

Pengaruh penilaian kinerja terhadap penentuan kompensasi di Departemen Penjualan dan Pemasaran PT. XYZ

Geraldine Inez, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=122661&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebelum tahun 2008, PT. XYZ tidak memiliki suatu sistem penilaian kinerja untuk menilai kinerja para karyawannya. Khususnya di Departemen Penjualan dan Pemasaran, kinerja hanya diukur berdasarkan pada prestasi pegawai dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan setiap tahun. Sebagai penghargaan terhadap prestasi tersebut, diberlakukan sistem pemberian imbalan berupa bonus atas target penjualan tertentu. Namun, sistem ini dirasakan tidak selalu menjamin karyawan untuk termotivasi mencapai target penjualan yang lebih tinggi atau memperbaiki kinerja yang kurang.

Oleh karena itu, pada tahun 2008, disusun dan diterapkanlah suatu sistem penilaian kinerja oleh manajer lini di Departemen Penjualan dan Pemasaran tersebut. Namun, penerapan sistem baru ini juga masih dirasakan belum memperlihatkan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

Maka, dari kasus tersebut, dilakukanlah penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi karyawan terhadap sistem penilaian kinerja yang diterapkan tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap penentuan kompensasi, sehingga dapat diketahui juga apakah ada permasalahan atau kekurangan-kekurangan yang perlu diperbaiki dalam sistem tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat analisa eksploratif, dimana data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan diterjemahkan ke dalam angka yang dianalisa secara statistik, dan kemudian diterjemahkan kembali ke dalam bahasa kualitatif untuk hasil laporan.

Pada akhir penelitian, hasil laporan juga akan merekomendasikan prinsip-prinsip sistem penilaian kinerja dan kompensasi/rewarding yang baik bagi karyawan di bagian penjualan dan pemasaran untuk pertimbangan perusahaan.

.....Prior to 2008, a performance appraisal system had not been applied at PT. XYZ in order to evaluate the performance of its employees. The performance of sales and marketing forces was only assessed based on their achievement of certain levels of sales targets, which had been set up every year. In order to reward such achievement, the employees were given a certain amount of bonuses of each target levels. However, this kind of system was not good enough to motivate their employees in order to achieve a higher sales target level or at least to improve their performance.

Furthermore, in 2008, the new manager of sales and marketing department had decided to develop a performance appraisal system for the sales forces. Unfortunately, the system has not showed a significant result in improving the employees' performance or motivating the forces.

Therefore, based on the case, this research is conducted to seek employee's perception on the current performance appraisal system and how it influences the ompensation system in order to find out if there is a problem in the system to be solved or the needs of revision.

This research uses a quantitative method with an explorative analytical design. The data obtained from the questionnaires would be interpreted in numbers for statistic analysis purpose, and later they would be converted again into the qualitative form to describe the overall results.

At the end of the research, a recommendation containing some principals of the performance appraisal system and compensation/rewarding for the sales and marketing forces would be proposed to the company for their consideration.