

Analisa dan Perancangan Sistem Perhitungan Insentif Marketing Trade Menggunakan Sistem Remunerasi

Siti Khoiriyah¹, Ratna Mutu Manikam²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Mercu Buana

email: 41817110186@student.mercubuana.ac.id¹, ratna_mutumanikam@mercubuana.ac.id²

(Received: 26 November 2019/ Accepted: 18 Desember 2019 / Published Online: 25 Desember 2019)

Abstrak

PT. Kobe Boga Utama adalah perusahaan yang bergerak dibidang food manufaktur dengan merk dagang seperti Boncabe, Kobe Tepung Bumbu, Selera Saus Tiram, dan lain sebagainya. Mempunyai banyak cabang penjualan yang tersebar diberbagai kota di Indonesia seperti di Jakarta, Bandung, Palembang, Bali dan masih banyak kota lainnya. Pada *department marketing trade* perhitungan dan pencatatan insentif masih bersifat manual yang sering mengakibatkan terjadinya kehilangan data, ketidaksesuaian data, keterlambatan perhitungan insentif yang dapat mempengaruhi kinerja dan target penjualan oleh para sales. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *prototype* dengan skema perhitungan menggunakan sistem remunerasi. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara, dan metode kepustakaan. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu memudahkan perusahaan mendapatkan laporan insentif secara akurat dan untuk para sales dapat mengetahui secara jelas berapa insentif mereka setelah melakukan banyak penjualan secara *real-time* dan *up-to-date*. Hasil dari penelitian ini adalah memberikan informasi sistem perhitungan insentif dengan mudah, cepat dan akurat sehingga memudahkan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan dan pembayaran insentif menjadi lebih lancar sehingga mampu meningkatkan kinerja para sales mencapai target penjualan menjadi lebih baik.

Kata Kunci: Sistem Perhitungan Insentif, Remunerasi, Sales

Abstract

PT. Kobe Boga Utama is a company engaged in food manufacturing with trademarks such as Boncabe, Kobe Flour Seasoning, Oyster Sauce Taste, and so forth. Having many sales branches spread in various cities in Indonesia such as in Jakarta, Bandung, Palembang, Bali, and many other cities. In the trade marketing department, the calculation and recording of incentives are still manual, which often results in data loss, data mismatch, delays in calculating incentives that can affect sales performance and targets. The method used in this study uses a prototype method with a calculation scheme using a remuneration system. Data collection methods using the method of observation, interview methods, and methods of literature. Data analysis uses descriptive analysis. The purpose of this research is expected to help make it easier for companies to get incentive reports accurately and for sales to know clearly how much their incentives are after making lots of sales in real-time and up-to-date. The results of this study are to provide information systems for calculating incentives easily, quickly and accurately making it easier for company management to make decisions and pay incentives more smoothly so as to improve the performance of sales to achieve better sales targets.

Keywords: Incentive Calculation System, Remuneration, Sales.

PENDAHULUAN

Dalam suatu perusahaan demi menjuang kelancaran transaksi penjualan maka sangat dibutuhkan suatu team sales. *Marketing* bagian dari team sales yang berfungsi utama diantara fungsi-fungsi penting lainnya yang ada dalam suatu perusahaan seperti : pembukuan, produksi, pembelanjaan, adminstrasi, IT serta personalia. Sebuah era baru di dalam dunia usaha dan berorganisasi muncul sejalan dengan diperkenalkannya istilah teknologi informasi dan sistem informasi, yaitu bagaimana sebuah organisasi baik berorientasi *profit* maupun *non profit* berusaha untuk menggunakan perangkat komputer, aplikasi dan sarana telekomunikasi untuk meningkatkan kinerja secara signifikan.

Insentif adalah suatu sarana memotivasi berupa materi, yang diberikan sebagai suatu perangsang ataupun pendorong dengan sengaja kepada para pekerja agar dalam diri mereka timbul semangat yang besar untuk meningkatkan produktivitas kerjanya dalam organisasi. Insentif dibedakan menjadi insentif material dan non material. Insentif material dapat diberikan dalam bentuk uang dan jaminan sosial. (Shuwar, Haryono, & Diana, 2018)

Insentif dalam bentuk uang dapat berupa bonus, komisi, profit sharing, dan kompensasi yang ditanggihkan. Sedangkan insentif non material dapat diberikan dalam berbagai bentuk yaitu pemberian gelar (title) secara resmi, pemberian tanda jasa/medali, pemberian piagam penghargaan, pemberian pujian lisan maupun tulisan secara resmi (di depan umum) ataupun secara pribadi, ucapan terima kasih secara formal maupun informal, pemberian promosi (kenaikan pangkat atau jabatan), pemberian hak untuk menggunakan atribut jabatan pemberian perlengkapan khusus pada ruangan kerja, dan lain-lain.

Demikian halnya dengan PT. KOBE Boga Utama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *food manufacturer* yang masih mengalami kesulitan dalam hal perhitungan insentif team salesnya. Demi menunjang efisiensi dan efektif dalam bekerja dibutuhkan sebuah sistem informasi yang sangat membantu dunia usaha yang mampu meminimalkan waktu dan biaya dalam operasionalnya. Analisa dan perancangan perhitungan insentif merupakan proses penting yang harus dilakukan secara komputerisasi untuk mengurangi kesalahan perhitungan, mempercepat proses perhitungan dan pembayaran insentif. Tujuan utamanya adalah memberikan kompensasi bagi sales berupa insentif sebagai kontribusi terhadap perusahaan. Insentif merupakan salah satu proses dalam berorganisasi yang rentan terhadap masalah. Pengolahan data yang lambat dapat mengakibatkan lamanya penyajian informasi, sehingga dimungkinkan pula terjadi keterlambatan pembayaran insentif.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan kemudahan dalam proses perhitungan insentif dan dapat memberikan *output* berupa laporan insentif untuk masing-masing sales sesuai dengan target pencapaian yang telah mereka selesaikan yang diharapkan dapat menaikkan kinerja para sales untuk dapat meningkatkan kinerja dan meningkatkan penjualan dengan lebih banyak lagi. Dan rancangan aplikasi ini juga dapat memberikan sebuah data dan informasi yang bertujuan kepada perusahaan untuk mengetahui tingkat kinerja para sales sehingga penjualan akan terus meningkat.

Tujuan Penelitian ini adalah mempermudah *Data Analyst* dalam menyimpan sekaligus mengolah data perhitungan insentif team sales, mempermudah pembuatan laporan perhitungan insentif yang berfungsi untuk memonitoring jika terjadi kesalahan, meminimalisir keterlambatan dalam proses perhitungan insentif sales.

Manfaat Penelitian ini adalah perancangan sistem manual menjadi komputerisasi dan penyimpanan data sehingga dapat bekerja lebih cepat, tepat dan efisien, mempermudah manajemen untuk menyelesaikan pembayaran insentif kepada team sales.

METODE

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah ini, penulis memerlukan data yang berhubungan dengan topik yang dibahas. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan

penulis dalam penulisan laporan karya ilmiah ini yaitu penulis secara langsung melakukan Penelitian Lapangan (*Field Research*) pada PT. KOBE Boga Utama khususnya pada Department Marketing Trade untuk memperoleh data atau hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian, yang terdiri dari:

1. Metode Observasi

Yaitu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung pada *Department Marketing Trade* yang merupakan tempat dimana penelitian ini dilakukan. Adapaun data yang didapatkan dari kegiatan observasi ini antara lain, data jumlah *team sales marketing trade*, beberapa mekanisme dan rumus yang digunakan untuk proses perhitungan insentif tersebut.

2. Metode Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan kegiatan wawancara dengan beberapa pihak terkait diantaranya *Head of Sales Marketing, Regional Sales Manager*, dan *Data Analyst* PT. KOBE Boga Utama. Dari metode wawancara ini penulis mengajukan pertanyaan secara lisan berkaitan dengan proses bisnis berjalan dalam rangka melakukan perhitungan dari faktor penjualan di *Department Marketing Trade* dan akan diterapkan kepada perancangan sistem perhitungan insentif yang akan dibangun sesuai dengan proses bisnis dan mekanisme atau metode perhitungan yang telah dijelaskan.

3. Metode Kepustakaan

Yaitu melakukan studi kepustakaan dengan tujuan agar memperoleh data teoritis yang bersumber dari buku-buku, makalah dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan perhitungan insentif sales. Sebagai penunjang teori perancangan sistem dalam penelitian ini penulis mengambil referensi beberapa jurnal yang terkait dengan sistem perhitungan insentif sales.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Marketing

“Marketing concept is a philosophy that holds that achieving organizational goals depends on determining the needs and wants of target markets and delivering the desired satisfaction more effectively and efficiently than competitors.” yang artinya konsep *marketing* adalah sebuah filosofi yang memegang prinsip di mana pencapaian tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, dan bagaimana menyampaikan kepuasan yang diharapkan oleh pasar dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. (Agustin & Juanim, 2019)

Insentif

Pengertian Insentif (kompensasi) adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Pembentukan kompensasi yang efektif merupakan bagian penting dari manajemen sumber daya manusia karena membantu menarik dan mempertahankan pekerjaan-pekerjaan yang berbakat. Selain itu sistem kompensasi perusahaan memiliki dampak terhadap kinerja strategis. (Johanariah, 2019)

Forecasting

Pengertian *Forecasting* (peramalan) yaitu : “Penggunaan data atau informasi untuk menentukan kejadian pada masa depan, dalam bentuk perhitungan atau prakiraan dari data yang lalu dan informasi yang lainnya untuk penentuan terlebih dahulu atau prakiraan”. (M Rifqi Hawari M, 2013). Tujuan dan fungsi peramalan adalah untuk mengkaji kebijakan perusahaan yang berlaku saat ini dan dimasa lalu serta melihat sejauh mana pengaruh dimasa datang. Peramalan merupakan dasar penyusun bisnis pada suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan efektifitas suatu rencana bisnis. (M Rifqi Hawari M, 2013)

Dalam perhitungan *forecasting* kali ini penulis menggunakan metode garis lurus (kuadrat terkecil). Dengan rumus yaitu :

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

Berikut ini contoh garis besar perhitungan *forecasting* yang menggunakan metode garis lurus (kuadrat terkecil) :

Tabel 1. Hasil Perhitungan *Forecasting*

Tahun	Penjualan (Y)	X	X ²	XY
2012	1,200,000,000	0	0	-
2013	1,700,000,000	1	1	1,700,000,000
2014	2,200,000,000	2	4	4,400,000,000
2015	2,500,000,000	3	9	7,500,000,000
2016	2,600,000,000	4	16	10,400,000,000
2017	3,100,000,000	5	25	15,500,000,000
2018	3,300,000,000	6	36	19,800,000,000
Total	16,600,000,000	21	91	59,300,000,000

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{7 \times 59,300,000 - 21 \times 16,600,000}{7 \times 91 - (21)^2} \\
 &= \frac{415,100,000,000 - 348,000,000,000}{637 - 441} \\
 &= \frac{66,500,000,000}{196}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{16,600,000,000}{7} - 339,285,714 \left(\frac{21}{7} \right) \\
 &= 2,371,428,571 - 339,285,714 (3) \\
 &= 2,371,428,571 - 1,017,857,143 \\
 &= \mathbf{1,353,571,429}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 y &= \mathbf{1,353,571,429} + (339,285,714 * 7) \\
 &= \mathbf{1,353,571,429} + \mathbf{2,375,000,000} \\
 &= \mathbf{3,728,571,429}
 \end{aligned}$$

Jadi, peramalan penjualan pada tahun 2019 senilai Rp. 3,728,571,429

Sistem Remunerasi

Sistem remunerasi adalah suatu cara, tatanan, penghitungan payment atau penggajian secara metodologis, proposional dan sistematis. Dalam strategi sistem HRM (*Human Resources Management*) dikenal dengan konsep *Reward Management System*. Dalam UU ketenagakerjaan dipakai istilah pengupahan. Upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Sistem ini

menjamin adanya kesetaraan internal dan tingkat persaingan perolehan pasar tenaga kerja yang diinginkan sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan dan ketaatan terhadap peraturan yang berlaku.

Remunerasi merupakan imbalan kerja yang dapat berupa gaji, tunjangan tetap, honorarium, insentif, bonus atas prestasi, pesangon, dan/atau pensiun bagi pegawai di perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk mampu mengelola resources dari pandangan lama yang menganggap resources itu sebagai karyawan atau buruh dan pada saat sekarang dianggap sebagai partner kerja, maka perlu diperhatikan hal-hal yang menyangkut kepemimpinan, insentif, remunerasi dan motivasi. Pengusaha dihadapkan dengan tugas memotivasi karyawan dan menciptakan kepuasan kerja yang tinggi di antara staf mereka. (Rahayu & Ruhamak, 2017)

Untuk menghitung berapa jumlah insentif yang didapat oleh sales, tentunya ada beberapa variabel perhitungan yang ditentukan oleh perusahaan menggunakan metode sistem remunerasi. Diantaranya :

1. Berapa persentase insentif yang akan didapat oleh sales dari total penjualan.
2. Berapa nilai total target penjualan untuk bisa mendapatkan insentif.
3. Periode waktu dalam pencapaian target.

Tabel 2. Skema Perhitungan Insentif Dengan Sistem Remunerasi

No.	Persentase	Kategori
1	< 75%	Tidak mendapat insentif
2	> = 75% s.d 89%	Mendapatkan insentif sebesar Rp. 1,500,000
3	> = 90% s.d 100%	Mendapatkan insentif sebesar Rp. 2,000,000
4	> 100%	Mendapatkan insentif sebesar Rp. 2,500,000

Ketentuan :

1. Apabila terjadi retur barang dari customer, maka akan mengurangi pencapaian target.
2. Total insentif para sales akan dirata-ratakan dengan jumlah hari kerja untuk tiap bulan. Apabila ada sakit, izin, cuti, maka akan mengurangi jumlah hari kerja.

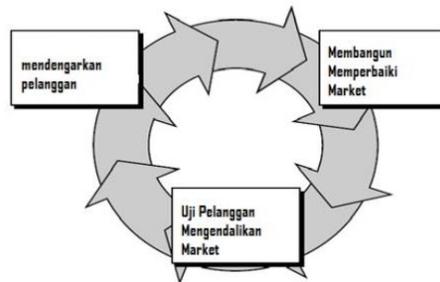
Metode Prototype

Prototype adalah salah satu metode pengembangan perangkat lunak yang banyak digunakan. Dengan menggunakan Metode prototyping ini, pengembangan dan pelanggan dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan sistem.

Proses pada *prototyping* bisa dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengumpulan Kebutuhan. Developer dan klien bertemu dan menentukan tujuan umum, kebutuhan yang diketahui dan gambaran bagian - bagian yang akan dibutuhkan berikutnya. Detail kebutuhan mungkin tidak dibicarakan disini, pada awal pengumpulan kebutuhan.
2. Perancangan. Perancangan dilakukan cepat dan rancangan mewakili aspek *software* yang diketahui dan rancangan ini menjadi dasar pembuatan *prototype*.
3. Evaluasi *Prototype*. Klien mengevaluasi *prototype* yang dibuat dan dipergunakan untuk memperjelas kebutuhan *software*.

Tahapan - Tahapan Prototype

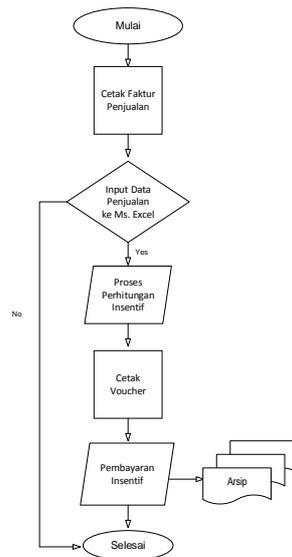


Gambar 1. Metode Prototype Menurut Roger S . Pressman

1. Mendengarkan Pelanggan atau Pengguna
Pada tahap ini dilakukan pengumpulan kebutuhan dari sistem dengan cara mendengar keluhan dari *Data Analyst* terkait kesulitan-kesulitan yang dihadapi saat perhitungan insentif. Untuk membuat suatu sistem yang sesuai kebutuhan, maka harus diketahui terlebih dahulu bagaimana sistem yang sedang berjalan untuk kemudian mengetahui masalah yang terjadi.
2. Merancang dan Membuat *Prototype*
Pada tahapan ini , dilakukan perancangan dan pembuatan *prototype system*. *Prototype* yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan sistem yang telah didefinisikan sebelumnya dari keluhan dan kebutuhan *Data Analyst* saat mengumpulkan data dan proses perhitungan insentif.
3. Uji Coba
Pada tahap ini, *Prototype* dari sistem di uji coba oleh pelanggan atau pengguna. Lalu dilakukan evaluasi kekurangan-kekurangan dari kebutuhan pengguna (*Data Analyst*). Pengembangan kemudian kembali mendengarkan keluhan dari pelanggan untuk memperbaiki *Prototype* yang ada.

Analisa Sistem Berjalan

Pada Gambar 3. Analisa Sistem Berjalan menjelaskan bahwa untuk melakukan perhitungan insentif *Data Analyst* akan mencetak faktur penjualan selanjutnya menginput data penjualan ke *Microsoft Excel*. Perhitungan mengikuti mekanisme dengan limit target penjualan yang sudah ditentukan oleh *Head of Sales Marketing*, jika penjualan sales mencapai target $\geq 75\%$ maka *Data Analyst* akan melakukan perhitungan insentif mengikuti mekanisme sistem remunerasi yang sudah diterapkan diperusahaan. Selanjutnya *Data Analyst* membuat voucher insentif dan diajukan kepada *Head of Sales Marketing* untuk meminta persetujuan dan selanjutnya diserahkan ke pihak *Accounting /Finance* untuk melakukan pembayaran insentif, setelah pembayaran insentif dilakukan oleh pihak *Accounting /Finance* maka voucher insentif harus ditanda tangani oleh *team sales* yang bersangkutan sebagai bukti insentif sudah diterima ke rekening *team sales*, dan selanjutnya arsip voucher disimpan oleh pihak *Accounting /Finance*.



Gambar 2. Analisa Sistem Berjalan

Analisa Diagram Usulan



Gambar 3. Analisa Diagram Usulan

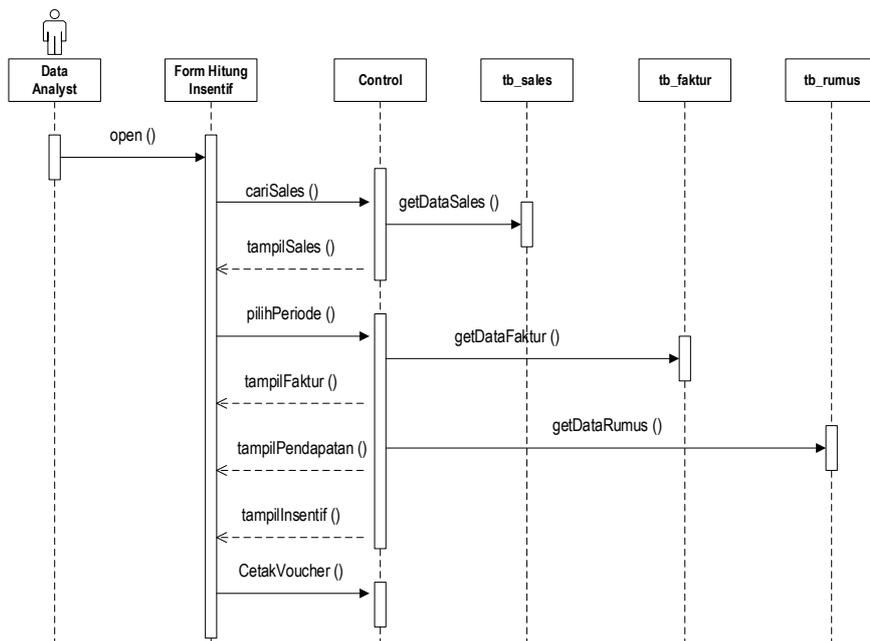
Pada Gambar 4. Analisa Diagram Usulan menjelaskan bahwa *Data Analyst* mengakses sistem pada menu menginput faktur penjualan dan menampilkan laporan penjualan per faktur, laporan penjualan per item, laporan penjualan per bulan, dan laporan penjualan per area. Pada menu menambah user *Data Analyst* bisa menambahkan user baru ke dalam sistem perhitungan insentif.

Pada menu menambah barang *Data Analyst* bisa menambahkan list barang baru dan qty barang, dan menampilkan laporan list barang dan laporan stock barang. Pada menu mengupdate data team sales *Data Analyst* bisa menambahkan anggota sales baru dan menampilkan laporan data team sales. Pada menu menghitung insentif *Data Analyst* memilih

NIK, nama sales, dan periode penjualan untuk mengetahui jumlah insentif yang dicapai, kemudian menampilkan laporan pengeluaran insentif per bulan, dan laporan pengeluaran insentif per sales.

Pada menu menghitung *forecasting Head of Sales Marketing* memilih periode tahun yang ditentukan untuk menampilkan laporan forecasting tahun yang akan datang. Pada menu master target pencapaian penjualan *Head of Sales Marketing* akan mengupdate limit target pencapaian penjualan sales yang akan digunakan untuk menghitung insentif. Pada menu Men-generate "End of Year" *Head of Sales Marketing generate* tahun penjualan ini sama halnya dengan sistem tutup tahun. Saat *Head of Sales Marketing* mengklik tombol *generate* maka sistem akan membuat data penjualan item kosong dengan tahun baru, yang nantinya akan digunakan untuk forecasting.

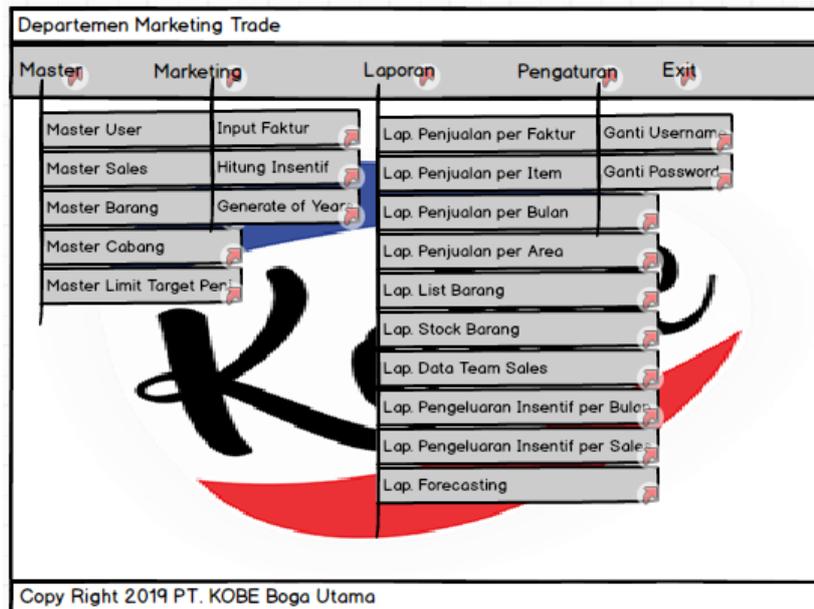
Sequence Diagram



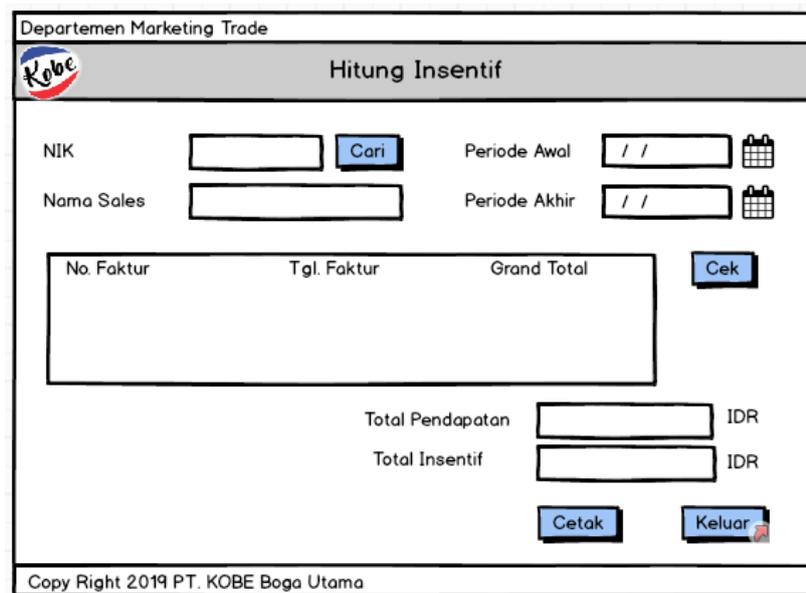
Gambar 4. Sequence Diagram Hitung Insentif

Gambar 5. Sequence Diagram Hitung Insentif menjelaskan *Data Analyst* login terlebih dahulu untuk dapat melakukan perhitungan insentif sales, kemudian *Data Analyst* memilih sales dan menentukan periode terlebih dahulu untuk mendapatkan data faktur yang sesuai, maka sistem akan menampilkan data faktur sekaligus pendapatan dan insentif sales yang telah dipilih sebelumnya. *Data Analyst* melakukan cetak voucher untuk diberikan ke bagian *Accounting /Finance* untuk selanjutnya dilakukan pembayaran insentif.

Rancangan Layar



Gambar 6. Tampilan Halaman Utama



Gambar 7. Tampilan Halaman Hitung Insentif

SIMPULAN

Pada skema perhitungan insentif menggunakan sistem remunerasi dengan nilai insentif yang telah disesuaikan dengan standar perusahaan. Perhitungan Forecasting menggunakan metode garis lurus (kuadrat terkecil) yang dapat menghasilkan perhitungan yang cepat dan akurat dari metode yang sebelumnya digunakan yang terbilang asal. Pengguna sistem dapat mengetahui dengan mudah berapa pendapatan penjualan sesuai dengan periode yang diinginkan. Sistem mampu memberikan laporan penjualan yang *real-time* dan tepat sesuai dengan data penjualan yang ada yang dapat digunakan oleh *Head Trade Marketing* untuk melakukan evaluasi penjualan.

REFERENSI

- Agustin, T. Y., & Juanim, H. (2019). Pengaruh Media Sosial, Citra Merek Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelia. *Thesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UNPAS.
- Johanariah. (2019). *Analisa Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Gembira Loka Yogyakarta*. 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- M Rifqi Hawari M. (2013). Analisis Penerapan Peramalan Untuk Menetapkan Permintaan Produksi Kopi Sangrai Svarga pada PT. Indische Archipel. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rahayu, B., & Ruhamak, M. D. (2017). Pengaruh Kepemimpinan, Insentif, Remunerasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Pt Industri Sandang Pangan Nusantara Cilacap). *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v2i1.15>
- Shuwar, Z., Haryono, A. T., & Diana, P. (2018). Pengaruh Pemberian Insentif Material dan Non Material Terhadap Peningkatkan Kinerja Melalui Kepuasan Kerja. *Maharaja Agrasen Institute of Management and Technology Journal of IT & Management*, 4(4), 1–19.