

## **PENINGKATAN TARGET PENJUALAN MELALUI PEMBERIAN KOMISI KEPADA TENAGA PEMASARAN PADA PT. SYALOM ANUGRAH PERKASA**

**Arianto Lahagu**

Dosen Tetap IKIP Gunung Sitoli

Email: [ariantolahagu8084@gmail.com](mailto:ariantolahagu8084@gmail.com)

**RINGKASAN** - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberian komisi kepada tenaga pemasaran dalam meningkatkan target penjualan. Lokasi penelitian adalah PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemberian komisi penjualan, sedangkan variabel terikat adalah target penjualan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data komisi penjualan dan target penjualan pada PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli. mulai dari tahun 2016 – 2020. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pemberian komisi penjualan kepada tenaga pemasaran berpengaruh signifikan terhadap target penjualan motor pada PT. Syalom Anugrah Perkasa, Gunung Sitoli. Semakin besar komisi yang diberikan perusahaan kepada karyawan maka semakin besar juga penjualan yang akan diperoleh oleh perusahaan.

**Kata kunci : pemberian komisi, tenaga pemasaran dan target penjualan**

### **PENDAHULUAN**

Untuk dapat bertahan dan sukses dalam bersaing, maka perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif. Dalam rangka ikut berkompetensi di dalam berbagai bidang, perusahaan harus dapat bekerja lebih efektif dan efisien. Untuk mencapai kompetensi yang tinggi maka perusahaan harus meningkatkan sumberdaya manusia yang dimilikinya agar dapat mendukung kesuksesan perusahaan. Sebuah perusahaan dapat berjalan dengan baik jika didukung oleh sarana dan prasarana sumber daya manusia, namun itu tidak akan membantu jika tidak didukung dengan peningkatan sumber daya manusia. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan sumber daya manusia merupakan kunci utama menuju kesuksesan organisasi.

Agar perusahaan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan dapat dilkakukan dengan peningkatan produktivitas kerja. Peningkatan produktivitas kerja secara efektif dan efisien akan mendatangkan laba yang maksimal terhadap perusahaan. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan sumberdaya manusia

yaitu dengan menciptakan tenaga kerja yang profesional, sehingga dalam menjalankan pekerjaan dengan semangat dalam mencapai target yang maksimal.

Dalam peningkatan produktivitas kerja peran kompensasi sangat krusial. Hal ini disebabkan dalam kompensasi berisi pada kegiatan-kegiatan untuk mengadakan tenaga kerja, memelihara tenaga kerja maupun mempertahankan tenaga kerja bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kompensasi terkandung balas jasa yang sifatnya *financial* yang dapat mempengaruhi prestasi kerja karyawan. Disamping itu juga dapat mempengaruhi keputusan kerja, serta motivasi karyawan. Untuk itu, pemberian kompensasi terhadap karyawan harus benar-benar layak dan adil. Pemberian insentif terhadap karyawan bertujuan untuk membuat karyawan dapat bertahan di perusahaan dalam waktu yang panjang. Setiap karyawan ingin dihargai hasil kerjanya melalui pemberian tunjangan kesejahteraan hidup yang biasanya diberi melalui premi. Hal ini menunjukkan bahwa uang memberikan motivasi yang paling kuat kepada karyawan untuk meningkatkan produktivitasnya. Penjualan memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan, dimana penjualan merupakan cara perusahaan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Peningkatan laba akan semakin meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Peningkatan laba ini dapat terwujud melalui penjualan barang dan jasa.

Pada saat ini persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar begitu ketat antara setiap perusahaan dengan produk yang sejenis. Untuk itu diperlukan promosi agar dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam kegiatan promosi ini perusahaan memberitahukan dan memperkenalkan setiap produk yang dibuat sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Dalam hal ini PT. Syalom Anugrah Perkasa menggunakan strategi penjualan perseorangan untuk meningkatkan penjualannya. Untuk meningkatkan motivasi kepada tenaga kerja pemasaran, perusahaan memberikan komisi penjualan, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan barang. Sesuai dengan uraian di atas maka penulis melakukan penelitian tentang "Peningkatan Target penjualan melalui pemberian Komisi Kepada Tenaga Pemasaran pada PT. Syalom Anugrah Perkasa" Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan target penjualan produk

melalui pemberian komisi kepada tenaga pemasaran pada PT. Syalom Anugrah Perkasa.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli yang terletak di Jalan Diponegoro No. 131 Gunung Sitoli. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pembeiran komisis penjualan, sedangkan variabel terikat adalah target penjualan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data komisi penjualan dan target penjualan pada PT. Syalom Anugra Perkasa Gunung Sitolil. mulai dari tahun 2016 – 2020. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Bentuk umum regresi linier dengan rumus : (Sudjana, 2005 : 312)

$$Y = a + bX$$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setiap tahun penjualan perusahaan berubah-ubah yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti adanya tenaga kerja yang masuk dan keluar dari perusahaan. Besarnya target dan realisasi penjualan pada PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli tahun 2016-2020.

**Tabel 1.**  
**Target dan Komisi Penjualan PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli**

Tahun	Target Penjualan (unit)	Realisasi Penjualan (unit)	Jumlah Komisi (rupiah)	Jumlah Komisi tercapai target (rupiah)	Total Komisi (Rp)
2016	100	96	28.800.000,-	-	28.800.000
2017	120	118	35.400.000,-	-	35.400.000
2018	133	158	47.400.000,-	14.220.000,-	61.620.000
2019	146	163	48.900.000,-	14.670.000,-	63.570.000
2020	166	185	55.500.000,-	16.650.000,-	72.150.000

Sumber: PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli (2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2016, perusahaan membuat target penjualan sebanyak 100 unit sepeda motor, sedangkan realisasi penjualan yang diperoleh hanya sebanyak 96 unit, sehingga tidak mencapai target penjualan. Dengan demikian jumlah komisi yang diterima tenaga penjualan sebesar 96 x Rp. 300.000,- (jumlah komisi per unit) = Rp. 28.800.000,-. Pada tahun 2016 dan 2017

jumlah komisi yang diperoleh oleh tenaga penjualan hanya komis berdasarkan jumlah unit yang terjual. Pada tahun 2018, target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan sebanyak 133 unit, sedangkan realisasi penjualan sebanyak 158 unit. Hal ini menunjukkan bahwa tercapai target penjualan. Dengan demikian jumlah komisi yang diterima tenaga penjualan sebesar  $133 \times \text{Rp. } 300.000,- = \text{Rp. } 47.400.000,-$  ditambah dengan komisi setelah tercapainya target unit yang terjual sebesar 30 % dari total komisi yang diterima dari setiap penjualan unit sepeda motor, sehingga diperoleh komisi setelah tercapainya target sebesar  $30\% \times \text{Rp. } 47.400.000,- = \text{Rp. } 14.220.000,-$ . Besarnya total komisi yang diterima tenaga penjual pada tahun 2009 sebesar Rp. 61.620.000,-.

**Tabel 2.**  
**Realisasi dan Pencapaian Target Penjualan PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli**

Tahun	Target Penjualan (Rupiah)	Realisasi Penjualan (Rupiah)	Persentase Pencapaian Target
2016	1.500.000.000	1.450.000.000	96,67%
2017	1.800.000.000	1.780.000.000	98,89%
2018	2.000.000.000	2.370.000.000	118,50%
2019	2.200.000.000	2.450.000.000	111,36%
2020	2.500.000.000	2.780.000.000	111,20%

*Sumber: PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli (2021)*

Tabel di atas menunjukkan bahwa target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan ada yang tidak tercapai dan ada yang bahkan melebihi dari target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Tahun 2016 dan 2017 target yang ditetapkan tidak tercapai, sedangkan pada tahun 2018, 2019 dan 2020 target penjualan tercapai bahkan melebihi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Besarnya komisi dan realisasi penjualan PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.**  
**Jumlah Komisi dan Realisasi Penjualan PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli**

Tahun	Besarnya Komisi Tenaga Penjualan (dalam juta)	Realiasi Penjualan (%)
2016	28,80	96,67
2017	35,40	98,89
2018	61,62	118,50
2019	63,57	111,36
2020	72,15	111,20

Sumber: PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli (2021)

Dari Tabel 3 selanjutnya dilakukan uji regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh hasil sebagai berikut :

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265.443	1	265.443	10.560	.048 <sup>a</sup>
	Residual	75.413	3	25.138		
	Total	340.856	4			

a. Predictors: (Constant), Komisi Penjualan

b. Dependent Variable: Pencapaian Target

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	84.911	7.253		11.708	.001
	Komisi_Penjualan	.428	.132	.882	3.250	.048

a. Dependent Variable: Pencapaian Target

Dari hasil uji regresi linier tersebut di atas dapat diketahui bahwa pemberian komisi kepada tenaga pemasaran dapat meningkatkan target penjualan sepeda motor pada PT. Syalom Anugrah Perkasa Gunung Sitoli dengan nilai F-hitung sebesar  $10,560 > F\text{-tabel} (10,13)$ . Hal ini menunjukkan bahwa pemberian komisi tenaga kepada pemasaran ”ada pengaruh pemberian komisi tenaga pemasaran dapat meningkatkan target penjualan motor pada PT. Syalom Anugrah Perkasa, Gunung Sitoli”.

Hasil uji regresi linier menghasilkan persamaan  $y = 89,111 + 0,428 X$ . Hal ini berarti bahwa dengan pemberian komisi penjualan kepada tenaga pemasaran sebesar satu satuan akan menambah target penjualan sebesar 0,428 satuan. Misalkan pemberian komisi penjualan yang dilakukan sebesar X akan menambah target penjualan sebesar 0,428 X tersebut.

#### SIMPULAN

Pemberian komisi penjualan terhadap tenaga pemasaran dapat meningkatkan penjualan motor pada PT. Syalom Anugrah Perkasa, Gunung Sitoli. Pemberian komisi yang semakin meningkat maka jumlah penjualan yang dilakukan oleh karyawan semakin meningkat.

1. Hendaknya perusahaan tetap memberikan komisi yang sesuai dengan kemampuan dan standar perusahaan.
2. Sistem komisi yang diterapkan perusahaan juga harus memperhatikan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Jangan sampai perusahaan mengalami kerugian akibat komisi dan biaya operasional yang tidak terkendali.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta dan Irawan, 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi II, Liberty, Yogyakarta.
- Handoko, T. Hani., 2010. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat belas, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*. Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Terjemahan)*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Moekijat, 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisa dan Strategi*. Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.
- Sudjana, 2005. *Metode Statistika*. Edisi Keenam. Bandung : Tarsito.

- Sulistiyani, A. T. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Swastha Dh, Basu, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Dua, Yogyakarta: Liberty.
- Winardi, 2005. *Strategi Pemasaran*. Mandar Maju, Bandung.

