. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketiga, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Vetrizal Rivai, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Wibowo, 2014. *Manajemen Kinerja*, Edisi keempat, Rajawali Pers, Jakarta.

