

**TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)**

**ANALISIS PENGARUH INSENTIF DAN PRODUKTIVITAS  
*MARKETER* PADA KINERJA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT  
SYARIAH DAN BANK PERKREDITAN RAKYAT**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Magister Manajemen**

**Disusun Oleh :**

**DEWI MARDALELA**

**NIM: 017986011**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA  
JAKARTA  
2014**

## ABSTRAK

### **Analisis Pengaruh Insentif dan Produktivitas *Marketer* pada Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat**

Dewi Mardalela

Universitas Terbuka

Dewimardalela@ymail.com

**Kata Kunci :** Insentif, Produktivitas *Marketer* dan Kinerja Perusahaan

Peningkatan kinerja di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan ~~kepentingan~~ semua pihak terkait, baik bagi pemilik, pengurus maupun pengguna jasa bank, hal tersebut dikarenakan fungsi bank sebagai lembaga mediasi antara simpanan dana pihak ke III dan penyaluran dana. Untuk meningkatkan kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat, tentunya harus ditunjang oleh sumber daya manusia yang memiliki produktivitas yang tinggi, terutama *marketer* yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai penyalur dana atau pinjaman. Produktivitas *marketer*, dalam suatu lingkungan kerja sangat dipengaruhi oleh faktor yang bersifat materi maupun non materi. Penyebab yang bersifat materi, misalnya berhubungan dengan penetapan upah ataupun insentif, pemberian insentif merupakan bagian yang menarik, karena insentif akan diberikan kepada *marketer* yang mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan, maka peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh insentif dan produktivitas *marketer* pada kinerja BPRS dan BPR.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh insentif dan produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan di BPRS Cempaka dan BPR Makmur. Desain penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kasualitas. Populasi yang menjadi pengamatan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan mikro, yaitu BPRS dan BPR yang berada di Jakarta Selatan dan Kabupaten Tangerang, dan penentuan jumlah sampel dilakukan atas dasar purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan beberapa tahap dalam melakukan analisis data *time series*, yaitu uji deskriptif, uji asumsi klasik, uji stasioneritas, uji model koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji hipotesis.

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan pada BPRS Cempaka, tidak terdapat pengaruh secara signifikan insentif pada kinerja perusahaan, dengan koefisien determinasi 8,4 % dan koefisien regresi 25, dan tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara produktivitas ~~marketer~~ pada kinerja perusahaan, dengan koefisien determinasi 5,6 % dan koefisien regresi 0,0265. Hasil penelitian pada BPR Makmur, tidak terdapat pengaruh secara signifikan insentif pada kinerja perusahaan dengan koefisien determinasi 6,3 %, dan koefisien regresi 72. Terdapat pengaruh secara signifikan produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan dengan koefisien determinasi 21,56 % dan koefisien regresi 1,6

## ABSTRACT

### **An Analysis of the Influence of Incentive and *Marketer* Productivity on Performance of Syariah Rural Bank and Rural Bank**

Dewi Mardalela

Universitas Terbuka

Dewimardalela@gmail.com

**Keywords:** Incentive, *Marketer* Productivity, Performance Company

Improving performance of Syariah Rural Bank (BPRS) and Rural Bank (BPR) is a shared interest of all relevant stakeholders, including the owners, administrators, and bank clients. It is because a bank serves as a mediating institution of third party saving and fund distribution. To improve their performance, BPRS and BPR need the support of human resources with high productivity, particularly those in marketing division who are responsible for tasks and responsibilities for distributing fund and credit. *Marketer* productivity at workplace is influenced by material and non-material factors. Material factor, for instance, is related to decision about salary or incentive. Incentive is an interesting part of responsibility since it is given only for *marketer* division that achieves the specified targets. Therefore, the research aims at analyzing the influence of incentive and *marketer* productivity on performance of BPRS and BPR.

The research focuses on finding out and analyzing the influence of incentive and *marketer* productivity on performance of BPRS Cempaka and BPR Makmur. This is a descriptive and causality research. Populations of the research were micro-financial institutions, namely BPRS and BPR in South Jakarta and Tangerang Regency. The sample size was determined using purposive sampling technique. The research used quantitative method, which involved various phases of data analyses time series, namely descriptive test, classic assumption test, stasioneritas test, coefficient of determination model test ( $R^2$ ) and hypothetical test.

Based on the research at BPRS Cempaka, there was no significant influence of incentive on the performance of BPRS with coefficient of determination of 8,4 %, and coefficient of regression of 25, and there was no significant influence between *marketer* productivity and the company performance, with coefficient of determination of 5,6 % and coefficient of regression of 0,0516. Based on the research at BPR Makmur, there was no significant influence between incentives and performance of BPR, with coefficient of determination of 6,3%, and there was a significant influence between *marketer* productivity and performance of BPR, with coefficient of determination of 21,6% and coefficient of rersion of 1,6

**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN**

**PERNYATAAN**

TAPM yang berjudul Analisis Pengaruh Insentif dan Produktivitas *Marketer* pada Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat. adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan Adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, 19 Juli 2014  
Yang Menyatakan,



METERAI  
TEMPEL  
Pajak Penghasilan  
TGL  
EF5FAAAF945922684  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000 DJP  
(Dewi Mardalela)  
NIM.017986011

**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PENGESAHAN**

Nama : Dewi Mardalela  
NIM :  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Insentif dan Produktivitas *Marketer* pada Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Minggu/15 Juni 2014  
W a k t u : 09.00


Dan telah dinyatakan

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji :  Dr. Tita Rosita, M.Pd

Penguji Ahli :  DR. F.X Bambang Wiharto,MM

Pembimbing I :  Dr. Ari Purwanti

Pembimbing II :  Dr. IG. K.A Ulupui

**LEMBAR PERSETUJUAN TAPM**

Judul TAPM : Analisis Pengaruh Insentif dan Produktivitas *Marketer* pada Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat

Penyusun TAPM : Dewi Mardalela  
 NIM : 017986011  
 Program Studi : Magister Manajemen  
 Hari/Tanggal :

Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Dr. Ari Purwanti**  
 NIP




**Dr. IG.K.A Ulupui**  
 NIP 196612131993032003

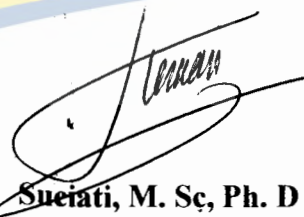
Mengetahui :

Ketua Bidang Ilmu/  
 Program Magister Manajemen

Direktur Program Pascasarjana



**Maya Maria.SE,MM**  
 NIP. 19720501 199903 2 003



**Suciati, M. Sc, Ph. D**  
 NIP. 19520213 198503 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya karena berkat, karunia, dan kasih sayang-Nya, saya dapat menyelesaikan penulisan TAPM (Tesis) ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka. Adapun judul TAPM ini adalah "Analisis Pengaruh Insentif dan Produktivitas *Marketer* pada Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat".

Saya menyadari bahwa dalam penulisan TAPM ini, tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penulisan TAPM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Selama penulisan TAPM ini, penulis juga merasakan banyaknya bantuan moril dari banyak pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Prof.Ir. Tian Belawati, M.Ed,Ph.D selaku Rektor Universitas Terbuka;
2. Ibu Suciati, M.Sc. Ph.D, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
3. Ibu Maya Maria, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka;
4. Ibu Dr. Ari Purwanti, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan TAPM ini;
5. Ibu Dr. I.G.A.K Ulupui selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan TAPM ini;
6. Pengurus dan staf PT BPRS Cempaka Al-amin Jakarta Selatan atas bantuannya dalam penyusunan TAPM ini;
7. Pengurus dan staf PT BPR Makmur Artha Sedaya atas bantuannya dalam penyusunan TAPM ini;
8. Pengurus UPBJJ-UT Jakarta dan staf atas bantuannya yang telah memberikan pelayanan dan kemudahan dalam proses belajar selama penulis mengikuti perkuliahan;

9. Seluruh dosen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Terbuka UPBJJ-UT Jakarta yang telah menyumbangkan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis;
10. Kedua orang tua dan adikku, serta saudara-saudaraku yang selalu setia dengan kasih sayangnya, menyertai perjalanan studi penulis dengan doa dan motivasi;
11. Suamiku Drs. Mohamad Sukri, MM, dan anak-anakku Raisa Melati Ghaisani, Azka Aulia dan Athaya Aurelia Bilqis;
12. Seluruh rekan-rekan mahasiswa di Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka UPBJJ-UT Jakarta.

Akhir kata, kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa membalas segala kebaikan yang telah penulis terima kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama penulis mengikuti perkuliahan dan saat penulisan TAPM ini. Penulis berharap, semoga TAPM ini dapat bermanfaat kepada seluruh pembaca dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 19 Juli 2014

Penulis

Dewi Mardalela



## DAFTAR ISI

Abstrak .....	ii
Abstract .....	iii
Pernyataan .....	iv
Lembar Persetujuan.....	v
Lembar Pengesahan.....	vi
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Rumus .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	14
1. Konsep Kinerja Keuangan.....	14
a. Pengertian Kinerja Keuangan .....	14
b. Tujuan dan Manfaat Penilaian Kerja .....	16
2. Konsep Produktivitas .....	19
a. Pengertian Produktivitas .....	19
b. Jenis Produktivitas .....	21
3. Konsep Insentif .....	26
a. Pengertian Insentif .....	26
b. Tujuan Insentif .....	29
c. Tipe Insentif .....	33
d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Insentif .....	34
B. Penelitian Sebelumnya .....	36
C. Kerangka Berpikir dan Hipotesis .....	40
1. Kerangka Berpikir .....	40
2. Hipotesis .....	41
D. Definisi Operasional.....	44
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian.....	46
B. Populasi dan Sampel.....	46
1. Populasi .....	46
2. Sampel .....	47
C. Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	47
D. Metode Analisis Data .....	50

## BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Subyek Penelitian.....	58
1. Sejarah BPRS Cempaka .....	58
2. Sejarah BPR Makmur .....	58
B. Hasil .....	59
1. BPRS Cempaka .....	59
a. Uji Deskriptif.....	59
- Uji Deskriptif Atas Insentif.....	60
- Uji Deskriptif Atas Produktivitas.....	60
- Uji Deskriptif Atas Kinerja .....	61
b. Uji Asumsi Klasik .....	61
- Uji Normalitas .....	61
- Uji Heterokedasitas .....	62
c. Uji Stasioneritas .....	
- Uji Model Grafik .....	62
- Uji Model Akar Unit .....	64
- Uji Kointegrasi .....	66
- Uji Model Koreksi Kesalahan.....	67
d. Uji Koefisien Determinasi .....	67
e. Uji Hipotesa .....	68
- Hipotesa 1: Insentif Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan .....	68
- Hipotesa 2: Produktivitas <i>Marketer</i> Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan .....	69
2. BPR Makmur .....	69
a. Uji Deskriptif.....	69
- Uji Deskriptif Atas Insentif .....	70
- Uji Deskriptif Atas Produktivitas .....	70
- Uji Deskriptif Atas Kinerja .....	71
b. Uji Asumsi Klasik .....	71
- Uji Normalitas .....	71
- Uji Heterokedasitas .....	72
c. Uji Stasioneritas.....	73
- Uji Model Grafik.....	73
- Uji Model Akar Unit.....	74
d. Uji Koefisien Determinasi.....	75
e. Uji Hipotesa .....	76
- Hipotesa 1: Insentif Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan .....	76
- Hipotesa 2: Produktivitas <i>Marketer</i> Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan .....	76
C. Pembahasan .....	77
1. BPRS Cempaka .....	77
a. Deskriptif.....	79
b. Hipotesa 1: Insentif Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan.....	79
c. Hipotesa 2: Produktivitas <i>Marketer</i> Berpengaruh	

pada Kinerja Perusahaan .....	83
2. BPR Makmur .....	87
a. Deskriptif.....	87
b. Hipotesa 1: Insentif Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan.....	88
c. Hipotesa 2: Produktivitas <i>Marketer</i> Berpengaruh pada Kinerja Perusahaan .....	91
3. Perbedaan Hasil Penelitian BPRS Cempaka dengan BPR Makmur .....	94
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran .....	101
 DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN .....	108



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Insentif, Produktivitas <i>Marketer</i> dan Kinerja Perusahaan .....	6
Tabel 1.2 Pencapaian Target <i>Marketer</i> .....	10
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya .....	39
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.1 Data Penelitian Januari 2010 – Desember 2012 .....	48
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif .....	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Jarque - Bera.....	61
Tabel 4.3 Hasil Uji Glejser.....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Insentif.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Produktivitas .....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Kinerja .....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Akar Unit Data Insentif Sudah Stasioner.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Akar Unit Data Kinerja .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Integrasi .....	66
Tabel 4.10 Persamaan Regresi Dengan Residu Dengan Data Sebelumnya .....	67
Tabel 4.11 Hasil Regresi .....	67
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 1 .....	68
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 2 .....	69
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif .....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Jarque-Bera.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Glejser.....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Insentif .....	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Produktivitas .....	74
Table 4.19 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Kinerja .....	75
Tabel 4.20 Hasil Regresi .....	75
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 1 .....	76
Tabel 4.22 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 2 .....	76
Tabel 4.23 Rangkuman Hasil Penelitian .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Model Grafik Insentif .....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Model Grafik Produktivitas .....	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Model Grafik Kinerja.....	63
Gambar 4.4 Hasil Uji Model Grafik Insentif, Produktivitas dan Kinerja .....	73



## DAFTAR RUMUS

Rumus 2.1 Produktivitas Tenaga kerja .....	21
Rumus 2.2 Produktivitas Tenaga kerja .....	22
Rumus 2.3 Produktivitas Tenaga kerja .....	22
Rumus 2.4 Produktivitas Tenaga kerja .....	22
Rumus 2.5 Produktivitas Modal .....	23
Rumus 2.6 Produktivitas Material .....	23
Rumus 2.7 Produktivitas Energi .....	23
Rumus 2.8 Produktivitas Produksi .....	23
Rumus 2.9 Produktivitas Total .....	24
Rumus 2.10 Produktivitas Produksi .....	25
Rumus 2.11 Produktivitas <i>Marketer</i> .....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Insentif, Produktivitas, Kinerja BPRS Cempaka .....	108
Lampiran 2	Deskriptif BPRS Cempaka .....	110
Lampiran 3	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	111
Lampiran 4	Hasil Uji <i>Stasioneritas</i> .....	113
Lampiran 5	Hasil Uji <i>Kointegrasi</i> .....	117
Lampiran 6	Hasil Uji Koreksi Model Kesalahan .....	118
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesa dan Koefisien Determinasi.....	119
Lampiran 8	Data Insentif, Produktivitas, Kinerja BPR Makmur .....	121
Lampiran 9	Deskriptif BPR Makmur .....	123
Lampiran 10	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	124
Lampiran 11	Hasil Uji <i>Stasioneritas</i> .....	126
Lampiran 12	Hasil Uji Hipotesa dan Koefisien Determinasi.....	128



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat mempunyai peranan penting dalam memajukan perekonomian nasional, terutama dalam memajukan usaha kecil, menengah dan mikro. Sesuai dengan tujuan didirikannya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, untuk selanjutnya disingkat menjadi BPRS dan Bank Perkreditan Rakyat untuk selanjutnya disingkat menjadi BPR, adalah untuk melayani seluruh lapisan masyarakat, terutama kepada pengusaha menengah, kecil dan mikro. Perkembangan jumlah BPRS dari tahun 2010 sampai dengan 2012 menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah pada tahun 2010 sebanyak 150 buah, tahun 2011 sebanyak 155 buah dan tahun 2012 sebanyak 158 buah, sedangkan perkembangan jumlah BPR menunjukkan kebalikannya, dari tahun 2010 sampai dengan 2012 menunjukkan penurunan. Jumlah BPR pada tahun 2010 sebanyak 1.706 buah, tahun 2011 turun menjadi 1.669 buah, dan tahun 2012 menjadi 1.653 buah (Statistik Perbankan Indonesia, 2012). Perkembangan BPRS menjadi tolak ukur eksistensi keberhasilan ekonomi syariah, dengan peningkatan jumlah BPRS menunjukkan keberadaannya semakin dibutuhkan oleh masyarakat, untuk mendapatkan pelayanan jasa perbankan. Untuk meningkatkan pelayanan jasa perbankan, kepada usaha menengah, kecil dan mikro secara optimal, BPRS dan BPR harus sehat dan tangguh (*sustainable*).

Standar untuk melakukan penilaian kesehatan bank telah ditentukan oleh pemerintah melalui Bank Indonesia. Penilaian kesehatan bank dilakukan oleh



Bank Indonesia setiap periode tertentu. Penilaian kesehatan ini diperlukan, untuk mengetahui peningkatan kinerja perusahaan di BPRS dan BPR. Peningkatan kinerja ini merupakan kepentingan semua pihak terkait, baik pemilik, pengurus bank, masyarakat pengguna jasa bank. Penilaian terhadap kinerja suatu bank, dapat dilakukan dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangannya. Laporan keuangan bank diantaranya neraca dan laporan rugi laba. Neraca memberikan informasi kepada pihak luar bank, misal bank sentral, masyarakat umum dan investor, mengenai gambaran posisi keuangannya. Selain itu dapat digunakan pihak eksternal, untuk menilai besarnya resiko yang ada pada suatu bank. Laporan keuangan bank yang lain adalah laporan rugi laba, memberikan gambaran mengenai perkembangan bank yang bersangkutan. Salah satu bagian penting dari analisis terhadap laporan keuangan, adalah berupa pendapatan operasional perusahaan.

Pendapatan operasional adalah berupa pendapatan margin dan bagi hasil bagi BPRS, dan pendapatan bunga dari penyaluran kredit untuk BPR. Pendapatan operasional akan tinggi, apabila jumlah dana yang disalurkan kepada masyarakat semakin besar. Dalam penelitian ini kinerja perusahaan dibatasi hanya dari pendapatan operasional, dan kolektibilitas kredit diasumsikan lancar. Untuk meningkatkan pendapatan operasional, tentunya sangat tergantung dari jumlah penyaluran pembiayaan atau kredit kepada masyarakat. Semakin besar jumlah penyaluran pembiayaan atau kredit, maka pendapatan operasional akan semakin tinggi.

Penyaluran pembiayaan atau kredit untuk masyarakat, merupakan salah satu kegiatan pemasaran produk bank, adapun produk BPRS dan BPR adalah : 1)

Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa, tabungan dan deposito berjangka, 2) memberikan kredit bagi BPR, 3) menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil, 4) menempatkan dananya dalam bentuk deposito berjangka, dan atau tabungan pada bank lain. Kemajuan BPRS dan BPR sangat tergantung dari hasil kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, dimana kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan, menurut Philip Kotler dalam bukunya Kasmir (2008:53) pemasaran adalah : “Suatu proses sosial dan manajerial, dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.”

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah baik di BPRS maupun BPR terhadap produk dan jasa. Kebutuhan dan keinginan para nasabah di BPRS dan BPR, pada umumnya adalah ingin memperoleh pelayanan yang cepat, ingin agar BPRS dan BPR bisa menyelesaikan masalah yang dihadapi, ingin memperoleh kepuasan atas penggunaan produk dan jasa di BPRS dan BPR, ingin memperoleh keuntungan atau manfaat. Sedangkan perbedaan antara BPRS dan BPR, adalah pada BPRS menggunakan konsep dasar operasional yang berlandaskan pada ketentuan-ketentuan Islam, misalnya pada BPRS pengenaan pendapatan berupa bagi hasil untuk penyaluran pembiayaan, sedangkan pada BPR disebut bunga. Demikian juga penyaluran dana untuk masyarakat, di BPRS disebut pembiayaan, serta menggunakan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti prinsip bagi hasil (*mudharabah*), prinsip penyertaan modal

(*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni (*ijarah*). Sedangkan untuk BPR, menyalurkan dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan, dan keuntungan BPR diperoleh dari pendapatan bunga.

Proses penyaluran dana, dimulai dari permohonan pinjaman dari calon debitur, yang selanjutnya dilakukan proses kredit oleh bagian *marketing*, yaitu berupa analisa kredit dan penilaian jaminan, selanjutnya proses persetujuan diajukan pada komite kredit. Anggota komite kredit terdiri dari komisaris, direksi, *marketer* dan administrasi kredit. Apabila komite kredit menyetujui proposal pengajuan kredit yang diajukan oleh bagian marketing, maka dilakukan proses pencairan pembiayaan atau kredit. Setelah pencairan pembiayaan atau kredit, tugas bagian marketing selanjutnya adalah melakukan pemeliharaan terhadap kredibilitas kelancaran kredit, dengan cara *monitoring* dan penagihan secara berkala. Tugas bagian marketing terhadap pemeliharaan debitur, dimulai dari pembiayaan atau kredit cair, sampai pembiayaan atau kredit tersebut dilunasi. Dengan demikian, salah satu yang mempunyai peranan penting untuk memajukan usaha BPRS dan BPR supaya sehat dan tangguh, adalah tenaga *marketing*, dalam hal ini adalah *marketing lending* atau biasa disebut *marketer* (tenaga pemasar). Banyaknya jumlah debitur yang dikelola oleh setiap *marketer*, menunjukkan ukuran produktivitas *marketer*.

Tingkat produktivitas *marketer* di BPRS dan BPR masih sangat rendah, umumnya tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan, dan rata – rata pencapaian dibawah target yang telah ditetapkan. Dengan rendahnya produktivitas tersebut menyebabkan BPRS dan BPR sulit bersaing dengan bank umum. Dalam

penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran produktivitas berupa realisasi penyaluran pembiayaan atau kredit dibagi jumlah *marketer*, di masing-masing perusahaan. Permasalahan lain selain produktivitas yang rendah, adalah sistem pemberian kompensasi yang diberikan untuk tenaga *marketer* di BPRS dan BPR. Umumnya pemberian kompensasi kepada tenaga *marketer* di BPRS dan BPR lebih rendah dibanding kan dengan bank umum, sementara tugas *marketer* BPRS dan BPR lebih berat dibandingkan di bank umum, karena di BPRS dan BPR *marketer* dituntut untuk melakukan proses kredit, dan diwajibkan melakukan penagihan, termasuk penagihan kredit macet. Kompensasi yang diberikan untuk *marketer* di BPRS dan BPR terdiri dari gaji pokok, penggantian uang transportasi, uang makan, uang pulsa, dan insentif.

Pemberian insentif merupakan bagian yang menarik, karena pemberian insentif ini merupakan biaya tidak tetap, dan akan diberikan pada *marketer* yang hanya mencapai target yang telah ditetapkan BPRS dan BPR. Dengan demikian BPRS dan BPR dapat selalu mengukur produktivitas dari masing-masing *marketer*, dan biaya yang dikeluarkan akan lebih efisien, karena pemberian insentif berkaitan dengan pencapaian produktivitas *marketer* di BPRS dan BPR.

Penelitian ini dilakukan di dua perusahaan jasa keuangan, yang menjalankan usaha dibidang perbankan yang melayani segmen usaha kecil, menengah dan *mikro*, dan memiliki perbedaan dalam melaksanakan prinsip dasar operasionalnya. Perusahaan jasa keuangan tersebut adalah BPRS Cempaka berdasarkan prinsip syariah, yang telah beroperasi sejak tahun 2009, dan BPR Makmur berdasarkan prinsip konvensional, yang telah beroperasi sejak tahun 1994. Fungsi utama dari kedua perusahaan tersebut, sebagai mediasi pengelolaan dana

simpanan yang diterima dari masyarakat, berupa tabungan dan deposito, serta menyalurkan dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat. Kompensasi yang diberikan kepada *marketer* di kedua perusahaan tersebut berupa gaji pokok, penggantian transportasi dan uang makan, yang besarnya telah ditetapkan oleh perusahaan dengan jumlah yang sama untuk setiap *marketer*, dan akan dibayarkan apabila *marketer* masuk kerja, kompensasi lainnya adalah penggantian pulsa dan insentif. Besaran insentif yang diberikan kepada *marketer* tidak sama tergantung dari produktivitas masing-masing *marketer*. Faktor yang diperhitungkan untuk pemberian insentif kepada *marketer* adalah: kenaikan outstanding kredit, realisasi pencairan pinjaman dan pemeliharaan kualitas pinjaman berupa kolektibilitas kredit. Untuk melihat insentif, produktivitas dan kinerja di kedua perusahaan tersebut, kami mengambil data dari tahun 2010 – 2012 dengan kondisi sebagai berikut :

Tabel 1.1 Insentif, Produktivitas *Marketing* dan Kinerja Perusahaan

TAHUN PENELITIAN	BPRSCEMPAKA				BPRMAKMUR			
	JUMLAH MARKETING	JUMLAH INSENTIF (Rp.000) (0,2%)	PRODUKTIVITAS 32.183,77/Ag (Rp.000)	KINERJA (Rp.000)	JUMLAH MARKETING	JUMLAH INSENTIF (Rp.000) (0,5%)	PRODUKTIVITAS MARKETING (Rp.000)	KINERJA (Rp.000)
2010	3	950	1.958.172	947.681	10	2.003	814.825	2.504.744
2011	4	800	1.758.625	1.641.935	10	8.611	900.050	2.971.513
2012	5	4.270	1.999.890	2.396.552	7	3.850	1.145.357	3.172.512

Sumber Laporan Keuangan Publikasi

Keterangan tabel:

produktivitas *marketing*: dihitung dari realisasi pinjaman

Jumlah *marketing*: banyaknya *marketing* di perusahaan setiap tahun

Jumlah insentif: total insentif yang dikeluarkan. Untuk BPRS 0,2% dari

Produktivitas dan BPR 0,5 % dari produktivitas

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat jumlah *marketer* di BPRS Cempaka setiap tahunnya mengalami pertambahan, dengan posisi tahun 2012 sebanyak 5 orang *marketer*. Jumlah insentif yang diberikan oleh BPRS Cempaka cenderung berfluktuasi, pada tahun 2011 terjadi penurunan sebesar 5,2 % bila dibandingkan

dengan jumlah insentif yang diberikan di tahun 2010, dan tahun 2012 meningkat kembali sebesar 433 % dibandingkan dengan tahun 2011. Demikian juga halnya dengan produktivitas *marketer*, pada tahun 2011 mengalami penurunan, dan tahun 2012 meningkat kembali sebesar 13,7 %. Meskipun insentif dan produktivitas berfluktuasi, tidak demikian halnya dengan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan setiap tahunnya menunjukkan peningkatan, kinerja perusahaan dalam hal ini diukur dari pendapatan operasional. Pada tahun 2011 pendapatan operasional meningkat sebesar 70,4 %, dan tahun 2012 meningkat 48,4 %. Terlihat setiap tahunnya kinerja perusahaan meningkat secara signifikan, meskipun insentif dan produktivitas menurun.

Jumlah produktivitas *marketer* di BPR Makmur lebih sedikit dibandingkan dengan produktivitas *marketer* di BPR Cempaka, meskipun jumlah *marketer* di BPR makmur lebih banyak dibandingkan dengan BPRS Cempaka. Jumlah *marketer* sebanyak 10 orang di BPR Makmur pada tahun 2010 dan tahun 2011, tahun 2012 berkurang menjadi 7 orang, sedangkan jumlah *marketer* di BPR Cempaka tahun 2010 sebanyak 3 orang, tahun 2011 sebanyak 4 orang dan tahun 2012 sebanyak 5 orang. Di BPR Makmur, jumlah insentif yang diberikan berfluktuasi, tahun 2011 jumlah insentif yang diberikan naik sebesar 21,9 % dibandingkan dengan tahun 2010, dan pada tahun 2012 jumlah insentif yang diberikan menurun sebesar 55,3 % dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun jumlah insentif yang diberikan berfluktuasi, akan tetapi kinerja perusahaan tetap meningkat.

Tujuan dari insentif, adalah sebagai perangsang bagi karyawan yang mempunyai prestasi didalam suatu perusahaan, agar mempunyai semangat

didalam melakukan aktifitas, sehingga betah dan bertahan dalam perusahaan untuk menghasilkan keuntungan perusahaan, menurut Heidrachman (2000:161) memberikan pengertian mengenai insentif, dimana insentif merupakan suatu bentuk motivasi yang dinyatakan dalam bentuk uang, begitu pula dengan Handoko dalam bukunya Mangkunegara (2009:89), mengemukakan “Insentif adalah untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam upaya mencapai tujuan organisasi” dan menurut Noe et.al. dalam bukunya Iswanto (2005:7.49) terdapat tiga teori yang dapat membantu menjelaskan pengaruh upah dengan perilaku karyawan, yaitu teori penguatan, teori pengharapan dan teori agen, dalam teori penguatan jika suatu kinerja yang tinggi yang tidak langsung diikuti dengan suatu penghargaan, maka dapat menurunkan kinerja tersebut di masa datang, dengan demikian seharusnya semakin tinggi insentif yang diberikan, maka produktivitas akan semakin tinggi dan dampaknya kinerja perusahaan akan semakin baik. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardianto (2013) dengan judul Pengaruh Pengawasan dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Samarinda. Dengan hasil penelitian nilai korelasi ( $r$ ) variabel pengawasan, insentif finansial dan insentif non finansial mempunyai hubungan yang kuat dengan kinerja karyawan PDAM. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan Ardianto (2013) pengukuran kinerja yang diukur merupakan kinerja karyawan, sedangkan yang peneliti lakukan adalah kinerja perusahaan, berupa pendapatan operasional perusahaan. Penelitian lainnya yang menjadi referensi adalah Iryanto (2012), dengan judul penelitian Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja Terhadap Laba Operasional Perusahaan, studi kasus di perusahaan konveksi

Daniel Setiadi, dengan hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh antara modal kerja terhadap laba operasional, secara parsial tidak terdapat pengaruh antara produktivitas terhadap laba operasional, dan secara simultan terdapat pengaruh antara modal kerja dan produktivitas terhadap laba operasional perusahaan konveksi Daniel Setiadi, demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marwan (2011) di Universitas Yordania, dengan judul penelitian *Relationship between Incentives and Organizational Performance For Employees In the Jordanian Universities*, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dan moral dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania.

Penelitian lainnya adalah Rahmat Saeful (2010) melakukan penelitian produktivitas tenaga kerja terhadap kinerja perusahaan studi kasus PT HINI Daiki Indonesia, dengan hasil penelitian kinerja perusahaan dipengaruhi produktivitas tenaga kerja sebesar 57,5 %. Penelitian lainnya yang menjadi referensi dilakukan oleh Caldieraro (2009) di Chicago dan California, dengan judul penelitian *The Optimal Sales Force Divesification and Group Incentive Payment*, diperoleh hasil pemberian insentif untuk tenaga marketing secara berkelompok, berkorelasi positif terhadap produktivitas, dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan hampir diseluruh wilayah penelitian, perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, jumlah tenaga *marketing* di BPRS dan BPR tidak banyak, dan subyek penelitian target *marketing* perorang atau *marketer*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Caldieraro (2009) melibatkan sejumlah tenaga *marketing* di perusahaan dan dibagi kelompok *marketing* disetiap wilayah. Penelitian lainnya



dilakukan oleh Mohamad Abang (2009) pada perusahaan *manufacture* di Malaysia, terbukti insentif berhubungan positif dengan kinerja organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Shen shieh (2008) penelitian dilakukan pada direksi, manager dan staf di Taicang City Taiwan, diperoleh hasil sistem kompensasi dari suatu perusahaan, termasuk bonus, penghargaan memiliki efek positif pada kinerja organisasi, perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, subyek penelitian hanya pada *marketer* tidak melibatkan karyawan bagian lain di BPRS dan BPR.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, diperoleh data pencapaian target *marketer* dengan periode amatan dari tahun 2010 – 2012, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pencapaian Target *Marketer*

NAMA BANK	TAHUN PENELITIAN	TARGET PENCAIRAN PINJAMAN (Rp.000)	REALISASI PINJAMAN (Rp. 000)	PENCAPAIAN TARGET (%)
BPRS CEMPAKA	2010	5.400.000	5.875.118	109 %
	2011	7.200.000	7.034.500	98 %
	2012	9.000.000	9.999.450	111 %
BPR MAKMUR	2010	18.000.000	8.148.250	45 %
	2011	18.000.000	9.000.500	50 %
	2012	12.600.000	8.017.500	64 %

Sumber : Data Laporan Keuangan BPRS Cempaka dan BPR Makmur

Realisasi pencairan pinjaman di BPRS Cempaka hampir setiap tahunnya melampaui target, dengan pencapaian pada tahun 2010 sebesar 109 %, tahun 2011 pencapaian target 98 %, dan tahun 2012 sebesar 111 %. Sedangkan di BPR Makmur setiap tahunnya target tidak tercapai, dengan pencapaian target realisasi pinjaman pada tahun 2010 sebesar 45 %, tahun 2011 sebesar 50 %, dan tahun 2012 sebesar 64 %. Dengan tidak tercapainya target di BPR Makmur

menimbulkan hilangnya potensi pendapatan operasional, baik dari pendapatan administrasi, maupun pendapatan dari bunga kredit. Potensi hilangnya pendapatan operasional sebesar Rp 2,6 milyar pada tahun 2010, Rp 2,3 milyar pada tahun 2011, dan Rp 1,2 milyar pada tahun 2012. Potensi hilangnya pendapatan tersebut diperoleh dari besaran target yang tidak tercapai dikalikan dengan asumsi pendapatan administrasi sebesar 2 % dan pendapatan bunga kredit sebesar 2 % setiap bulan.

Berdasarkan fenomena dan data amatan yang terdapat dalam tabel 1.1 dan tabel 1.2 di atas, serta dari hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai sistem kompensasi berupa insentif, yang diberikan kepada *marketer* dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan, dan pengaruh produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan di BPRS dan BPR. Periode penelitian ini adalah selama 3 periode yaitu tahun 2010-2012, dengan mengamati laporan keuangan tiap bulan, yaitu laporan keuangan bulan Januari tahun 2010 sampai dengan laporan keuangan Desember tahun 2012, sehingga diperoleh tiga puluh enam amatan. Penelitian dikhususkan pada *marketer* di BPRS Cempaka dan BPR Makmur, dan memiliki karakteristik sistem operasional yang berbeda, BPRS berdasarkan prinsip syariah, sedangkan BPR merupakan perbankan konvensional. Pemberian upah kepada *marketer* lebih mudah terukur apabila dikaitkan dengan produktivitas, dan *marketer* merupakan ujung tombak bagi kemajuan BPRS dan BPR.

Berdasarkan latar belakang masalah inilah, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai hal tersebut diatas, dan menyajikannya dalam suatu karya ilmiah yang berupa tesis dengan judul: "Analisis Pengaruh Insentif

dan Produktivitas *Marketer* pada Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat”.

## **B. Perumusan Masalah**

BPRS Cempaka dan BPR Makmur memandang pentingnya pemberian insentif kepada *marketer*, dimana insentif ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi *marketer* guna meningkatkan produktivitasnya, dalam mencapai target realisasi pinjaman. Semakin tinggi produktivitas diharapkan semakin tingginya kinerja perusahaan, terutama dalam hal ini adalah pendapatan operasional. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka rumusan masalah yang akan diteliti mencakup :

1. Apakah terdapat pengaruh insentif *marketer* pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR Makmur ?
2. Apakah terdapat pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR Makmur ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh insentif *marketer* pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR Makmur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR Makmur.

#### D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperlukan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan bagi industri perbankan, khususnya BPRS dan BPR. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat digunakan dalam pengembangan teori, khususnya tentang pengaruh pengaruh insentif dan produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan pada BPRS dan BPR. Perbedaan penelitian dengan peneliti sebelumnya adalah, pengukuran kinerja yang diukur menggunakan kinerja perusahaan, sedangkan penelitian sebelumnya adalah kinerja karyawan, selain itu dalam penelitian ini lebih memberikan fokus penelitian terhadap produktivitas *marketer*, yang merupakan ujung tombak dari perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi di rujukan dalam melakukan analisis pengaruh insentif dan produktivitas *marketer*, terhadap kinerja perusahaan di BPRS dan BPR. Serta direkomendasikan untuk melakukan penelitian lebih mendalam terhadap sistem pemberian insentif yang cocok terhadap *marketer* di perusahaan *mikro finance*, khususnya BPRS dan BPR.
3. Untuk perusahaan BPRS Cempaka dan BPR Makmur, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan, dalam rangka melakukan perumusan kebijakan dan menentukan strategi yang harus dilakukan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Konsep kinerja keuangan**

###### **a. Pengertian kinerja keuangan.**

Perbankan di Indonesia terbagi atas dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menurut jenisnya terdiri atas bank umum dan bank perkreditan rakyat. Bank syariah menurut jenisnya, terdiri dari bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah sebagaimana dalam Undang-Undang No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Perbedaan mendasar antara bank umum (konvensional dan syariah) dengan bank pembiayaan rakyat syariah atau bank perkreditan rakyat, adalah dalam kegiatan usahanya. Bank pembiayaan rakyat syariah dan bank perkreditan rakyat tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran giral. (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) untuk selanjutnya disingkat menjadi BPRS dan BPR (Bank Perkreditan Rakyat).

Tingkat kesehatan Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah (BPRS) maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR), merupakan kepentingan semua pihak terkait, baik pemilik, pengurus bank, masyarakat pengguna jasa bank. Penilaian terhadap kinerja suatu bank dapat dilakukan dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangannya. Laporan keuangan bank berupa neraca memberikan informasi kepada pihak luar bank, misal bank sentral, masyarakat umum dan investor, mengenai gambaran posisi keuangannya, yang lebih jauh

dapat digunakan pihak eksternal untuk menilai besarnya resiko yang ada pada suatu bank. Laporan rugi laba memberikan gambaran mengenai perkembangan bank yang bersangkutan.

Pengertian kinerja keuangan menurut Darsono (2010:47) dalam buku Manajemen Keuangan, menyatakan bahwa: "Kinerja keuangan ialah hasil kegiatan operasi perusahaan yang disajikan dalam bentuk angka-angka keuangan" dan pengertian kinerja keuangan menurut Syafarudin (2000:153) dalam buku Alat-alat Analisis Pembelanjaan, menyatakan bahwa:

Kinerja keuangan perusahaan adalah mengukur sampai sejauh mana prestasi, peningkatan, posisi atau *performance* dari nilai perusahaan yang diukur melalui laporan keuangan, baik melalui neraca maupun laba rugi yang dibutuhkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan pengertian tersebut diatas, kinerja keuangan adalah mengelola operasional keuangan perusahaan secara efektif dan efisien, dalam upaya mencari laba usaha optimal. Penilaian kinerja keuangan itu sendiri berkaitan erat dengan informasi akuntansi. Akuntansi dapat memberikan informasi tentang kondisi keuangan dan hasil operasi serta kinerja keuangan perusahaan, seperti tercermin dalam laporan keuangan perusahaan. Oleh karena itu informasi akuntansi dalam laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat komunikasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam laporan keuangan tersebut. Pada umumnya perusahaan yang mampu mengelola operasional perusahaan secara efektif dan efisien, maka kinerja perusahaannya akan semakin baik, sehingga tingkat keuntungan yang dicapai akan semakin tinggi. Apabila kinerja keuangan suatu perusahaan baik, maka harga sahamnya akan dapat dinaikkan atau setidaknya dipertahankan pada tingkat yang menguntungkan (*favorable*), sehingga kemampuan perusahaan untuk menarik modal dengan penjualan saham-saham akan semakin bertambah besar

b. Tujuan dan manfaat penilaian kinerja.

Pengukuran kinerja merupakan suatu hal yang penting dalam proses perencanaan dan pengendalian melalui pengukuran kinerja, perusahaan dapat melakukan perencanaan dan dapat memilih strategi yang dapat dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara umum. Tujuan suatu perusahaan mengadakan kinerja adalah untuk :

- 1). Menetapkan kontribusi masing-masing divisi atau perusahaan, secara keseluruhan atau kontribusi dari masing-masing sub divisi suatu divisi (evaluasi ekonomi atau evaluasi segmen).
- 2). Memberikan dasar untuk mengevaluasi kualitas kerja masing-masing manager divisi (evaluasi managerial).
- 3). Memotivasi para manajer divisi supaya konsistensi mengoperasikan divisinya, sehingga sesuai dengan tujuan pokok (evaluasi operasi).

Disamping tujuan-tujuan diatas, pengukuran kinerja mempunyai manfaat bagi manajemen untuk menciptakan organisasi yang efektif dan efisien.

Upaya perusahaan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan, dapat dilihat pada laporan keuangan untuk dianalisis, sehingga bisa diketahui kondisi perusahaan tersebut, baik dari segi asset, persediaan, kewajiban, permodalan maupun Rugi dan Laba perusahaan. Kinerja keuangan BPRS dan BPR yang sangat baik, adalah BPRS dan BPR yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba, dan tingkat tingkat efisiensi operasi yang tinggi, sehingga mampu berkembang secara optimal. Untuk pengukuran kinerja BPRS dan BPR dengan melakukan penilaian kesehatan bank, faktor penilaian itu biasanya disingkat CAMEL (Capital, Aktiva Produktif, Manajemen, Earning berupa

Rentabilitas dan Likuiditas). Pengukuran Kinerja dalam penelitian ini hanya menggunakan salah satu alat ukur yaitu pendapatan operasional.

Pendapatan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan, dengan menggunakan segala sumber yang ada dalam perusahaan. Pendapatan menurut Hadiwijaya dan Rivai (2000:146) berpendapat, bahwa pendapatan adalah imbalan dari penyerahan barang atau jasa yang disebut juga dengan penjualan. Dari pengertian diatas, pendapatan terdiri dari beberapa komponen yaitu pendapatan operasional dan non operasional.

#### 1) Pendapatan Operasional.

Pendapatan operasional adalah semua pendapatan yang merupakan hasil langsung dari kegiatan usaha bank yang benar-benar diterima. Pendapatan operasional bank secara terperinci adalah sebagai berikut :

##### a) Hasil bunga

Hasil bunga adalah pendapatan bunga bank dari pinjaman yang diberikan maupun dari penanaman-penanaman yang dilakukan oleh bank.

##### b) Provisi dan komisi

Provisi dan komisi adalah pendapatan yang terima oleh bank dari berbagai kegiatan yang dilakukan, seperti provisi kredit, provisi transfer, komisi pembelian / penjualan efek-efek dan lain-lainnya.



c) Pendapatan lainnya

Adalah pendapatan lainnya yang merupakan hasil langsung dari kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan operasional bank.

Pencatatan pendapatan pada umumnya berdasarkan dua sistem, yaitu basis kas dan basis akrual, basis kas (*Cash Basis*) adalah teknik pencatatan ketika transaksi terjadi dimana uang benar diterima, dan basis akrual (*Accrual Basis*) teknik pencatatan, ketika uang belum diterima, sedangkan standar akuntansi untuk BPR dengan menggunakan Standar Akuntansi Keuangan bagi Entitas Tanpa Akutansi Publik (SAK-ETAP) yang telah diberlakukan bagi BPR sejak 1 Januari 2010 dan bagi BPRS dengan menggunakan Pedoman Akutansi Perbankan Syariah (PAPSI) dan tahun 2003 dan Pedoman Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no 59 tanggal 1 Mei 2002, serta Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan PSAK No 101 tanggal 27 Juni 2007 mengenai perbankan syariah, dari kedua peraturan tersebut menyatakan bahwa pendapatan bunga bagi BPR Konvensional dan margin atau bagi hasil bagi BPR Syariah dari perjanjian kredit atau pinjaman berupa kredit lancar diakui secara akrual, sedangkan kredit yang masuk dalam katagori kurang lancar, diragukan dan macet diakui secara kas.

2) Pendapatan non operasional

Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang tidak berhubungan dengan kegiatan usaha bank, misalnya penyewaan gedung.

Pendapatan BPRS dan BPR sebagian besar diperoleh dari hasil penyaluran dana berupa kredit atau pinjaman kepada masyarakat, pendapatan atas penyaluran dana pada masyarakat berupa, provisi, komisi, administrasi dan bunga kredit bagi BPR dan bagi hasil atau margin bagi BPRS. Tingginya pendapatan, baik di BPRS

maupun BPR dipengaruhi oleh banyaknya jumlah kredit atau pinjaman yang disalurkan kepada masyarakat, tinggi rendahnya penyaluran kredit atau pinjaman yang disalurkan kepada masyarakat dipengaruhi dari produktivitas *marketer* diperusahaan BPRS dan BPR, dengan demikian produktivitas *marketer* sangat penting bagi peningkatan kinerja di BPRS dan BPR

## 2. Konsep produktivitas

### a. Pengertian produktivitas.

Pada dasarnya setiap organisasi akan berupaya untuk meningkatkan produktivitasnya, karena dengan peningkatan produktivitas akan meningkatkan efisiensi, dan meminimumkan biaya yang harus dikeluarkan dan memaksimalkan keluaran yang diharapkan. Produktivitas mempunyai arti yang beragam, tergantung dari sudut mana kita melihatnya. Produktivitas dapat berarti lebih banyak hasil dengan mempertahankan biaya tetap, mengerjakan suatu pekerjaan dengan benar sesuai dengan aturan, bekerja lebih cerdas dan lebih keras atau untuk mendapatkan hasil yang lebih cepat dan lebih banyak.

Produktivitas mengandung pengertian filosofis, definisi kerja dan teknis operasional, secara filosofis, produktivitas mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan. Keadaan hari ini harus lebih baik dari kemarin, dan mutu kehidupan besok harus lebih baik dari hari ini. Pandangan hidup dan sikap mental yang demikian akan mendorong manusia untuk tidak cepat merasa puas dan akan terus meningkatkan kemampuan kerjanya. Untuk definisi kerja, produktivitas merupakan perbandingan antara hasil yang dicapai (keluaran) dengan keseluruhan sumber daya (masukan) yang dipergunakan persatuan waktu, definisi kerja ini mengandung cara atau metode

pengukuran, walaupun secara teori dapat dilakukan tetapi secara praktek sukar dilaksanakan, terutama karena sumber daya masukan yang dipergunakan umumnya terdiri dari banyak macam dan diproporsi yang berbeda.

Menurut pendapat Greenberg dalam Sinungan (2008:12) : “Produktivitas sebagai perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu dibagi totalitas masukan selama periode tersebut.” Demikian juga halnya menurut *Internal Labour Office dalam Introduction Work Study* dalam Hasibuan (2003:114) menyebutkan : “Produktivitas sebagai perbandingan antara pengeluaran (output) dengan pemasukan (input)”.

Paul Mali dalam Hasibuan (2003:114) juga mengungkapkan pendapat yang hampir sama, yakni : “Produktivitas adalah bagaimana menghasilkan atau meningkatkan hasil barang dan jasa setinggi mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien”. Dewan Produktivitas Nasional dalam Setiawan (2012:80) mendefinisikan “Produktivitas sebagai suatu sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa mutu kehidupan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini”. Definisi tersebut memiliki indikator: (1) cerdas, (2) profesional, (3) kreatif dan inovatif, (4) berprestasi, (5) semangat kerja.

Berdasarkan uraian dan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produktivitas kerja pegawai adalah perbandingan antara *output* yang dihasilkan dengan segala sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya (*input*), dalam pencapaian tujuan organisasi secara efektif dalam pelaksanaan tugasnya dan efisien dalam penggunaan sumber-sumber daya, yang meliputi jumlah, mutu hasil kerja yang ditandai oleh adanya kemampuan

menyelesaikan pekerjaan, kemampuan memanfaatkan sarana dan kemampuan dalam mengatasi masalah pekerjaan.

b. Jenis produktivitas.

Menurut Kusriyanto (2005:15), model pengukuran produktivitas yang paling sederhana adalah pendekatan dengan menggunakan rasio *output* dibagi dengan *input*. Pengukuran produktivitas berdasarkan pendekatan ini, akan menghasilkan dua jenis ukuran produktivitas, antara lain :

1) Produktivitas Parsial

Produktivitas parsial sering juga disebut dengan produktivitas faktor tunggal (*single-factor productivity*) yang menunjukkan perbandingan antara *output* dengan salah satu faktor yang dipergunakan untuk menghasilkan *output* tersebut.

Berikut ini adalah beberapa contoh dari produktivitas parsial, yaitu :

a) Produktivitas Tenaga Kerja merupakan ukuran produktivitas parsial dibagi *input* tenaga kerja yang diukur berdasarkan:

$$\text{Produktivitas Tenaga Kerja} = \frac{\text{Output Total}}{\text{Input Tenaga Kerja}} \quad (2.1)$$

Produktivitas tenaga kerja sering kali disebut sebagai *man hour*, yang berarti sejumlah pekerjaan yang dikerjakan oleh seorang pekerja dengan kemampuan rata-rata dalam waktu satu jam. Input yang dimaksud adalah total waktu yang dibutuhkan oleh pekerja, untuk menyelesaikan pekerjaannya tanpa adanya interupsi apapun. Adapun jenis-jenis interupsi yang dimaksud adalah istirahat, makan dan kegiatan-kegiatan tubuh lainnya yang tidak dapat dicegah. Oleh karenanya disini digunakan waktu yang

dibutuhkan oleh pekerja untuk menyelesaikan pekerjaannya, tanpa ada interupsi tetapi juga ditambahkan waktu *allowance*. Keuntungan adanya konsep *man-hour*, adalah dapat digunakan untuk memperkirakan dampak dari perubahan yang dialami oleh pekerja sehubungan dengan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Beberapa contoh produktivitas tenaga kerja antara lain :

$$\text{Produktivitas Tenaga Kerja} = \frac{\text{Total Jam Tenaga Kerja}}{\text{Biaya Kompensasi Tenaga Kerja}} \quad (2.2)$$

$$\text{Produktivitas Tenaga Kerja} = \frac{\text{Total Jam Kerja Yang Hilang}}{\text{Total Jam Kerja per Waktu Tertentu}} \quad (2.3)$$

$$\text{Produktivitas Tenaga Kerja} = \frac{\text{Jumlah Unit yang Diproduksi}}{\text{Jumlah Jam Kerja}} \quad (2.4)$$

Menurut Kusriyanto (2005:65) mengatakan bahwa produktivitas tenaga kerja dapat sebagai faktor penentu dari produktivitas total, hal tersebut dikarenakan:

- Besarnya biaya yang dikorbankan untuk tenaga kerja merupakan bagian dari biaya yang terbesar untuk pengadaan produk dan jasa,
- Masukan sumber daya manusia lebih mudah dihitung daripada masukan dari faktor-faktor lain, dan
- Kemajuan teknologi yang mempermudah cara pembuatan barang berkembang dan berasal dari kemajuan tenaga kerja.

b) Produktivitas Modal merupakan ukuran produktivitas parsial bagi *input* modal yang diukur berdasarkan :

$$\text{Produktivitas Modal} = \frac{\text{Output Total}}{\text{Input Tenaga Kerja}} \quad (2.5)$$

c) Produktivitas Material

$$\text{Produktivitas Material} = \frac{\text{Output Total}}{\text{Input Material}} \quad (2.6)$$

d) Produktivitas Energi

$$\text{Produktivitas Energi} = \frac{\text{Output Total}}{\text{Input Energi}} \quad (2.7)$$

e) Produktivitas Produksi

$$\text{Produktivitas Material} = \frac{\text{Output Total}}{\text{Target Produksi}} \quad (2.8)$$

Keuntungan pengukuran produktivitas parsial adalah :

- Mudah dipahami, data mudah diperoleh, dan mudah dalam menghitung indeks produktivitas.
- Beberapa indikator data produktivitas parsial (seperti *output* per jam kerja) tersedia atau mudah didapat pada perindustrian pada umumnya.
- Alat diagnosa yang baik untuk bagian-bagian yang perlu ditingkatkan produktivitas, jika digunakan dengan indikator produktivitas total.

2) Produktivitas total

Produktivitas yang menunjukkan perbandingan antara total *output* dengan jumlah dari semua faktor *input*. Jadi pengukuran produktivitas total merupakan semua bagian yang tergolong *input* dalam upaya menghasilkan *output* (Kusriyanto, 2005).

$$\text{Produktivitas Total} = \frac{\text{Output Total}}{\text{Input Material}} \quad (2.9)$$

Keuntungan pengukuran produktivitas total adalah :

- Mempertimbangkan semua faktor *output* dan *input* yang dapat dihitung, sehingga lebih akurat dalam mencerminkan keadaan ekonomi perusahaan yang sesungguhnya.
- Bila digunakan dengan pengukuran produktivitas parsial, dapat menarik perhatian pihak manajemen untuk melakukan tindakan yang lebih efektif.
- Analisis sensitivitas lebih mudah digunakan.
- Mudah dihubungkan dengan total biaya.

Keterbatasan pengukuran produktivitas total :

- Data untuk perhitungan relatif sulit diperoleh pada level produk dan level konsumen.
- Data untuk perhitungan relatif sulit diperoleh pada level produk dan level konsumen.
- Faktor yang *intangible* (tidak nyata) tidak dipertimbangkan.

Menurut Sinungan (2009:101) menyatakan bahwa: “Produktivitas bukanlah suatu perhitungan kuantitas, tetapi suatu perbandingan dan merupakan suatu pengukuran matematis dari suatu tingkat efisiensi, produksi berkaitan dengan kuantitas, sedangkan produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dan input (masukan)”, dengan kata lain produksi berkaitan dengan jumlah hasil yang dicapai, sedangkan produktivitas berkaitan dengan cara pencapaian tingkat produksi tersebut, bisa terjadi produksi meningkat tapi produktivitasnya tidak.

Rumus produktivitas produksi menurut Sinungan (2009 : 104):

Output

---

Input (2.10)

Output: Jumlah produksi yang dihasilkan

Input: Jumlah pegawai produksi

Atas dasar rumusan diatas, maka untuk pengukuran produktivitas *marketer* di BPRS dan BPR peneliti menggunakan pengukuran dari data realisasi kredit (salah satu produk BPR dan BPRS adalah kredit, dan penelitian yang dilakukan hanya pada marketing dibagian kredit ), sehingga formula yang dipakai adalah :

$$\frac{\text{Total Realisasi Kredit tiap bulan}}{\text{Jumlah Marketer}} \quad (2.11)$$

Keterangan:

Total Penjualan: Total Pencairan Pinjaman *marketer* setiap bulan, selama waktu penelitian dari tahun 2010 sampai dengan 2012

Jumlah *Marketer*: Jumlah *marketer* di BPRS Cempaka dan BPR Makmur,

Dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan di BPRS dan BPR yaitu berupa peningkatan pendapatan operasional, diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan, berupa peningkatan produktivitas karyawan *marketing* atau *marketer* yang optimal, yaitu pencapaian target realisasi pembiayaan atau kredit yang telah ditetapkan perusahaan. Salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas *marketer*, adalah melalui pemberian tunjangan kesejahteraan atau kompensasi. Pemberian tunjangan kesejahteraan atau kompensasi penting bagi pegawai sebagai individu, karena besarnya tunjangan



kesejahteraan mencerminkan ukuran nilai karya mereka di antara para pegawai itu sendiri. Kompensasi yang diberikan kepada pegawai, khususnya dibagian *marketing* biasanya terdiri dari gaji pokok, tunjangan transportasi dan uang makan, tunjangan pulsa telepon, dan insentif. Kompensasi yang dipergunakan dalam penelitian ini hanya insentif, karena insentif cukup menarik dan dapat dikaitkan langsung dengan produktivitas

### 3. Konsep insentif

#### a. Pengertian insentif.

Suatu perusahaan di dalam menjalankan usahanya selalu membutuhkan tenaga kerja, oleh karena itu faktor tenaga kerja perlu mendapat perhatian serius, dengan demikian dalam menggunakan tenaga kerja perlu adanya insentif yang seimbang dengan hasil kerjanya. Istilah insentif pada umumnya digunakan untuk menggambarkan rencana-rencana pembayaran upah, yang dikaitkan secara langsung maupun tidak langsung dengan standart produktivitas kerja karyawan, atau profitabilitas organisasi atau kedua kriteria tersebut.

Para karyawan yang bekerja di bawah sistem *insentif financial*, berarti prestasi kerja karyawan menentukan secara langsung sebagian penghasilan mereka. Rencana-rencana insentif bermaksud untuk menghubungkan keinginan karyawan akan pendapatan financial tambahan dengan kebutuhan organisasi, dan efisiensi produksi. Yang dimaksud dengan insentif, adalah sistem upah yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan, dan mempertahankan karyawan yang berprestasi untuk tetap dalam perusahaan.

Insentif sebagai sarana motivasi yang mendorong para pegawai untuk bekerja dengan kemampuan yang optimal, sebagai pendapatan ekstra diluar gaji atau upah

yang telah ditentukan. Pemberian insentif dimaksudkan agar dapat memenuhi kebutuhan para pegawai dan keluarga mereka. Istilah sistem insentif pada umumnya digunakan untuk menggambarkan rencana-rencana pembayaran upah, yang dikaitkan secara langsung atau tidak langsung dengan berbagai standar kinerja pegawai atau profitabilitas organisasi.

Insentif dan kompensasi mempunyai hubungan yang sangat erat, dimana insentif merupakan komponen dari kompensasi, dan keduanya sangat menentukan dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi secara keseluruhan. Insentif dapat dirumuskan sebagai balas jasa yang memadai kepada pegawai, yang prestasinya melebihi standar yang telah ditetapkan. Insentif merupakan suatu faktor pendorong bagi pegawai untuk bekerja lebih baik, agar kinerja pegawai dapat meningkat. Untuk memperoleh pengertian yang lebih jelas tentang insentif, dibawah ini ada beberapa ahli manajemen mengemukakan pengertian mengenai insentif. Menurut Malayu Hasibuan S.P (2001; 117), mengemukakan bahwa:

“Insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar. Insentif ini merupakan alat yang dipergunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi”.

Menurut pendapat Mangkunegara (2009:89) mengemukakan bahwa :

Insentif adalah suatu penghargaan dalam bentuk uang, yang diberikan oleh pihak pimpinan organisasi kepada karyawan, agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi, atau dengan kata lain insentif kerja, merupakan pemberian uang diluar gaji yang dilakukan oleh pihak pemimpin organisasi, sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja, dan kontribusi karyawan kepada organisasi.

Pelaksanaan sistem insentif ini dimaksudkan perusahaan, untuk meningkatkan produktivitas karyawan yang berprestasi, untuk tetap berada dalam perusahaan. Sedangkan menurut Iswanto (2005:7.52) yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia jilid I bahwa insentif dibagi menjadi beberapa type meliputi :

- 1) Program yang diterapkan untuk level individu, yaitu memberikan pendapatan diatas atau dibawah upah dasar kepada individu karyawan yang memenuhi atau tidak memenuhi standar kinerja individu tertentu.
- 2) Program insentif kelompok, yaitu perusahaan memberikan pendapatan diatas atau dibawah upah dasar kepada seluruh anggota kelompok, apabila kelompok tersebut secara kolektif mencapai atau tidak mencapai suatu standar tertentu untuk kinerja, produktivitas atau perilaku lain yang berkaitan dengan kerja.

Menurut Heidjrachman (2000:161) memberikan pengertian, insentif merupakan "suatu bentuk motivasi yang dinyatakan dalam bentuk uang" begitu pula Handoko dalam bukunya Iswanto (2005:7.49) mengemukakan "Insentif adalah untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam upaya mencapai tujuan organisasi"

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa insentif merupakan suatu upah atau gaji tambahan, sebagai perangsang bagi karyawan yang mempunyai prestasi di dalam suatu perusahaan, agar mempunyai semangat di dalam melakukan aktifitas, sehingga betah dan bertahan dalam perusahaan untuk lebih menghasilkan produktivitas yang tinggi dan akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Beberapa sifat dasar dari insentif yang harus dipenuhi agar sistem upah insentif tersebut dapat berhasil menurut Heidjrachman Ranupandojo, dkk. menjelaskan beberapa sifat dasar insentif, yaitu :

- 1) Pembayaran hendaknya sederhana, sehingga dapat dimengerti dan dihitung oleh karyawan sendiri
- 2) Penghasilan yang diterima buruh/pegawai hendaknya langsung menaikan output.
- 3) Pembayaran hendaknya dilakukan secepat mungkin
- 4) Standar kerja hendaknya ditentukan dengan hati-hati, standar kerja yang terlalu tinggi dan terlalu rendah sama tidak baiknya
- 5) Besarnya upah normal dengan standar kerja perjam hendaknya cukup merangsang pekerjaan untuk bekerja lebih giat

b. Tujuan insentif.

Tujuan insentif adalah untuk menimbulkan semangat kerja karyawan, sedangkan semangat kerja, adalah suatu iklim atau suasana yang setiap saat dijumpai pada setiap sudut organisasi. Semangat kerja itu sendiri sangat menentukan antara karyawan satu dengan yang lain dalam bekerja sama, untuk mencapai tujuan yang sama, di samping itu semangat kerja juga ikut menentukan keberhasilan organisasi dalam pekerjaannya. Semangat kerja yang baik tidak berarti bahwa setiap karyawan harus seratus persen menyetujui semua keputusan-keputusan atasannya, akan tetapi membutuhkan sikap yang positif terhadap pekerjaan-pekerjaan yang sehat, sehingga perbedaan - perbedaan bisa dihilangkan dengan mudah tanpa menimbulkan kerugian bagi kepentingan jalannya aktivitas perusahaan. Jika ada pandangan yang menyatakan bahwa aktivitas kerja karyawan

tidak dipengaruhi oleh faktor seperti gaji atau upah, ketentraman kerja, jaminan hari tua dan rekreasi boleh dikatakan bahwa pandangan tersebut keliru, karena sekalipun dari pengalaman menunjukkan bahwa beberapa perusahaan atau organisasi yang memiliki syarat-syarat kerja yang baik sekali, akan mengalami kesulitan-kesulitan tentang adanya absensi para karyawan yang tinggi, dengan cenderung ke arah keterlambatan datangnya karyawan, perpindahan karyawan, volume produksi semakin kecil dan kesulitan-kesulitan yang lain menyertai kurang baiknya pemberian upah insentif.

Banyak perusahaan menggunakan sistem insentif, untuk mengejar tingkat produksi yang lebih baik, disebabkan karena :

- 1) Pembayaran upah yang baik dan efisien merupakan faktor yang dapat menunjang kesuksesan suatu perusahaan.
- 2) Disamping keuntungan tersebut, masih terdapat keuntungan lain yaitu dalam rangka ingin mencapai upah yang maksimum, maka para karyawan akan menggunakan waktu serta ketrampilan yang dimiliki sebaik-baiknya sehingga tingkat absensi akan menurun.

Dalam pemberian upah insentif terdapat dua unsur yaitu :

- 1) Pihak Perusahaan

Tujuan perusahaan tersebut pertama-tama gara para pekerja itu bekerja lebih giat dalam dua sifat, yaitu :

- a) Insentif yang bersifat positif

Bentuk atau sifat insentif semacam ini adalah suatu ringkasan yang sangat menarik dan umumnya dicari pekerja. Baik bagi para pekerja maupun bagi karyawan bentuk ini memberikan hasil yang sangat memuaskan, adanya

keefektifan para karyawan dengan cara sukarela serta dengan penuh kesadaran merupakan tindakan diharapkan perusahaan, sebaliknya bagi para pekerja yang menjalankan tugasnya masing-masing akan mendapatkan suatu kehormatan dan segala kebebasan dalam bekerja, tanpa adanya rasa takut. Adapun dampak positif dari adanya insentif jika ditinjau dari pihak pemberi insentif adalah sebagai berikut :

- Menjaga kelestarian usaha perusahaan, usaha kearah ini tidak saja hasil jerih payah dari para atasan dalam perusahaan, akan tetapi juga partisipasi bawahan, dengan adanya team pekerja yang kompak dan pengarahannya yang mantap, niscaya segala rencana demi perkembangan usaha lebih lanjut dapat dilalui dengan sukses,
- Produktivitas dapat ditingkatkan, peningkatan produktivitas ini erat hubungannya dengan gairah kerja karyawan yang tinggi, promosi yang kurang tepat dan lain-lain. Perlu ditambahkan bahwa gairah kerja bekerja sama adalah kunci dari setiap kegiatan kerja yang teratur untuk menyatukan uang, material dan perlengkapan.
- Ekspansi usaha, perkembangan usaha tentu harus didasarkan pada tanggapan positif disamping atasan juga karyawan dengan peningkatan produktivitas kerja, loyalitas yang tinggi dan rasa bangga akan pekerjaan, menimbulkan ide-ide baru untuk perkembangan usaha berikutnya.

b) Insentif yang bersifat negatif

Insentif semacam ini kebalikannya dari yang pertama, dimana insentif yang bersifat negatif ini biasanya merupakan suatu rangsangan yang tidak dikehendaki para karyawan, sebab adanya rasa takut dalam

usahanya meningkatkan produktivitas kerja yang didasarkan pada sanksi-sanksi, dengan berbagai ancaman atau hukuman. Jadi para karyawan yang bekerja dalam melakukan tugasnya dengan lebih giat disebabkan karena adanya rasa takut dengan ancaman hukuman dari atasan.

## 2) Pihak karyawan sebagai penerima insentif

Para karyawan disamping menerima upah atau gaji yang tetap, maka dengan adanya insentif yang diberikan oleh perusahaan, dengan sendirinya akan merupakan suatu tambahan penghasilan dari setiap karyawan, dan di satu pihak perusahaan akan mendapatkan keuntungan, karena karyawan dapat digerakkan secara efektif, selain itu pada tenaga kerja atau karyawan mendapat keuntungan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

### a) Dampak Positif bagi karyawan

- Daya kreativitas menjadi tinggi, dengan adanya insentif para karyawan terdorong untuk menciptakan metode baru yang lebih efektif di dalam menjalankan tugasnya, dengan penerapan metode baru inilah akan memberikan hasil kerja yang lebih sempurna baik dalam kualitas maupun kuantitas.
- Menimbulkan rasa tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan yang mereka lakukan dan kepuasan dalam menjalankan tugas, akan membawa suatu suasana bahwa mereka ini adalah merupakan salah satu perangkat pelaksanaan demi kelancaran perusahaan dalam mencapai tujuannya.
- Rasa harga diri, hal demikian akan timbul dengan sendirinya sesudah pihak perusahaan menghargai secara wajar atau hasil kerja para

karyawan, baik dalam segi materi maupun non materi, dalam arti bahwa karyawan benar-benar merupakan salah satu sarana untuk ikut menunjang kelancaran tugas.

b) Dampak negatif bagi karyawan

- Karyawan akan menjadi iri kepada karyawan yang lain yang mendapatkan insentif lebih.
- Bagi karyawan yang tidak mempunyai produktivitas kerja dan kemampuan akan merasa nyaman dengan adanya insentif. Yang mana tidak akan memberikan hasil kerja yang tidak maksimal.
- Dengan adanya insentif karyawan akan merasa cukup dalam produktivitas kerja, sehingga karyawan santai dalam melakukan aktifitas dalam perusahaan.

c. Tipe insentif

Secara garis besar, insentif dapat digolongkan menjadi dua, seperti yang dikemukakan oleh Iswanto (2005:7.52) adalah sebagai berikut :

- 1). Program yang diterapkan untuk level individu, yaitu memberikan pendapatan diatas atau dibawah upah dasar kepada individu karyawan yang memenuhi atau tidak memenuhi standar kinerja individu tertentu.
- 2). Program insentif kelompok, yaitu perusahaan memberikan pendapatan diatas atau dibawah upah dasar kepada seluruh anggota kelompok, apabila kelompok tersebut secara kolektif mencapai atau tidak mencapai suatu standar tertentu untuk kinerja, produktivitas atau perilaku lain yang berkaitan dengan kerja.



d. Faktor-faktor yang mempengaruhi insentif.

Diantara berbagai faktor penting yang mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat kompensasi, menurut Leon C Megginson dalam bukunya *Mangkunegara* (2009:84) terdiri dari:

1) Penawaran dan Permintaan Tenaga Kerja

Meskipun hukum ekonomi tidak bisa ditetapkan secara mutlak dalam masalah tenaga kerja, tapi hal ini tidak dapat diingkari bahwa hukum penawaran dan permintaan tetap mempengaruhi. Untuk pekerjaan yang membutuhkan ketrampilan (skill) tinggi dan jumlah tenaga kerjanya, maka upahnya cenderung tinggi, sedangkan untuk jabatan yang punya penawaran yang melimpah, upah cenderung menurun.

2) Organisasi Buruh

Ada tidaknya organisasi buruh atau lemah kuatnya organisasi tersebut akan mempengaruhi terbentuknya tingkat upah. Adanya serikat buruh, berarti posisinya karyawan juga kuat juga akan meningkatkan tingkat upah, demikian pula sebaliknya.

3) Kemampuan Untuk Membayar

Walaupun dari pihak serikat buruh menuntut upah yang tinggi yang sesuai dengan keinginannya, namun bagi perusahaan hal tersebut akan dipertimbangkan melalui realisasi dan kemampuan perusahaan untuk membayarnya, karena upah merupakan salah satu komponen biaya produksi bagi perusahaan. Tingginya upah akan mengakibatkan naiknya biaya produksi sampai mengakibatkan keuntungan akan berkurang. Kalau kenaikan biaya

produksi sampai mengakibatkan kerugian perusahaan, maka jelas perusahaan akan tidak mampu memenuhi fasilitas karyawan.

#### 4) Produktivitas

Upah sebenarnya merupakan imbalan atas prestasi karyawan. Semakin tinggi prestasi karyawan semakin besar pula upah yang akan dia terima. Yang mana prestasi seperti ini biasanya disebut sebagai produktivitas.

#### 5) Biaya Hidup

Faktor lain yang perlu dipertimbangkan juga adalah biaya hidup. Seperti yang akan kita ketahui bahwa dikota-kota besar, dimana biaya hidup yang tinggi, akan berakibat terhadap tingginya tingkat upah. Bagaimanapun nampaknya biaya hidup merupakan batas penerimaan upah dari para karyawan.

#### 6) Pemerintah

Pemerintah dengan peraturan-peraturannya juga mempengaruhi tinggi rendahnya upah. Peraturan tentang upah minimum merupakan batas dari tingkat upah yang dibayarkan.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, lebih berfokus pada pemberian insentif yang berkaitan langsung dengan produktivitas *marketer*. Menurut Iswanto (2005:57) untuk karyawan *marketing* perhitungan hasil produksinya mudah diukur, maka berbagai sistem pengupahan insentif yang biasa dipakai untuk tenaga penjual adalah:

##### 1) Program Gaji

Pada program gaji, tenaga penjual diupah dengan gaji tetap, walaupun kadang-kadang diberi insentif dalam bentuk bonus, hadiah kontes penjualan,dll. Ada beberapa alasan digunakannya program ini, yaitu :

- a) Jika tujuan utamanya bersifat prospektif (mencari pelanggan baru)
- b) Jika tenaga penjual sangat terlibat dalam pemberian pelayanan

## 2) Program Komisi

Program ini mengupah tenaga penjual dengan proporsi langsung terhadap penjualan mereka, mereka diupah berdasarkan hasil.

## 3) Program Kombinasi

Banyak perusahaan mengupah tenaga penjual, dengan mengkombinasikan antara gaji dan komisi. Dimana komponen gaji merupakan proporsi yang lebih besar daripada komisi.

Untuk *marketer* di BPRS dan BPR hasil pencapaian targetnya dapat diukur, dan setiap bulan bagian *marketing* dan administrasi kredit memiliki rekap data pencairan pinjaman, sistem perhitungan insentif yang biasa digunakan adalah program kombinasi, dan faktor penentu yang diukur untuk perhitungan pemberian insentif terhadap *marketer* di BPRS dan BPR adalah :

- 1) Target pencairan pinjaman atau kredit
- 2) Pencapaian realisasi pencairan pinjaman atau kredit setiap *marketer*
- 3) Pemeliharaan kualitas pinjaman atau kolektibilitas kredit (NPL dan NPF)

Insentif yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemberian insentif bulanan, yang diberikan kepada *marketer* di BPRS dan BPR di BPRS Cempaka dan BPR Makmur dari tahun 2010 sampai dengan 2012.

## B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang menjadi referensi bagi penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ardianto (2013), dengan judul Pengaruh Pengawasan dan

Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Samarinda. Hasil penelitian tersebut adalah nilai korelasi ( $r$ ) variabel pengawasan, insentif finansial dan insentif non finansial mempunyai hubungan yang kuat dengan kinerja karyawan PDAM, sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel pengawasan, insentif finansial dan insentif non finansial mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan PDAM, dan dari hasil uji F diperoleh hasil variabel pengawasan, insentif finansial dan insentif non finansial, secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan, dan secara parsial menunjukkan variabel pengawasan berpengaruh dominan, dibandingkan insentif terhadap kinerja karyawan. Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan Ardianto (2013), adalah cara pengukuran kinerja. Pada penelitian sebelumnya untuk pengukuran kinerja, kinerja yang diukur adalah kinerja karyawan, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan, pengukuran kinerja dilihat dari kinerja perusahaan, berupa pendapatan operasional perusahaan. Penelitian lainnya yang menjadi referensi adalah Iryanto (2012), dengan judul penelitian Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja Terhadap Laba Operasional Perusahaan, studi kasus di perusahaan konveksi Daniel Setiadi, dengan hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh antara modal kerja terhadap laba operasional, secara parsial tidak terdapat pengaruh antara produktivitas terhadap laba operasional dan secara simultan terdapat pengaruh antara modal kerja dan produktivitas terhadap laba operasional di perusahaan konveksi Daniel Setiadi, demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marwan (2011) di Universitas Yordania, dengan judul penelitian *Relationship between Incentives and Organizational Performance*

*For Employees In the Jordanian Universities*, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dan moral dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania.

Penelitian lainnya adalah Saeful (2010) melakukan penelitian produktivitas tenaga kerja terhadap kinerja perusahaan studi kasus PT HINI Daiki Indonesia, dengan hasil penelitian kinerja perusahaan dipengaruhi produktivitas tenaga kerja sebesar 57,5 %. Penelitian lainnya yang menjadi referensi dilakukan oleh Caldieraro (2009) di Chicago dan California, dengan judul penelitian *The Optimal Sales Force Divesification and Group Incentive Payment*, diperoleh hasil pemberian insentif untuk tenaga marketing secara berkelompok berkorelasi positif terhadap produktivitas dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan hampir diseluruh wilayah penelitian, perbedaan dengan penelitian, yang dilakukan oleh peneliti jumlah *marketer* di BPRS dan BPR tidak banyak, dan subyek penelitian target marketing perorang, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Caldieraro(2009) melibatkan sejumlah marketing di perusahaan dan dibagi kelompok marketing disetiap wilayah. Penelitian lainnya dilakukan oleh Abang (2009) pada perusahaan *manufacture* di Malaysia, terbukti insentif berhubungan positif dengan kinerja organisasi, dan penelitian yang dilakukan oleh Shieh (2008) penelitian dilakukan pada direksi, manager dan staf di Taicang City Taiwan, diperoleh hasil sistem kompensasi dari suatu perusahaan, termasuk bonus, penghargaan memiliki efek positif pada kinerja organisasi, perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, subyek penelitian hanya pada *marketer* tidak melibatkan karyawan bagian lain di BPRS dan BPR.

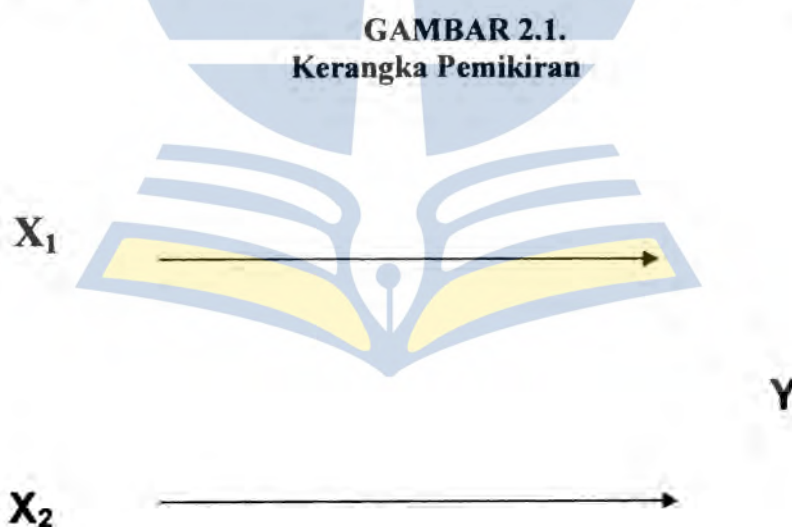
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL PENELITIAN	METODE
1	Ardianto (2013)	Pengaruh pengawasan dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan PDAM Samarinda	Variabel pengawasan, insentif financial dan insentif non financial mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh terhadap kinerja karyawan PDAM, dan secara parsial menunjukkan variabel pengawasan berpengaruh dominan dibandingkan variabel insentif terhadap kinerja karyawan	Deskriptif kuantitatif, analisis regresi linear berganda
2	Iryanto Agus (2012)	Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja Terhadap Laba Operasional Perusahaan (studi kasus di konveksi Daniel Setiadi)	Pengaruh Biaya tenaga kerja terhadap produktivitas sebesar 0,986, dan pengaruh tenaga kerja secara parsial terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,234	Deskriptif analisis analisis jalur ( <i>path analysis</i> ), skala pengukuran ratio, pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dan secara simultan dengan uji F
3	Al Nsaur Marwan (2011)	Relationship between Incentives and Organizational Performance for Employees In the Jordanian Universities	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dan moral dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania,</li> <li>- Ada hubungan yang signifikan antara insentif moral dengan pembelajaran dan pertumbuhan di Universitas Yordania dan tidak ada hubungan antara insentif keuangan dengan pembelajaran dan pertumbuhan di Universitas Yordania,</li> <li>- Ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dan moral dengan kepuasan pelanggan di Universitas Yordania</li> </ul>	Analisis Deskriptif
4	Rahmat Saeful (2010)	Pengaruh Produktivitas Tenaga Kerja terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus PT HINI Daiki Indonesia)	Kinerja perusahaan diengaruhi produktivitas tenaga kerja sebesar 57,5 % dan sisanya dipengaruhi factor lain	Deskriptif Analisis
6	Caldieraro Fabio (2009)	The Optimal Sales Force Diversification and Group Incentive Payment ,located in the Chicago	Pemberian insentif untuk tenaga marketing secara berkelompok berkorelasi positif terhadap produktivitas, dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan, hampir diseluruh wilayah penelitian	Analisis korelasi
7	Mohamad Abang (2009)	Human Resources Practices and	Dua komponen sumber daya manusia yaitu pelatihan dan	Analisis korelasi

		Organizational Performance Incentives as Moderator on manufacturing companies in the Malaysia	informasi teknologi berdampak langsung pada kinerja organisasi dan insentif berhubungan positif dengan kinerja organisasi, tetapi tidak memoderasi hubungan antara pelatihan dan teknologi informasi dengan kinerja organisasi	dan regresi
9	Shen Chieh Shieh (2008)	Effect of Corporate Compensation Design on Organizational Performance Through 800 valid questionnaires collected from the directors, managers and staff of 600 Taiwanese businesses in Taicang City	Desain kompensasi perusahaan dapat memiliki efek positif pada kinerja organisasi. Sistem kompensasi dari suatu perusahaan termasuk bonus, penghargaan kinerja, dan manfaat. Jumlah kompensasi tentu tergantung pada kinerja. Kinerja yang lebih baik organisasi mengarah pada tawaran lebih bonus dan reward. Dalam hal ini, ada hubungan tertentu antara desain kompensasi perusahaan dan kinerja organisasi.	Analisis korelasi dan regresi

### C. Kerangka Berpikir Dan Hipotesis

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

$X_1$  = Insentif

$X_2$  = Produktivitas *marketer*

$Y$  = Kinerja Perusahaan

$H_1$  = Pengaruh insentif pada kinerja perusahaan

$H_2$  = Pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan

Untuk memperjelas hubungan antara insentif dan produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan, maka peneliti telah membuat hipotesa sebagai berikut dibawah ini :

a. Pengaruh insentif *marketer* pada kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan BPRS dan BPR yang baik, adalah BPRS dan BPR yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba, dan tingkat tingkat efisiensi operasi yang tinggi, sehingga mampu berkembang secara optimal. Pengukuran kinerja dalam penelitian ini, hanya menggunakan salah satu alat ukur yaitu pendapatan operasional.

Pendapatan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin, untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan, dengan menggunakan segala sumber yang ada dalam perusahaan, dengan seefisien mungkin. Pendapatan pada dasarnya diperoleh, terutama dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan. Pada dunia perbankan salah satu usahanya untuk memperoleh pendapatan, yaitu dengan menyediakan jasa pinjaman kredit kepada nasabah, pendapatan atau jasa pinjaman kredit ini berupa bunga kredit, provisi, administrasi serta komisi. Pendapatan menurut Hadiwijaya dan Rivai (2000:146) mengatakan “Pendapatan adalah imbalan dari penyerahan barang atau jasa yang disebut juga dengan penjualan”, demikian juga halnya dengan pendapat Handoko dalam bukunya Mangkunegara (2009:89) mengemukakan ”Insentif adalah untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam upaya mencapai tujuan organisasi”



Insentif dengan kinerja perusahaan mempunyai hubungan yang erat, apabila insentif naik maka akan menimbulkan biaya yang dikeluarkan akan semakin tinggi. Namun kenaikan biaya yang tinggi tersebut, dikarenakan *marketer* telah mencapai produktivitas yang tinggi, sehingga biaya yang dikeluarkan tersebut akan tertutupi oleh meningkatnya laba operasional perusahaan, sehingga kinerja perusahaan meningkat.

Dalam memotivasi dan mendorong peningkatan produktivitas karyawan, maka suatu perusahaan memberlakukan sebuah sistem insentif individu untuk setiap pencapaian produksi. Meskipun bagian persentase insentif individu ini tetap, namun besarnya nilai nominal yang diterima karyawan bisa berbeda antar karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya, bergantung pada pencapaian jumlah produksi per bulannya. Dengan tingginya insentif individu ini, maka persepsi karyawan terhadap pemberian insentif individu dari perusahaan adalah cukup baik. Dan jika dilihat dari sudut pandang perusahaan, tingginya insentif individu ini akan mempengaruhi pemikiran perusahaan, bahwa penggunaan insentif individu berupa *piece rate incentive* pada divisi produksi adalah tepat untuk digunakan, dan akan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ardianto (2013) dengan judul penelitian Pengaruh Pengawasan dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan di PDAM Samarinda, menunjukkan insentif finansial dan non finansial mempunyai hubungan yang kuat, dan pengaruh terhadap kinerja karyawan PDAM Samarinda.

Peneliti lainnya yang dilakukan Al Nsaur Marwan (2011), terhadap pegawai Universitas Yordania, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif

keuangan dan moral dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania, demikian juga halnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Abang (2009) pada perusahaan *manufacture* di Malaysia, terbukti insentif berhubungan positif dengan kinerja organisasi, dan penelitian yang dilakukan oleh Caldieraro (2009) diperoleh hasil pemberian insentif untuk tenaga marketing secara berkelompok, berkorelasi positif terhadap produktivitas dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan hampir diseluruh wilayah penelitian, penelitian lainnya dilakukan oleh Shen shieh (2008) penelitian dilakukan pada direksi, manager dan staf di Taicang City Taiwan, diperoleh hasil sistem kompensasi dari suatu perusahaan, termasuk bonus, penghargaan memiliki efek positif pada kinerja organisasi. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tersebut, dan landasan teori yang ada maka dapat ditetapkan hipotesis sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>: Insentif berpengaruh positif pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR makmur.
- b. Pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan.

Pada dasarnya setiap organisasi akan berupaya untuk meningkatkan produktivitasnya, karena dengan peningkatan produktivitas akan meningkatkan efisiensi dan meminimumkan biaya yang harus dikeluarkan, dan memaksimalkan keluaran yang diharapkan. Kinerja pimpinan mempunyai hubungan erat dengan masalah produktivitas, karena merupakan indikator dalam menentukan bagaimana usaha untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi dalam suatu organisasi. Produktivitas bukanlah membuat karyawan bekerja lebih lama atau lebih keras. Peningkatan produktivitas lebih banyak merupakan hasil dari perencanaan yang tepat, dari teknologi yang lebih baik, teknik yang lebih baik dan efisiensi yang lebih tinggi. Dengan kata lain, dari pelaksanaan manajemen yang lebih baik. Di

luar itu produktivitas tergantung pada usaha yang penuh kesadaran dari tiap-tiap karyawan. Menurut Greenberg dalam Sinungan (2008:12) : “Produktivitas sebagai perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu dibagi totalitas masukan selama periode tersebut.”

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Iryanto (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja Terhadap Laba Operasional Perusahaan, studi kasus di perusahaan konveksi Daniel Setiadi, dengan hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh antara modal kerja terhadap laba operasional, secara parsial tidak terdapat pengaruh antara produktivitas terhadap laba operasional dan secara simultan terdapat pengaruh antara modal kerja dan produktivitas terhadap laba operasional di perusahaan konveksi Daniel Setiadi. Penelitian lainnya adalah Rahmat Saeful (2010) melakukan penelitian produktivitas tenaga kerja terhadap kinerja perusahaan studi kasus PT HINI Daiki Indonesia, dengan hasil penelitian kinerja perusahaan dipengaruhi produktivitas tenaga kerja sebesar 57,5 %.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tersebut, dan landasan teori yang ada maka dapat ditetapkan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub>: Produktivitas *marketer* berpengaruh positif pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR makmur.

#### **D. Definisi Operasional**

Definisi operasional dan pengukuran variabel dapat dilihat pada Tabel 2.2 sebagai berikut:

Tabel 2.2. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	Referensi
1	Insentif (X)	(realisasi pencairan kredit – target) x % jumlah insentif.	Jumlah total insentif perbulan	Iswanto (2007:7.57)
2	Produktivitas (X)	Pencairan kredit perbulan / jumlah marketer yang dimiliki perusahaan	Output Input	Sinungan (2009:104)
3	Kinerja (Y)	Pendapatan operasional yang terdiri dari: -Pendapatan penyaluran pinjaman atau kredit -Pendapatan administrasi kredit -Pendapatan provisi -Pendapatan aktiva produktif lainnya, yaitu dari pendapatan bagi hasil atau bunga antar bank	Jumlah pendapatan operasional perbulan	Hadiwijaya dan Rivai (2000:146)

Sumber referensi : Hadiwijaya dan Rivai (2000:146), Iswanto (2007:7:57), Sinungan (2009:146)



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kasualitas. Deskriptif bertujuan untuk meringkas data dan menampilkan di dalam tabel berupa data *Minimum, Maximum, Mean*, dan, *Standard Deviation*. Analisis data statistik deskriptif, merupakan proses data penelitian dalam bentuk tabulasi, sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, statistik deskriptif yang disajikan berupa *minimum, maksimum, mean* dan *standard deviation*.

Kausalitas untuk melihat hubungan sebab akibat antar variabel, yaitu untuk melihat: (1) Pengaruh insentif pada kinerja perusahaan BPRS Cempaka dan BPR Makmur, (2) Pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja BPRS Cempaka dan BPR Makmur.

Penelitian dilakukan di BPRS Cempaka yang berlokasi di Ulujami – Jakarta Selatan dan BPR Makmur yang berlokasi di Pamulang – Tangerang.

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi penelitian ini merupakan seluruh jasa keuangan mikro yaitu BPRS dan BPR yang berada di Jakarta Selatan dan Kabupaten Tangerang. Total populasi BPRS dan BPR di Jakarta Selatan dan Kabupaten Tangerang berjumlah 38 buah (BI 2013). Jumlah BPRS di Jakarta Selatan sebanyak 2 buah dan BPR 3

buah. Jumlah BPRS Kabupaten Tangerang sebanyak 2 buah, serta BPR sebanyak 31 buah.

## **2. Sampel**

Penentuan jumlah sampel dilakukan oleh peneliti atas dasar *purposive sampling*, adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dasar pertimbangan tersebut adalah :

1. Sampel yang dipilih pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan mikro.
2. Perusahaan yang dijadikan sampel, adalah perusahaan yang bergerak di sektor industri perbankan, dalam hal ini adalah BPRS dan BPR.
3. Selama periode penelitian, perusahaan memiliki laporan keuangan bulanan dari Januari 2010 sampai dengan Desember 2012, serta memiliki data insentif dan produktivitas *marketing* bulanan, dari Januari 2010 sampai dengan Desember 2012.
4. Kemudahan akses mendapatkan data dan hubungan kolegal. Hal ini merupakan *judgement* peneliti, karena data insentif dan realisasi produktivitas *marketing* di BPRS dan BPR tidak dipublikasikan secara terbuka, sehingga peneliti hanya mengambil 2 sampel, yaitu 1 BPRS dan 1 BPR.
5. Perusahaan yang dipilih berada pada lokasi yang berdekatan, yaitu diperbatasan Kabupaten Tangerang dan Jakarta Selatan.

## **C. Data dan Prosedur Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dan merupakan data *time series*:

- a. Data insentif dan produktivitas yang diambil dari laporan bagian *marketing* bulan Januari sampai dengan bulan Desember, selama periode amatan dari tahun 2010 hingga 2012 (lampiran 1 dan lampiran 7).
- b. Data kinerja perusahaan diperoleh dari laporan laba rugi bulanan pada periode 2010 hingga 2012, yang diperoleh dari *intern* perusahaan BPRS Cempaka dan BPR Makmur, dan laporan keuangan semester BPRS Cempaka dan BPR Makmur yang diperoleh dari laporan publikasi dari *web site* Bank Indonesia, serta laporan tahunan pertanggung jawaban pengurus dari BPRS Cempaka dan BPR Makmur, selama periode amatan dari tahun 2010 sampai dengan 2012 (lampiran 1 dan lampiran 8). Jumlah data amatan yang diamati (n) adalah 36, sebagaimana nampak pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Amatan Penelitian Januari 2010 – Desember 2012

PERIODE AMATAN	INSENTIF		PRODUKTIVITAS MARKETER		KINERJA	
	CEMPAKA	MAKMUR	CEMPAKA	MAKMUR	CEMPAKA	MAKMUR
TH 2010						
JANUARI	15.000	405.000	112.533,333	62.575.000	48.267.000	35.471.000
FEBRUARI	19.000	450.000	139.016.667	63.775.000	44.566.000	150.000.000
MARET	21.500	375.000	187.700.000	51.150.000	58.614.000	175.000.000
APRIL	9.750	365.000	83.366.667	60.600.000	57.277.000	195.000.000
MEI	20.750	400.000	170.168.067	56.900.000	65.327.000	350.000.000
JUNI	27.308	705.000	226.100.000	101.100.000	75.055.000	365.696.000
JULI	75.000	1.075.000	131.000.000	102.750.000	84.101.000	315.000.000
AGUSTUS	158.000	950.000	214.504.467	68.125.000	95.517.000	425.000.000
SEPTEMBER	115.000	225.000	137.666.667	38.350.000	91.992.000	75.000.000
OKTOBER	139.488	450.000	175.000.000	45.750.000	101.420.000	75.000.000
NOVEMBER	255.000	950.000	232.900.000	86.400.000	106.832.000	175.000.000
DESEMBER	94.438	753.000	148.416.667	77.350.000	118.712.000	168.577.000

PERIODE AMATAN	INSENTIF		PRODUKTIVITAS MARKETER		KINERJA	
	CEMPAKA	MAKMUR	CEMPAKA	MAKMUR	CEMPAKA	MAKMUR
TH 2011						
JANUARI	16.000	495.000	87.000.000	46.600.000	132.944.000	155.000.000
FEBRUARI	19.500	862.000	124.000.000	53.100.000	114.866.000	125.000.000
MARET	95.000	978.000	154.125.000	82.250.000	121.811.000	175.000.000
APRIL	115.000	1.025.000	159.625.000	81.350.000	120.741.000	215.000.000
MEI	10.500	1.350.000	106.750.000	122.450.000	134.718.000	354.000.000
JUNI	19.000	950.000	127.125.000	76.500.000	114.490.000	409.154.000
JULI	15.000	495.000	88.000.000	89.800.000	131.204.000	250.000.000
AGUSTUS	65.000	515.000	114.000.000	95.800.000	122.000.000	225.000.000
SEPTEMBER	23.500	236.000	132.500.000	34.900.000	141.833.000	242.000.000
OKTOBER	21.000	485.000	149.000.000	64.100.000	165.517.000	238.859.000
NOVEMBER	284.750	595.000	311.250.000	66.200.000	137.969.000	295.000.000
DESEMBER	115.750	625.000	205.250.000	87.000.000	176.842.000	287.501.000
TH 2012						
JANUARI	350.000	275.000	232.600.000	61.071.429	247.328.000	175.000.000
FEBRUARI	18.000	275.000	90.400.000	89.285.714	192.474.000	275.000.000
MARET	200.000	1.150.000	199.100.000	163.785.714	179.368.000	285.000.000
APRIL	75.000	115.000	12.390.000	80.714.286	164.594.000	270.000.000
MEI	12.000	289.000	72.000.000	91.142.857	182.032.000	273.000.000
JUNI	350.000	335.000	166.900.000	109.142.857	175.833.000	356.322.000
JULI	750.000	327.000	280.600.000	102.000.000	221.418.000	290.000.000
AGUSTUS	325.000	314.000	203.200.000	83.214.286	200.570.000	275.000.000
SEPTEMBER	225.000	194.500	118.000.000	66.928.571	217.026.000	294.000.000
OKTOBER	217.000	325.000	111.400.000	103.000.000	221.804.000	198.000.000
NOVEMBER	750.000	275.500	220.600.000	105.785.714	190.736.000	290.012.500
DESEMBER	998.000	175.000	292.700.000	88.785.714	203.369.000	191.177.500

Sumber : Lampiran 1 dan 8

### Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, yaitu melakukan observasi terhadap catatan yang disiapkan oleh Bank Indonesia, berupa laporan publikasi keuangan BPRS dan BPR yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, dan dokumentasi dengan mengumpulkan data laporan keuangan



bulanan BPRS dan BPR dan menyalinnya, dengan komponen terdiri dari laporan bulanan perolehan insentif *marketer*, laporan bulanan pencapaian realisasi pinjaman setiap *marketer*, dan laporan laba rugi bulanan, untuk memperoleh data pendapatan operasional. Data yang disajikan berupa data time series.

#### D. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian perlu dianalisis, agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang tepat. Oleh karena itu di tetapkan teknik analisis yang sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai, juga untuk menguji kebenaran hipotesa. Pada penelitian ini ada beberapa tahap dalam melakukan analisis data, yaitu uji deskriptif, asumsi klasik, uji stasioneritas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji hipotesis.

**Tahapan pertama, yang dilakukan adalah analisis deskriptif statistik** yang bertujuan untuk meringkas data dan menampilkan di dalam tabel berupa data *Minimum, Maximum, Mean, dan Standard Deviation*. Analisis data statistik deskriptif, merupakan proses data penelitian dalam bentuk tabulasi, sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, statistik deskriptif yang disajikan berupa *minimum, maksimum, mean dan standard deviation*. Menurut Yukha (2011) dalam laporan resmi modul 1 Statistika Deskriptif, menyatakan *mean* adalah jumlah nilai pada data dibagi dengan banyaknya data tersebut, ukuran ini mudah dihitung dengan memanfaatkan semua data yang dimiliki. Median adalah suatu nilai tengah yang telah diurutkan dari data terkecil ke data terbesar, ukuran penyebaran data, adalah ukuran yang memberikan gambaran seberapa besar data menyebar dari titik-titik

pemusatan nilai sentral, nilai sentral kurang bermanfaat apabila tidak diketahui nilai pemencaran atau penyimpangan tiap datanya terhadap nilai tengah, jika suatu data mempunyai nilai yang terlalu jauh menyimpang, maka data tersebut kurang akurat untuk menggambarkan keseluruhan data. Ukuran penyebaran data adalah *standard deviation*.

**Tahap kedua uji asumsi klasik**, agar penelitian tidak bias dan untuk menguji kesalahan regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik terdiri dari uji Normalitas, ditujukan untuk mengetahui sampel data berdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat data terdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat menggunakan uji Jarque –Bera. Dasar pengambilan keputusan uji Jarque – Bera menurut Winarno (2011:5.37) :

- 1) Data berdistribusi normal, jika nilai probabilitas  $> 0,05$
- 2) Data berdistribusi tidak normal, jika nilai probabilitas  $< 0,05$

Uji asumsi klasik lainnya, uji *heteroskedastisitas* memiliki tujuan untuk menguji, apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heterokedastisitas*. Regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Pendeteksian ada tidaknya heterokedasitas menggunakan uji Glejser, yang meregresikan nilai absolutnya residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan menurut Winarno (2011: 5.13) adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak terjadi heterokedasitas , jika nilai probability  $> 0,05$
- 2) Terjadi heterokedasitas, jika nilai probability  $< 0,05$

**Tahap ketiga uji stasioneritas**, salah satu permasalahan data *time series* adalah terjadinya otokorelasi. Otokorelasi merupakan penyebab yang mengakibatkan data menjadi tidak stasioner, sehingga mengakibatkan kurang baiknya regresi yang dihasilkan, dan hasil penelitian menjadi bias. Untuk mengetahui stasioneritas data menurut Winarno dalam bukunya Analisis Ekonometrika dan Statistika (2011:11.3) dengan menggunakan metode grafik dan metode akar unit. Uji grafik bisa dilihat dari hasil grafik data yang diuji, apabila hasil grafik secara visual ada kecenderungan fluktuasi semakin meningkat atau semakin menurun, maka data tidak stasioner. Uji stasioneritas yang lain adalah Uji akar unit, terdiri dari uji unit root. *Uji unit root* ini menurut Dickey – Fuller dengan sebutan *Augmented Dickey Fuller (ADF) Test*, untuk menentukan apakah data stasioner atau tidak dengan melihat hasil *ADF Test Statistics* yaitu nilai absolut statistik dan probabilitas. Data tidak stasioner dapat terjadi apabila nilai *ADF Statistics* lebih kecil daripada nilai kritis pada tabel MacKinnon pada berbagai kepercayaan (1 %, 5% dan 10 %), selain itu juga bisa dilihat dari nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (5 %). Data tidak stasioner apabila di regresi akan menjadi regresi lancung, sehingga data yang tidak stasioner harus distasionerkan dulu dengan cara didiferensi dengan menggunakan tes derajat integrasi. Selanjutnya melakukan uji kointegrasi, untuk melihat apakah dalam jangka panjang keberadaan variabel non stasioner menyebabkan adanya hubungan didalam sistem persamaan. Uji kointegrasi dimaksudkan untuk melihat keberadaan hubungan tersebut. Uji yang akan digunakan adalah uji derajat integrasi metode Johansen, untuk mengetahui terjadinya variabel kointegrasi, menurut Winarno dalam bukunya Analisis Ekonometrika dan Statistika

(2011:11.7), dengan cara membandingkan nilai *Trace Statistic* dengan nilai kritis pada tingkat keyakinan 5 % atau 1 %. Apabila nilai trace statistic lebih besar dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat keyakinan 5 % atau 1 %, maka terjadi kointegrasi. Apabila data yang dianalisis tidak stasioner, tetapi saling berkointegrasi berarti ada hubungan jangka panjang (keseimbangan) antara kedua variabel tersebut. Dalam jangka pendek ada kemungkinan terjadi ketidakseimbangan. Menurut Winarno dalam bukunya Analisis Ekonometrika dan Statistika (2011:11.7) karena adanya ketidak seimbangan ini maka diperlukan adanya koreksi dengan model koreksi kesalahan (*Error Correction Model, disingkat ECM*). Model kesalahan yang diajukan oleh Engle-Granger (EG) memerlukan dua tahap, sehingga disebut dengan *two steps EG*. Tahap pertama adalah dengan menghitung nilai residual dari persamaan regresi awal. Tahap kedua adalah melakukan analisis regresi dengan menggunakan residual dari langkah pertama. Apabila nilai signifikansi residu  $>2$  dan  $\text{prob} < 0,05$  menunjukkan bahwa model koreksi kesalahan ECM yang digunakan sudah valid.

**Tahap keempat uji model dengan koefisien determinasi (*Goodness of Fit*)** yang dinotasikan dengan  $R^2$ . Menurut Nachrowi dan Usman (2006) dalam bukunya Ekonometrika, mengatakan bahwa koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Sehingga, hasilnya dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya, semakin angkanya mendekati 1 maka semakin baik garis regresinya, karena mampu menjelaskan data aktualnya. Nilai koefisien determinasi, mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat diterangkan oleh variabel

bebas ( $X$ ). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2 = 0$ ) artinya variasi  $Y$  tidak dapat diterangkan oleh  $X$  sama sekali, sementara Jika  $R^2$  sama dengan 1, artinya variasi dari  $Y$  secara keseluruhan dapat diterangkan oleh  $X$ , dengan kata lain bila  $R^2 = 1$ , maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Interpretasi lain jika  $R^2 = 1$ , maka angka tersebut menunjukkan garis regresi cocok dengan data secara sempurna.

**Tahap kelima uji hipotesis**, uji hipotesis ini berguna untuk menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan, artinya adalah suatu nilai koefisien regresi yang secara statistik tidak sama dengan nol, jika koefisien sama dengan nol, berarti dapat dikatakan bahwa tidak cukup bukti untuk menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Analisis regresi yang digunakan merupakan analisis regresi sederhana. Analisis regresi dikenal juga dengan analisis Ordinary Least Square (sering disingkat dengan OLS). Untuk melakukan pengujian hipotesis dengan uji  $t$ , yaitu menguji koefisien regresi secara individual. Uji  $t$  dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Untuk melakukan uji  $t$ , pertama-tama merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), selanjutnya menentukan  $t$  hitung dari output tabel method least square, setelah itu menentukan  $t$  tabel dengan  $df = n - 1$  ( $n$  adalah jumlah data). Setelah didapatkan  $t$  hitung, selanjutnya membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak, dan sebaliknya jika  $t$  hitung  $\leq$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima, selain dengan menggunakan  $t$  hitung, dengan program *eviews* bisa dilihat dari nilai probaility (signifikansi) yang dihasilkan.

dengan keputusan jika nilai probability  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, dan jika nilai probability  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### Uji Hipotesis 1

Hipotesa 1: Insentif berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan

- Persamaan regresi linear tunggal :  $Y = c + bX_1$
- Untuk data yang mengandung otokorelasi, model yang digunakan model ECM (Error Correction Model).

Model persamaan regresi ECM adalah:  $D(Y) = c + b(D)X_1 + e$

$Y$  = Nilai nilai kinerja perusahaan yang diprediksikan (variabel terikat)

$D(Y)$  = Selisih kinerja perusahaan saat ini dengan kinerja perusahaan satu periode sebelumnya yang diprediksikan (variabel terikat)

$D$  = difference yaitu perbedaan (selisih)

$c$  = konstanta

$b$  = koefisien regresi

$X_1$  = Insentif (variabel bebas)

$D(X_1)$  = Selisih insentif saat ini dengan insentif satu periode sebelumnya yang diprediksikan (variabel bebas)

$e$  = residu

Langkah-langkahnya :

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 \leq 0$$

$$H_a : b_1 > 0$$

2. Membandingkan nilai probabilitas (nilai sig) atau t hitung dengan nilai t tabel, pada  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n-1$

$\alpha$ = probabilitas melakukan kesalahan, dengan tingkat kepercayaan 95 %

$df$ = *degree of freedom*

$n$ = jumlah sampel

3. Mengambil keputusan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika probabilitas (nilai sig)  $\leq 0,05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  ditolak

Jika probabilitas (nilai sig)  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $\leq t$  tabel , maka  $H_0$  diterima

### Uji Hipotesis 2

Hipotesa 2: Produktivitas *marketer* berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan

- Persamaan regresi linear tunggal :  $Y = c + bX_2$
- Untuk data yang mengandung otokorelasi, model yang digunakan model ECM (Error Correction Model)

Model persamaan regresi ECM adalah:  $D(Y) = c + b.D(X_2) + e$

$Y$ = nilai kinerja perusahaan yang diprediksikan (variabel terikat)

$D(Y)$ = Selisih kinerja perusahaan saat ini dengan kinerja perusahaan satu periode sebelumnya yang diprediksikan (variabel terikat)

$D$ = difference yaitu perbedaan (selisih)

$c$ = konstanta

$b$ = koefisien regresi

$X_2$ = produktivitas *marketer* (variabel bebas)

$D(X_2)$ = Selisih produktivitas *marketer* saat ini dengan produktivitas *marketer* satu periode sebelumnya yang diprediksikan (variabel bebas)

$e$ = residu

Langkah-langkahnya :

4. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 \leq 0$$

$$H_a : b_1 > 0$$

5. Membandingkan nilai probabilitas (nilai sig) atau t hitung dengan nilai t tabel,

pada  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n-1$

$\alpha$  = probabilitas melakukan kesalahan, dengan tingkat kepercayaan 95 %

$df$  = *degree of freedom*

$n$  = jumlah sampel

6. Mengambil keputusan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika probabilitas (nilai sig)  $\leq 0,05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  ditolak

Jika probabilitas (nilai sig)  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $\leq t$  tabel, maka  $H_0$  diterima

**Alat Analisa Data**

Untuk melakukan analisis, dalam melakukan analisis data statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji stasioneritas, uji model koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan program *eviews* Versi 7.



## **BAB IV**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah Singkat Subyek Penelitian**

##### **1. Sejarah BPRS Cempaka**

PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Cempaka Al-Amin atau lebih dikenal dengan BPRS Cempaka, didirikan di Jakarta dengan akta Notaris Achmad Zaenudin, SH.M.Kn No 31 Tanggal 30 Agustus 2008. BPR Syariah Cempaka telah berbadan hukum sesuai dengan keputusan Menteri Hukum dan HAM No AHU 91241.A.H.01.2008, dan izin operasional dari Bank Indonesia, dengan keputusan Gubernur Bank Indonesia No 11/16/KEP.GBI/DpG/2009 tanggal 25 Maret 2009. BPRS Cempaka mulai beroperasi pada tanggal 16 April 2009, Alamat kantor BPR Syariah Cempaka, Jl Ulujami Raya No 10 C – Pesanggrahan – Jakarta Selatan, no telp 02173885816, 02173885819 dan fax 02173885755. Fungsi dan tugas pokok BPRS adalah, menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau pinjaman.

##### **2. Sejarah BPR Makmur**

PT Bank Perkreditan Rakyat Makmur Artha Sedaya atau yang lebih dikenal dengan BPR Makmur, didirikan berdasarkan akta notaries Koesbiono Sarmanhadi, SH MH pada tanggal 12 Februari 1994, pada saat itu namanya PT BPR Swadharma Pamulang, dan terjadi perubahan nama dari PT BPR Swadharma Pamulang menjadi PT BPR Makmur Artha Sedaya dilakukan melalui akta pernyataan keputusan rapat no 21 tanggal 17 Agustus 2006 dihadapan notaris

Acmad Zainudin SH.M.Kn. Lokasi kantor kompleks Pertokoan Pamulang Permai Blok SH 10 No 4 kelurahan Pamulang Barat – Kecamatan Pamulang, Kabupaten Tangerang. Fungsi dan tugas pokok BPR adalah menghimpun dana dari masyarakat, dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit.

## Hasil Dan Pembahasan

### B. Hasil

#### 1. BPRS Cempaka

##### a. Uji deskriptif.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif, untuk mengetahui ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh. Gambaran deskripsi data mengenai ketiga variabel, yaitu insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan. Dan disajikan masing-masing variabel berturut-turut dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

		Insentif BPRS	Produktivitas <i>Marketer</i>	Kinerja Perusahaan BPRS
N	Valid	36	36	36
Mean		167.228	158.802.431	137.754.638
Median		84.719	148.708.333	132.074.000
Standar deviasi		131.238	65.565.241	54.647.288
Minimum		9.750	1.239.000	44.566.000
Maksimum		998.000	311.250.000	247.328.000

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui jumlah data amatan sebanyak 36 data amatan, selama periode bulan Januari 2010 sampai dengan bulan Desember 2012 terhadap variabel insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan.

### **Insentif**

Variabel insentif memiliki *mean* sebesar Rp 167.228 artinya nilai rata-rata insentif yang diberikan kepada marketing BPRS Cempaka selama periode amatan sebesar Rp 167.228 dan nilai *median* atau nilai tengah insentif yang diberikan sebesar Rp 84.719 dengan nilai minimum pemberian insentif sebesar Rp 9.750 dan nilai maksimum sebesar Rp 998.000. Terlihat nilai pemberian insentif rata-rata diatas nilai *median*, dengan demikian pemberian insentif yang diberikan cukup tinggi, dan standar deviasi sebesar Rp 131.238. Standar deviasi ini merupakan nilai cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari *mean*, terlihat standar deviasinya lebih kecil dari *mean*, dengan demikian nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

### **Produktivitas Marketer**

Variabel produktivitas memiliki *mean* sebesar Rp 158.802.431 artinya nilai rata-rata produktivitas *marketer* BPRS cempaka selama periode amatan sebesar Rp 158.802.431 dan nilai *median* atau nilai tengah produktivitas sebesar Rp 148.708.333 terlihat nilai *mean* diatas nilai median, artinya pencapaian nilai rata-rata produktivitas setiap bulannya tinggi, dengan demikian produktivitas *marketer* di BPRS Cempaka cukup bagus, dengan nilai minimum produktivitas Rp 12.390.000 dan nilai maksimum sebesar Rp 311.250.000. Standar deviasi sebesar Rp 65.565.241, standar deviasi ini merupakan nilai cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari mean. Disini terlihat standar deviasi produktivitas lebih kecil dari *mean*, dengan demikian nilai mean dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

## Kinerja Perusahaan

Variabel kinerja perusahaan BPRS Cempaka memiliki *mean* sebesar Rp 137.754.638 artinya nilai rata-rata kinerja perusahaan BPRS Cempaka selama periode amatan sebesar Rp 137.754.638, dan nilai *median* atau nilai tengah kinerja perusahaan sebesar Rp 132.074.000 terlihat nilai *mean* diatas nilai *median*, ini artinya kinerja perusahaan BPRS Cempaka cukup bagus, dengan nilai minimum kinerja perusahaan Rp 44.566.000 dan nilai maksimum sebesar Rp 247.328.000. Standar deviasi sebesar Rp 54.647.288. Standar deviasi ini merupakan nilai cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari *mean*. Disini terlihat standar deviasi kinerja perusahaan lebih kecil dari *mean*, dengan demikian nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

### b. Uji asumsi klasik

#### Uji Normalitas

Untuk melihat data terdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat menggunakan uji Jarque –Bera., dari pengolahan data dengan menggunakan eviws, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Jarque-Bera

Variable	Probaility
Insentif	0,2411
Produktivitas	0,1046

Sumber : Lampiran 3

Pada tabel diatas dapat dilihat *probability* insentif dan produktivitas lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal, sehingga data memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

### Uji *heterokedasitas*

Dari hasil pengujian *heterokedasitas*, menggunakan uji Glejser, yang meregresikan nilai absolutnya residual terhadap variabel independen, diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4.3 Hasil Uji Glejser

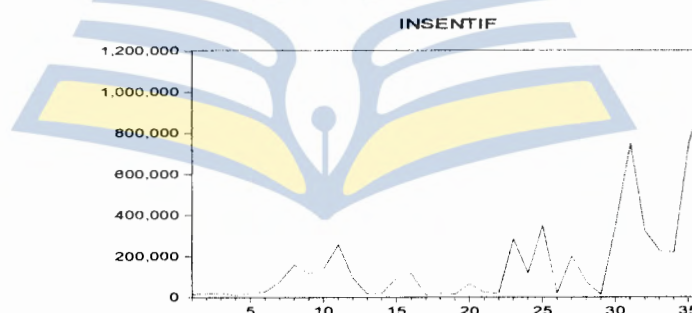
Variable	Probaility
Insentif	0,1785
Produktivitas	0,3087

Sumber: Lampiran 3

Pada tabel diatas dapat dilihat *probability* insentif dan produktivitas lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heterokedasitas pada data insentif maupun produktivitas, sehingga data memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

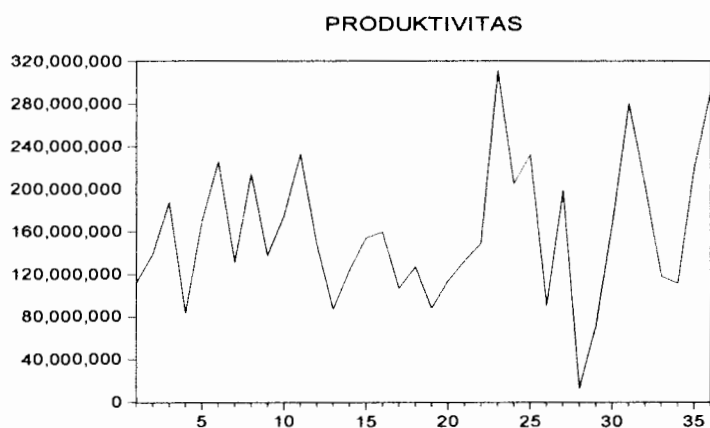
### c. Uji *stasioneritas*.

#### Uji model grafik.



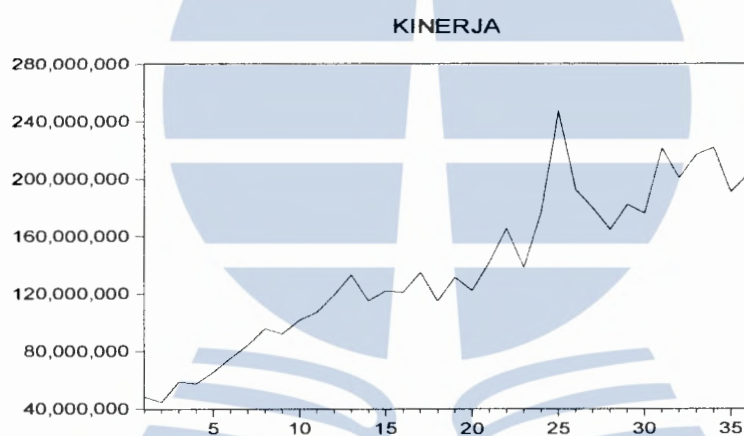
Gambar 4.1 Hasil Uji Model Grafik Insentif

Dari data insentif secara grafik, terlihat fluktuasinya grafik kecendrungan semakin meningkat, dengan demikian data insentif BPRS Cempaka tidak stasioner.



Gambar 4.2 Hasil Uji Model Grafik Produktivitas

Dari data produktivitas secara grafik, terlihat data produktivitas *marketer* BPRS Cempaka stasioner



Gambar 4.3 Hasil Uji Model Grafik Kinerja

Dari data kinerja secara grafik, terlihat data kinerja BPRS Cempaka tidak stasioner

## Uji model akar unit

### Insentif

Tabel 4.4 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Insentif

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	1,234327	0,6484
Test Critical values 1 % level	3,632900	
5 % level	2,840494	
10 % level	2,612874	

Sumber: Lampiran 4

Nilai ADF statistic (1,234) lebih kecil dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,648) > dari 0,05 sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel insentif tidak stasioner.

### Produktivitas *Marketer*

Tabel 4.5 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Produktivitas *Marketer*

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	4,474149	0,001
Test Critical values 1 % level	3,632900	
5 % level	2,948404	
10 % level	2,612874	

Sumber: Lampiran 4

Nilai ADF statistic (4,474) lebih besar dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,001) < dari 0,05 sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel produktivitas *marketer* stasioner.

## Kinerja Perusahaan

Tabel 4.6 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	1,514613	0,5146
Test Critical values 1 % level	3,632900	
5 % level	2,948404	
10 % level	2,612874	

Sumber: Lampiran 4

Nilai ADF statistic (1,514) lebih kecil dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,5146) > dari 0,05 sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel kinerja perusahaan tidak stasioner.

Dari hasil uji stasioner terhadap variabel insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan, diperoleh hasil data variabel insentif dan kinerja perusahaan tidak stasioner. Data tidak stasioner ini harus dijadikan stasioner, dengan cara data didiferensi, dengan menggunakan tes derajat integrasi, pada tingkat pertama biasanya data sudah stasioner. Setelah data distasionerkan maka akan diperoleh hasil sesuai penjelasan tabel dibawah ini.

## Insentif

Tabel 4.7 Hasil Uji Akar Unit Data Insentif Sudah Stasioner

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	5,716700	0,000
Test Critical values 1 % level	3,653730	
5 % level	2,957110	
10 % level	2,617434	

Sumber: Lampiran 4



Dari hasil uji derajat integrasi , nilai ADF statistic (5,716) lebih besar dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,000) < dari 0,05 sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel insentif telah stasioner pada tingkat kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %.

### Kinerja Perusahaan.

Tabel 4.8 Hasil Akar Unit Data Kinerja Perusahaan Sudah Stasioner

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	7,829594	0,000
Test Critical values 1 % level	3,639407	
5 % level	2,951125	
10 % level	2,614300	

Sumber: Lampiran 4

Dari hasil uji derajat integrasi , nilai ADF statistic (7,829) lebih besar dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,000) < dari 0,05. Sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel kinerja perusahaan telah stasioner pada tingkat kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %.

### Uji kointegrasi.

Tahap berikutnya melakukan uji kointegrasi untuk melihat apakah dalam jangka panjang, keberadaan variabel non stasioner menyebabkan adanya hubungan didalam sistem persamaan. Uji kointegrasi dimaksudkan untuk melihat keberadaan hubungan tersebut.

Tabel 4.9 Hasil Uji Integrasi

Trace Statistic	5 % Critical Value
53,506661	42,91525

Sumber: Lampiran 5

Dari hasil uji integrasi diperoleh hasil nilai *trace statistic* lebih besar dari nilai kritis pada tingkat keyakinan 5 %, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam

variabel saling berkointegrasi.

### Uji model koreksi kesalahan.

Semua data yang dianalisis tidak stasioner tetapi saling berkointegrasi pada tingkat keyakinan 5 %, berarti ada hubungan jangka panjang antara ketiga variabel tersebut. Karena adanya ketidak seimbangan tersebut, diperlukan adanya koreksi kesalahan, dengan model koreksi kesalahan ECM (*Error Correction Mode*)

Tabel 4.10 Persamaan Regresi dengan Residu dengan Periode Sebelumnya

Variabel	t-statistic	Prob
Insentif	1,376709	0,1785
Produktivitas	-1,034908	0,3087
Residu	3,667576	0,0009

Sumber: Lampiran 6

Pada tabel tersebut terlihat nilai signifikansi residualnya, nilai statistik t (3,667) > 2 dan nilai prob (0,0009) < 0,05 menunjukkan bahwa model koreksi kesalahan (ECM) yang digunakan sudah valid.

### d. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.11 Hasil Regresi

Hipotesa	b = koefisien regresi	c=konstanta	Residu	R <sup>2</sup>	Prob
H <sub>1</sub>	25,6629	341540492	0,1391	0,0843	0,2360
H <sub>2</sub>	0,0265	4042026	0,1191	0,0516	0,5838

Sumber : lampiran 7 .

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, sesuai dengan tabel 4.11 diatas, pada hipotesa 1, yaitu pengaruh insentif pada kinerja perusahaan, diperoleh hasil R<sup>2</sup> sebesar 0,084 atau 8,4 % berarti variasi variabel kinerja perusahaan dapat

diterangkan oleh variabel insentif sebesar 8,4 % dan nilai signifikansinya 0,2360 artinya tidak ada pengaruh antara variabel insentif terhadap kinerja perusahaan. Koefisien determinasi hipotesa 2, yaitu pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan, diperoleh hasil 0,0516 berarti variasi variabel kinerja dapat diterangkan oleh variabel produktivitas *marketer* sebesar 5,6 % dan signifikansinya 0,58. Terlihat nilai signifikansinya  $> 0,05$  sehingga tidak signifikan, artinya variabel produktivitas *marketer* tidak mempengaruhi kinerja perusahaan.

#### e. Uji hipotesa.

- Uji hipotesa 1: Insentif berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPRS Cempaka

Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 1

Hipotesa	b = koefisien regresi	c=konstanta	Residu
H <sub>1</sub>	25,6629	341540492	0,1391

Sumber : Lampiran 7

Persamaan regresi  $D(Y) = c + b.D(X_1) + e$ , berdasarkan perhitungan regresi, harga c telah ditemukan sebesar = Rp. 341.540.492 dan b = 25,6629, dan nilai residu 0,1391 dengan demikian persamaan regresinya adalah :  $D(\text{Kinerja}) = 341540492 + 25,6629 \text{ Insentif} + 0,1391$ .

Untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probability  $D(\text{insentif})$  sebesar  $0,236 > 0,05$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya Insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan.

- Uji hipotesa 2: Produktivitas *marketer* berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPRS Cempaka.

Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 2

Hipotesa	b = koefisien regresi	c=konstanta	Residu
H <sub>2</sub>	0,0265	4042026	0,1191

Sumber : Lampiran 7

Persamaan regresi  $D(Y) = c + b.D(X_2) + e$ , berdasarkan perhitungan regresi harga c telah ditemukan sebesar = Rp 4.042.026 dan b = 0,0265 dengan demikian persamaan regresinya adalah :  $D(\text{Kinerja perusahaan}) = 4.042.026 + 0,0265 \text{ Produktivitas} + 0,1191$ .

Untuk mengetahui pengaruh produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probability produktivitas sebesar  $0,5838 > 0,05$  dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak, artinya produktivitas *marketer* tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan.

## 2. BPR Makmur

### a. Uji deskriptif.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh. Gambaran deskripsi data mengenai ketiga variabel yaitu insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan, disajikan masing-masing variabel berturut-turut dalam tabel, dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif

	Insentif BPR	Produktivitas <i>Marketing</i>	Kinerja Perusahaan BPR
N	36	36	36
Mean	543.444	79.450.892	240.243.611
Median	450.000	81.032.142	107.464.285
Standar deviasi	328.652	25.794.350	92.042.090
Minimum	75.000	34.900.000	35.471.000
Maksimum	1.350.000	163.785.714	425.000.000

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui jumlah data amatan sebanyak 36 data amatan, selama periode bulan Januari 2010 sampai dengan bulan Desember 2012, terhadap variabel insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan.

### **Insentif**

Variabel insentif memiliki *mean* sebesar Rp 543.444,3 artinya nilai rata-rata insentif yang diberikan kepada marketing BPR Makmur selama periode amatan sebesar Rp 543.444,3 dan *median* atau nilai tengah insentif yang diberikan sebesar Rp 450.000 dengan nilai minimum pemberian insentif sebesar Rp 75.000 dan nilai maksimum sebesar Rp 1.350.000. Terlihat nilai *mean* pemberian insentif di BPR Makmur diatas nilai *median*, dengan demikian rata-rata pemberian insentif di BPR Makmur cukup tinggi. Standar deviasi sebesar Rp 328.652. Standar deviasi ini merupakan nilai cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari *mean*. Terlihat standar deviasi lebih kecil dari *mean*, dengan demikian nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

### **Produktivitas *Marketer***

Variabel produktivitas *marketer* memiliki *mean* sebesar Rp 79.450.892 artinya nilai rata-rata produktivitas *marketing* BPR Makmur selama periode amatan sebesar Rp 79.450.892, nilai *median* atau nilai tengah produktivitas sebesar Rp 81.032.142. Terlihat nilai *mean* dibawah nilai median, artinya nilai

rata-rata produktivitas rendah, dengan nilai minimum produktivitas Rp 34.900.000 dan nilai maksimum sebesar Rp 163.785.714. Standar deviasi sebesar Rp 25.794.350, standar deviasi ini merupakan nilai cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari *mean*, disini terlihat standar deviasi produktivitas lebih kecil dari *mean*, dengan demikian nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

### **Kinerja Perusahaan**

Variabel kinerja perusahaan BPR Makmur memiliki *mean* sebesar Rp 240.243.611 artinya nilai rata-rata kinerja perusahaan BPR Makmur selama periode amatan sebesar Rp 240.243.611, sedangkan nilai *median* atau nilai tengah kinerja perusahaan sebesar Rp 107.464.285, terlihat nilai *mean* diatas nilai *median*. Ini mengartikan kinerja perusahaan BPR Makmur baik, dengan nilai minimum kinerja perusahaan Rp 35.471.000 dan nilai maksimum sebesar Rp 425.000.000. Standar deviasi sebesar Rp 92.042.090, standar deviasi ini merupakan nilai cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari *mean*, disini terlihat standar deviasi kinerja perusahaan lebih kecil dari *mean*, dengan demikian nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

### **b.Uji asumsi klasik**

#### **Uji normalitas**

Untuk melihat data terdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat menggunakan uji Jarque –Bera. dari pengolahan data dengan menggunakan eviws, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Jarque-Bera

Variable	Probaility
Insentif	0,5671
Produktivitas	0,5583

Sumber: Lampiran 10

Pada tabel diatas dapat dilihat *probability* insentif dan produktivitas lebih besar dari 0,05, maka data berdistrbusi normal, sehingga data memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

#### Uji *heterokedasitas*

Dari hasil pengujian *heterokedasitas*, menggunakan uji Glejser, yang meregresikan nilai absolutnya residual terhadap variabel independen, diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4.16 Hasil Uji Glejser

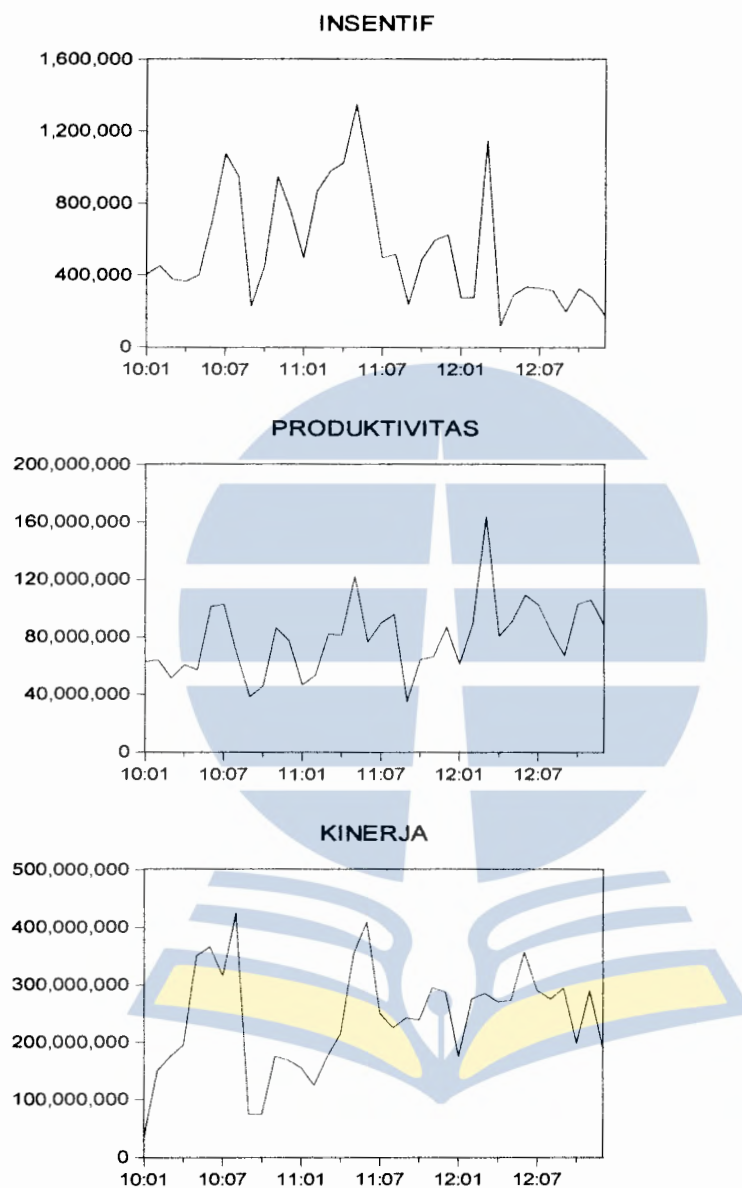
Variable	Probability
Insentif	0,6149
Produktivitas	0,2883

Sumber: Lampiran 10

Pada tabel diatas dapat dilihat *probability* insentif dan produktivitas lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi *heterokedasitas* pada data insentif maupun produktivitas, sehingga data memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

c. Uji stasioneritas.

Uji model grafik.



Gambar 4.4 Hasil Uji Model Grafik

Dari data insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan terlihat data BPR Makmur stasioner.



## Uji model akar unit

### Insentif

Tabel 4.17 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Insentif

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	3,886181	0,0144
Test Critical values 1 % level	3,632900	
5 % level	2,940494	
10 % level	2,612874	

Sumber: Lampiran 11

Dan nilai probability insentif (0,0144) < dari 0,05 sehingga dari informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel insentif stasioner.

### Produktivitas *Marketer*

Tabel 4.18 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Produktivitas *Marketer*

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	4,365033	0,0015
Test Critical values 1 % level	3,632900	
5 % level	2,948404	
10 % level	2,612874	

Sumber: Lampiran

Nilai ADF statistic (4.3650) lebih besar dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,0015) < dari 0,05 sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel produktivitas *marketer* stasioner.

## Kinerja Perusahaan

Tabel 4.19 Hasil Uji Akar Unit Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan

	t-Statistic	Prob
ADF test statistic	4,054260	0,0034
Test Critical values 1 % level	3,632900	
5 % level	2,948404	
10 % level	2,612874	

Sumber: Lampiran 11

Nilai ADF statistic (4,0542) lebih besar dari pada nilai kritis pada berbagai kepercayaan 1 %, 5 % dan 10 %. Dan nilai prob (0,0034) < dari 0,05 , sehingga dari kedua informasi tersebut menunjukkan bahwa variabel kinerja perusahaan stasioner.

Dari hasil uji stasioner terhadap variabel insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan, diperoleh hasil data variabel insentif, produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan stasioner. Sehingga model regresi yang digunakan adalah regresi sederhana biasa.

### d. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.20 Hasil Regresi

Hipotesa	b = koefisien regresi	c=konstanta	R <sup>2</sup>	Prob
H <sub>1</sub>	72.07443	200674751	0,0636	0,1378
H <sub>2</sub>	1.657043	108590033	0,2156	0,0043

Sumber : lampiran 12.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, sesuai dengan tabel 4.20 diatas, pada hipotesa 1, yaitu pengaruh insentif pada kinerja perusahaan, diperoleh hasil R<sup>2</sup> sebesar 0,0636 atau 6,3 % ,berarti variasi variabel kinerja perusahaan dapat diterangkan oleh variabel insentif sebesar 6,3 % dan nilai signifikansinya

0,1378 artinya tidak ada pengaruh antara variabel insentif terhadap kinerja perusahaan. Koefisien determinasi hipotesa 2, yaitu pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan, diperoleh hasil 0,2156, berarti variasi variabel kinerja dapat diterangkan oleh variabel produktivitas *marketer* sebesar 21,56 % dan signifikansinya 0,004. Terlihat nilai signifikansinya  $< 0,05$ , sehingga variabel produktivitas *marketer* berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan.

**e. Uji hipotesa.**

- Uji hipotesa 1: Insentif berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPR Makmur

Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 1

Hipotesa	b = koefisien regresi	c=konstanta
H <sub>1</sub>	72,07443	200674751

Sumber : Lampiran 12

Persamaan regresi  $Y = c + b.X_1$ , berdasarkan perhitungan regresi, harga c telah ditemukan sebesar = Rp. 200.674.751 dan  $b = 72,07443$ , dengan demikian persamaan regresinya adalah: Kinerja = 200.674.751 + 72,074 Insentif. Untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probability insentif sebesar  $0.1378 > 0.05$  dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak, artinya Insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan.

- Uji hipotesa 2: Produktivitas *marketer* berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPR Makmur.

Tabel 4.22 Ringkasan Hasil Uji Hipotesa 2

Hipotesa	b = koefisien regresi	c=konstanta
H <sub>2</sub>	1,657043	108590033

Sumber : Lampiran 12

Persamaan regresi  $Y = c + b.X_2$ , berdasarkan perhitungan regresi harga  $c$  telah ditemukan sebesar = Rp 108.590.033 dan  $b = 1,657$  dengan demikian persamaan regresinya adalah: Kinerja perusahaan = 108.590.033 + 1,657 Produktivitas. Berdasarkan persamaan tersebut, artinya Kinerja perusahaan dan produktivitas *marketer* mempunyai hubungan positif atau searah, dimana jika produktivitas *marketer* meningkat, maka kinerja perusahaan juga meningkat. Koefisien regresi sebesar 1.657 mempunyai arti bahwa setiap peningkatan produktivitas sebesar Rp 1 juta, maka akan meningkatkan kinerja Rp 1.6 juta.

Untuk mengetahui pengaruh produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probabilitas produktivitas sebesar  $0,0043 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya produktivitas *marketer* berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan.

### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa:

#### 1. BPRS Cempaka

- a. Berdasarkan hasil deskriptif, terlihat mean (rata-rata) dari variabel insentif (X) = Rp 167.228 dengan nilai median sebesar Rp. 84.719,- dan standar deviasi hasilnya lebih kecil dari mean, maka dapat dikatakan tingkat insentif BPRS Cempaka baik. Perhitungan pemberian insentif untuk *marketer* di BPRS Cempaka, dengan menggunakan formula sebesar 0,2 % dari selisih lebih realisasi pencairan pinjaman, dengan target pencairan pinjaman setiap *marketer*. Target dan realisasi pencairan pinjaman dihitung setiap bulan, serta laporannya disampaikan pada setiap *marketer*.

Perhitungan dan pencairan dana insentif, bagi *marketer* yang mencapai realisasi pinjaman diatas target, dilakukan setiap awal bulan. Berdasarkan tabel 1.1 terlihat jumlah insentif yang diberikan setiap tahunnya berfluktuasi, pada tahun 2011 terjadi penurunan pemberian insentif sebesar 5,2 % bila dibandingkan dengan jumlah pemberian insentif pada tahun 2010, terjadinya penurunan jumlah insentif tersebut dikarenakan pada tahun 2011 pencapaian target setiap *marketer* merata, maka akibatnya jumlah insentif yang diberikan menurun, karena bila dilihat dari pencapaian target, pada tahun 2011 target realisasi pinjaman tercapai 111%. Pada tahun 2012 pemberian insentif meningkat sebesar 433%, peningkatan tersebut cukup besar, dikarenakan pada tahun 2012 manajemen BPRS Cempaka memberikan kebijakan menyederhanakan proses pencairan pemberian insentif kepada *marketer*, sehingga pencairan insentif di berikan setiap awal bulan, dengan perhitungan pencapaian target diakhir bulan. Kebijakan sebelumnya, pihak perusahaan akan mencairkan insentif untuk *marketer*, apabila debitur yang dikelola oleh masing-masing *marketer* dalam kolektibilitas lancar, dan pembayaran akan ditunda, sampai dengan seluruh debitur yang dikelola lancar. Dengan persyaratan pencairan insentif tersebut, mengakibatkan *marketer* lebih fokus untuk melakukan penagihan, dampaknya terhadap pencapaian target realisasi pinjaman menjadi rendah. Dengan cukup rumitnya persyaratan untuk pencairan insentif tersebut, mengakibatkan pemberian insentif kurang memberikan motivasi kepada *marketer*, untuk lebih meningkatkan

produksinya dalam memproses pencairan pinjaman ataupun mencari debitur baru.

Mean dari variabel produktivitas *marketer* sebesar Rp 158.802.431 dengan nilai median Rp 148.708.333 dan standar deviasi lebih kecil dari mean. Maka dapat dikatakan tingkat produktivitas *marketer* di BPRS Cempaka cukup baik, pencapaian target *marketer* setiap tahunnya diatas 100 %. Pada tahun 2010 jumlah marketing sebanyak 3 orang, tahun 2011 sebanyak 4 orang dan tahun 2012 sebanyak 5 orang. Demikian juga halnya dengan mean dari kinerja perusahaan sebesar Rp 137.754.638 dan nilai median sebesar Rp132.074.000, dan standar deviasi lebih kecil dari mean, maka tingkat kinerja perusahaan di BPRS Cempaka bisa dikatakan baik, dan nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Kinerja perusahaan yang diukur dalam penelitian ini adalah berupa pendapatan operasional, pendapatan operasional setiap tahunnya menunjukkan peningkatan, pada tahun 2010 sebesar Rp.947 juta, tahun 2011 sebesar Rp. 1,6 milyar, dan tahun 2012 sebesar Rp. 2,4 milyar.

- b. Hipotesa 1: Insentif berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPRS Cempaka.

Persamaan regresi  $D(Y) = c + b.D(X_1) + e$ , berdasarkan perhitungan regresi, harga  $c$  telah ditemukan sebesar = Rp. 341.540.492 dan  $b = 25,6629$ , dan nilai residu 0,1391 dengan demikian persamaan regresinya adalah:  $D(\text{Kinerja}) = 341540492 + 25.6629 \text{ Insentif} + 0.1391$ .

Untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probability  $D(\text{insentif})$  sebesar  $0,236 > 0,05$  dengan demikian

Ho diterima dan Ha ditolak, artinya insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan. Insentif yang diberikan pada *marketer* pada tahun 2010 sebesar Rp. 950 juta, tahun 2011 turun 5,2 % sehingga jumlah insentif yang diberikan menjadi sebesar Rp.800,- juta, dan tahun 2012 meningkat 433 % sehingga insentif yang diberikan pada *marketer* sebesar Rp. 4,2 juta.

Di BPRS Cempaka, insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan, hal tersebut tidak sesuai dengan harapan manajemen BPRS Cempaka, pihak manajemen perusahaan mengharapkan, dengan memberikan kemudahan persyaratan dalam pemberian insentif kepada *marketer*, akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan motivasi *marketer* untuk bekerja lebih giat, sehingga bisa meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan motivasi *marketer* terutama adalah berupa peningkatan proses realisasi pencairan debitur baru ataupun debitur lama, dan peningkatan dalam melakukan penagihan pada debitur. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Handoko (1985:89) mengemukakan “Insentif adalah untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam mencapai tujuan organisasi”.

Tidak adanya pengaruh insentif pada kinerja perusahaan di BPRS Cempaka, bisa dilihat dari rendahnya jumlah insentif yang diberikan setiap tahunnya dan bahkan berfluktuasi, sementara perolehan kinerja perusahaan selama tahun penelitian, setiap tahunnya menunjukkan peningkatan. Dengan jumlah insentif yang diberikan pada tahun 2010 sebesar Rp 950 ribu, dan tingkat kinerja perusahaan yang dihasilkan sebesar Rp 947 juta.

Pada tahun 2011 jumlah insentif yang diberikan sebesar Rp 800 ribu, dan kinerja persahaan yang dihasilkan sebesar Rp 1,6 milyar. Pada tahun 2012 jumlah insentif yang diberikan sebesar Rp 4,3 juta, dan kinerja perusahaan sebesar Rp 2,4 milyar. Perolehan kinerja perusahaan selalu meningkat, meskipun jumlah insentif yang diberikan menurun. Rendahnya insentif dikarenakan pegawai *marketer* di BPRS Cempaka seluruhnya sudah merupakan pegawai tetap, sehingga meskipun *marketer* tidak memenuhi target, mereka masih mendapatkan gaji tetap perbulannya, demikian juga halnya dengan hak – hak dan fasilitas lain yang ditentukan oleh perusahaan.

Insentif di BPRS Cempaka tidak mempunyai dampak terhadap kinerja perusahaan, hal tersebut bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardianto (2013) dengan judul penelitian Pengaruh Pengawasan dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan di PDAM Samarinda, menunjukkan insentif finansial dan non finansial mempunyai hubungan yang kuat, dan berpengaruh terhadap kinerja karyawan PDAM Samarinda. Peneliti lainnya Marwan (2011) di Universitas Yordania, dengan judul penelitian Relationship between Incentives and Organizational Performance for Employees in the Jordanian Universities, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania. Peneliti lainnya yang dilakukan Al Nsaur Marwan (2011), terhadap pegawai Univesitas Yordania, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dan moral, dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania,



peneliti lainnya yang dilakukan oleh Mohamad Abang (2009) pada perusahaan *manufacture* di Malaysia, terbukti insentif berhubungan positif dengan kinerja organisasi, peneliti lainnya Caldieraro (2009) diperoleh hasil pemberian insentif untuk tenaga marketing secara berkelompok berkorelasi positif terhadap produktivitas dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan hampir diseluruh wilayah penelitian. Demikian juga halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Shen shieh (2008) penelitian dilakukan pada direksi, manager dan staaf di Taicang City Taiwan, diperoleh hasil sistem kompensasi dari suatu perusahaan, termasuk bonus, penghargaan memiliki efek positif pada kinerja organisasi.

BPRS Cempaka mulai operasional pada pertengahan tahun 2009, posisi outstanding pinjaman pada tahun 2010 sebesar 4,4 milyar dengan ratio FDR ( Finance Debt Ratio) sebesar 93,29 %, outstanding pinjaman pada tahun 2011 sebesar Rp. 5,8 milyar dengan ratio FDR sebesar 93,9 % dan oustanding pinjaman pada tahun 2012 sebesar Rp. 8,6 milyar dengan FDR sebesar 87,5 %. FDR adalah perhitungan jumlah pinjaman yang diberikan terhadap dana pihak ketiga, FDR yang optimal menurut ketentuan Bank Indonesia  $\leq 94$  %. Peningkatan outstanding pinjaman ini menyebabkan meningkatnya jumlah pendapatan operasional, dan pendapatan operasional adalah yang dijadikan ukuran kinerja perusahaan. Pada tahun 2010 jumlah pendapatan operasional sebesar Rp. 947,- juta, tahun 2011 sebesar Rp. 1,6 milyar dan tahun 2012 sebesar Rp. 2,4 milyar. Dengan demikian tinggi rendahnya kinerja perusahaan, dipengaruhi oleh besar kecilnya outstanding pinjaman.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja adalah tingkat kolektibilitas debitur, dengan semakin meningkatnya jumlah pinjaman yang diberikan, dampaknya pada pemeliharaan kolektibilitas kredit. Tingkat ratio NPF (*Non Performing Finance*) tahun 2010 sebesar 0 %, tahun 2011 NPF 9,75 % dan tahun 2012 sebesar 7,28 %. Batas maksimal NPF menurut ketentuan dari Bank Indonesia berdasarkan surat edaran BI no 9/29/Dpbs tanggal 7 Desember 2007 perihal sistem penilaian tingkat kesehatan BPRS, ditetapkan nilai NPF maksimal bagi BPRS sebesar  $\leq 10,35$  %. Dengan semakin besarnya kredit bermasalah, maka akan merugikan perusahaan dikarenakan banyaknya debitur yang menunggak, sehingga kinerja perusahaan menurun. Salah satu tugas *marketer* di BPRS Cempaka melakukan pembinaan dan penagihan kepada debitur yang dikelolanya, selain tugas lainnya untuk tetap meningkatkan produksinya.

- c. Hipotesa 2: Produktivitas *marketer* berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPRS Cempaka.

Persamaan regresi  $D(Y) = c + b.D(X_2) + e$ , berdasarkan perhitungan regresi harga  $c$  telah ditemukan sebesar = Rp 4.042.026 dan  $b = 0,0265$  dengan demikian persamaan regresinya adalah :  $D(\text{Kinerja perusahaan}) = 4.042.026 + 0,0265 \text{ Produktivitas} + 0,1191$ . Dengan probability sebesar  $0,5838 > 0,05$

Dengan demikian tidak ada pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan. Faktor yang mempengaruhi peningkatan kinerja disebabkan dari kelancaran debitur dalam membayar angsuran pinjaman, tingkat margin berupa *ekuivalen rate* yang dikenakan kepada debitur yang

mendapatkan fasilitas pinjaman. *Equivalen rate* fasilitas pinjaman murabahah berkisar 1,5 % – 2% perbulan, fasilitas pinjaman musyarakah dengan sistem bagi hasil berkisar diantara 2 % - 2,5 % perbulan, serta pendapatan jasa dari fasilitas pinjaman berupa multijasa. Faktor lainnya yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah kolektibilitas debitur, untuk debitur yang telah masuk dalam kolektibilitas 2 (kurang lancar), 3 (diragukan) , dan 4 (macet), maka pendapatan *accrual* margin tidak diakui, sehingga tidak dimasukkan dalam pendapatan operasional, dan bagi fasilitas pinjaman musyarakah sistem perhitungannya berdasarkan *cash basis*.

Untuk mengetahui pengaruh produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probability produktivitas sebesar  $0,5838 > 0,05$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya produktivitas *marketer* tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan

Jumlah produktivitas pada tahun 2010 sebesar Rp. 1,9 milyar, tahun 2011 terjadi penurunan 10,2 % sehingga jumlah produktivitas menjadi Rp. 1,7 milyar dan tahun 2012 terjadi peningkatan 13,7 % sehingga produktivitas menjadi Rp. 2 milyar. Pada tahun 2011 terjadinya penurunan produktivitas, disebabkan realisasi pencairan pinjaman dari bagian marketing hanya sebatas pencapaian target sebesar Rp. 150,- juta untuk setiap marketing, dan pencapai target sebesar 111 %. Meskipun produktivitas berfluktuasi, tidak demikian halnya dengan kinerja perusahaan, kinerja perusahaan menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, dengan pendapatan operasional pada tahun 2010 sebesar

Rp 947 juta, tahun 2011 sebesar Rp 1,7 milyar dan tahun 2012 meningkat menjadi Rp 2,4 milyar.

Kinerja perusahaan BPRS Cempaka diperoleh dari penyaluran pinjaman kepada debitur, pendapatan operasional yang terbesar diperoleh dari penyaluran pinjaman *murabahah*. Untuk posisi tahun 2010 pendapatan *murabahah* sebesar Rp. 788 juta atau sebesar 67 % dari total pendapatan operasional, sisanya 33 % pendapatan yang diperoleh dari penyaluran pembiayaan multijasa dan musyarakah. Tahun 2011 pendapatan *murabahah* sebesar Rp. 1,05 milyar, dengan porsi sebesar 65 % dari total pendapatan penyaluran dana, dan tahun 2012 pendapatan *murabahah* sebesar Rp. 1,54 milyar dengan porsi sebesar 64 % dari total pendapatan penyaluran dana. Tingginya pendapatan *murabahah*, disebabkan outstanding produk penyaluran dana dalam bentuk *murabahah*, memiliki porsi yang lebih besar dibandingkan dengan outstanding produk musyarakah dan multi jasa. *Murabahah* adalah produk jual beli, dengan sistem margin yang ditetapkan dan disepakati dari awal. Saat ini BPRS Cempaka lebih banyak menyalurkan dana dalam bentuk *murabahah*, penyebabnya antara lain, karena fasilitas *murabahah* lebih mudah mengawasi debitur untuk penggunaan fasilitas pinjamannya, selain itu sistem pengenaan margin yang disepakati diawal akad, lebih mudah diterapkan dan debitur pun lebih mudah untuk memahaminya. Faktor lainnya karakteristik nasabah yang dibiayai, lebih banyak untuk keperluan konsumtif dan produktif, baik perorangan maupun perusahaan kecil UMKM (Usaha Mikro , Kecil dan Menengah), dengan sistem *murabahah*

lebih memudahkan bagi debitur untuk mengatur cash flow keuangannya, dan bagi BPRS lebih memudahkan dalam pengawasan kelancaran pembayaran angsuran. Sistem pengenaan margin di BPRS Cempaka sebesar 1,5% - 2 % flat. Sedangkan fasilitas *musyarakah* lebih banyak dipergunakan untuk debitur berupa kontraktor dengan sistem bagi hasil, dan multijasa untuk keperluan pendidikan, perkawinan maupun kesehatan.

Produktivitas *marketer* tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan, hal tersebut tentunya berbeda dengan pendapat para ahli, diantaranya pendapat dari Paul Mali dalam bukunya Hasibuan (2003:114) mengungkapkan: “Produktivitas adalah bagaimana menghasilkan atau meningkatkan hasil barang dan jasa setinggi mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien”. Dengan demikian produktivitas kerja pegawai, adalah perbandingan antara output yang dihasilkan dengan segala sumber daya manusia, maupun sumber daya lainnya, dalam pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Hasil penelitian di BPRS Cempaka, sesuai dengan hasil penelitian Iryanto (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja terhadap Laba Operasional Perusahaan, studi kasus di perusahaan konveksi Daneil Setiadi, dengan hasil penelitian secara parsial tidak terdapat pengaruh antara produktivitas tenaga kerja terhadap laba operasional perusahaan.

Hasil penelitian di BPRS Cempaka berbeda dengan hasil penelitian Rahmat Saeful (2010) dengan judul penelitian Pengaruh Produktivitas Tenaga Kerja terhadap Kinerja Perusahaan, studi kasus PT HINI Daiki

Indonesia, dengan hasil penelitian kinerja perusahaan dipengaruhi produktivitas tenaga kerja sebesar 57,5 %.

## 2. BPR Makmur

a. Berdasarkan hasil deskriptif, terlihat *mean* (rata-rata) dari variabel insentif (X) = Rp 543.444 dengan nilai median sebesar Rp 450.000 dan standar deviasi hasilnya lebih kecil dari *mean*, maka dapat dikatakan tingkat insentif BPR Makmur baik. Jumlah insentif yang diberikan pada tahun 2010 sebesar Rp 7 juta, pada tahun 2011 jumlah insentif yang diberikan meningkat sebesar 21,9 % dengan jumlah nominal insentif yang diberikan sebesar Rp 8,6 juta. Tahun 2012 insentif yang diberikan pada *marketer* menurun sebesar 55,3 %, dengan jumlah nominal insentif yang diberikan sebesar Rp 3,8 juta. Penurunan insentif tersebut dikarenakan adanya kebijakan dari manajemen BPR Makmur, yang membatasi perhitungan insentif untuk *marketer*, insentif diberikan kepada *marketer* apabila *marketer* melakukan proses debitur baru, dan tidak termasuk debitur lama yang mengajukan kembali fasilitas pinjaman. Besarnya insentif yang diberikan kepada *marketer* sebesar 0,5%, dari selisih lebih realisasi pencairan pinjaman, dengan target pencairan pinjaman kepada setiap *marketer*.

Mean dari variabel produktivitas *marketer* sebesar Rp 79.450.892,- dengan nilai median Rp 81.032.142,- terlihat rata-rata produktivitas yang diberikan dibawah nilai median, hal tersebut menunjukkan rendahnya produktivitas, meskipun demikian standar deviasi lebih kecil dari *mean*,

sehingga nilai mean dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Jumlah *marketer* di BPR Makmur pada tahun 2010 dan 2011 sebanyak 10 orang, dan pada tahun 2012 sebanyak 7 orang, target yang dikenakan kepada setiap *marketer* setiap bulan sebesar Rp. 150 juta. Perolehan pencapaian target dari *marketer* setiap tahunnya cukup rendah, pada tahun 2010 pencapaian target hanya 47 %, tahun 2011 target yang dicapai 49 %, dan tahun 2012 target yang dicapai 61 %.

*Mean* dari kinerja perusahaan sebesar Rp 240.243.611 dan nilai median sebesar Rp 107.464.285 nilai perolehan rata-rata kinerja diatas median, dan standar deviasi lebih kecil dari mean, maka tingkat kinerja perusahaan di BPR Makmur bisa dikatakan baik, dan nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Produk penyaluran dana di BPR Makmur hanya berupa kredit mikro dan kredit umum. Untuk kredit mikro tingkat bunga yang dikenakan 2,5 % perbulan dan bunga kredit umum sebesar 1,5 % sampai dengan 3 %. Jumlah kredit yang disalurkan pada tahun 2010 sebesar Rp 7,9 milyar, tahun 2011 meningkat menjadi Rp 8,6 milyar dan tahun 2012 Rp 7,4 milyar, pada tahun 2012 jumlah kredit yang diberikan menurun 12,9 %. Penurunan jumlah kredit yang disalurkan ini seiring dengan penurunan jumlah *marketer*, yang sebelumnya pada tahun 2010 dan tahun 2011 sebanyak 10 orang, dan tahun 2012 menjadi 7 orang.

- b. Hipotesa 1: Insentif berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPR makmur.

Persamaan regresi  $Y = c + b.X_1$ , berdasarkan perhitungan regresi, harga  $c$  telah ditemukan sebesar = Rp. 200.674.751 dan  $b = 72,07443$ , dengan demikian persamaan regresinya adalah : Kinerja = 200.674.751 + 72,074 Insentif. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, sesuai dengan tabel 4.20 diatas, pada hipotesa 1 diperoleh hasil  $R^2$  sebesar 0,0636 atau 6,3 % ,berarti variasi variabel kinerja perusahaan dapat diterangkan oleh variabel insentif sebesar 6,3 % dan nilai signifikansinya 0,1378 artinya tidak ada pengaruh antara variabel insentif terhadap kinerja perusahaan, dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan.

Tujuan diberikannya insentif pada *marketer*, adalah untuk meningkatkan motivasi *marketer* sehingga bisa lebih produktif, dengan semakin produktifnya *marketer*, maka diharapkan dampaknya akan meningkatkan kinerja perusahaan seperti halnya pendapat Handoko (1985:89) mengemukakan "Insentif adalah untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam upaya mencapai tujuan organisasi". Namun tidak demikian dengan yang terjadi di BPR Makmur, insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan. Dengan demikian tujuan pemberian isentif di BPR Makmur, tidak sesuai dengan harapan pengurus BPR Makmur. Rendahnya hubungan ini terjadi dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Iryanto (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja terhadap Laba Operasional Perusahaan, studi kasus di konveksi Daneil Setiadi, dengan hasil penelitian Pengaruh tenaga kerja secara parsial terhadap kinerja perusahaan sebesar



0,234. Jumlah insentif yang diberikan pada tahun 2010 Rp 7 juta, tahun 2011 Rp 8,6 juta, dan tahun 2012 jumlah insentif yang diberikan Rp 3,8 juta, faktor yang menyebabkan tidak termotivasinya *marketer* dengan pemberian insentif di BPR Makmur, dikarenakan sistem perhitungan insentif yang rumit, sehingga tidak mudah untuk dicapai. Seperti halnya pendapat dari Heiddjrachman mengenai beberapa sifat dasar insentif, salah satunya adalah pembayaran hendaknya sederhana, sehingga dapat dimengerti dan dihitung oleh karyawan sendiri, demikian juga halnya menurut pendapat Mangkunegara (2009:89) "insentif adalah suatu penghargaan dalam bentuk uang, yang diberikan oleh pihak pimpinan organisasi kepada karyawan, agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan organisasi"

Peningkatan kinerja perusahaan dipengaruhi oleh faktor lain, salah satunya dikarenakan membaiknya kolektibilitas kredit debitur. Hal tersebut bisa dilihat dari tingkat NPL yang cenderung menurun setiap tahunnya, dengan demikian faktor lain yang menyebabkan meningkatkan kinerja perusahaan di BPR Makmur, diperoleh dari pembayaran tagihan kredit macet. Kredit bermasalah pada tahun 2010 sebesar Rp. 1,2 milyar, tahun 2011 sebesar Rp. 952 juta. Tidak adanya pengaruh insentif pada kinerja perusahaan, hal tersebut bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ardianto (2013) dengan judul penelitian Pengaruh Pengawasan dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan di PDAM Samarinda, menunjukkan insentif finansial dan non finansial mempunyai hubungan yang kuat, dan pengaruh terhadap kinerja karyawan PDAM

Samarinda. Peneliti lainnya Marwan (2011) di Universitas Yordania, dengan judul penelitian *Relationship between Incentives and Organizational Performance for Employees in the Jordanian Universities*, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania. Peneliti lainnya yang dilakukan Al Nsaur Marwan (2011), terhadap pegawai Universitas Yordania, diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara insentif keuangan dan moral, dengan kinerja organisasi di Universitas Yordania, peneliti lainnya yang dilakukan oleh Mohamad Abang (2009) pada perusahaan *manufacture* di Malaysia, terbukti insentif berhubungan positif dengan kinerja organisasi, peneliti lainnya Caldieraro (2009) diperoleh hasil pemberian insentif untuk tenaga marketing secara berkelompok berkorelasi positif terhadap produktivitas dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan hampir diseluruh wilayah penelitian. Demikian juga halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Shen shieh (2008) penelitian dilakukan pada direksi, manager dan staaf di Taicang City Taiwan, diperoleh hasil sistem kompensasi dari suatu perusahaan, termasuk bonus, penghargaan memiliki efek positif pada kinerja organisasi.

- c. Hipotesa 2: Produktivitas *marketer* berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan BPR Makmur.

Persamaan regresi  $Y = c + b.X_2$ , berdasarkan perhitungan regresi harga  $c$  telah ditemukan sebesar = Rp 108.590.033 dan  $b = 1,657$  dengan demikian persamaan regresinya adalah: Kinerja perusahaan =  $108.590.033 + 1,657$  Produktivitas. Berdasarkan persamaan

tersebut, artinya kinerja perusahaan dan produktivitas *marketer* mempunyai hubungan positif atau searah, dimana jika produktivitas *marketer* meningkat, maka kinerja perusahaan juga meningkat. Koefisien regresi sebesar 1,657 mempunyai arti bahwa setiap peningkatan produktivitas sebesar Rp 1 juta, maka akan meningkatkan kinerja Rp 1,6 juta. Untuk mengetahui pengaruh produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan dilihat dari probability produktivitas sebesar  $0,0043 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya produktivitas *marketer* berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan. tentunya hal tersebut sesuai dengan pendapat Paul Mali dalam Hasibuan (2003:114) mengungkapkan "Produktivitas adalah bagaimana menghasilkan atau meningkatkan barang dan jasa setinggi mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien".

Jumlah produktivitas *marketer* pada tahun 2010 sebesar 814 juta, dengan realisasi pinjaman pada tahun 2010 sebesar Rp 8,1 milyar, produktivitas *marketer* tahun 2011 Rp 900 juta, dan realisasi pinjaman sebesar Rp 9 milyar. Tahun 2012 produktivitas *marketer* sebesar Rp 1 milyar. Kinerja perusahaan pada tahun 2010 sebesar Rp 2,5 milyar, tahun 2011 sebesar Rp 2,9 milyar dan tahun 2012 Rp 3 milyar, terlihat produktivitas *marketer* di BPR Makmur mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan semakin tingginya produktivitas *marketer*, maka kinerja perusahaan pun meningkat. Pengaruh produktivitas terhadap kinerja perusahaan ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Rahmat Saeful (2010) dengan judul penelitian Pengaruh

Produktivitas tenaga Kerja terhadap Kinerja Perusahaan, studi kasus PT HINI Daiki Indonesia, dengan hasil penelitian kinerja perusahaan dipengaruhi produktivitas sebesar 57,5 %.

Pencapaian realisasi pencairan pinjaman, setiap tahunnya di BPR Makmur masih rendah, dengan pencapaian target pada tahun 2010 hanya mencapai 45 % dari target yang ditetapkan sebesar Rp 18 milyar, tahun 2011 mencapai 50 %, dan tahun 2012 target yang tercapai hanya 64 %. Pada tahun 2012 target realisasi pinjaman diturunkan menjadi Rp. 12,6 milyar, karena adanya penurunan jumlah *marketer* di BPR Makmur, menjadi 7 orang dari sebelumnya 10 orang. Rendahnya pencapaian target ini menurut analisa peneliti disebabkan kurang inovatifnya produk kredit di BPR Makmur, dimana jenis produk hanya dibedakan kredit mikro dan kredit umum, dengan cara pembayaran angsuran pokok plus bunga setiap bulannya, akibatnya untuk debitur yang bergerak dalam bidang usaha kontraktor dengan sistem pembayaran sesuai termyn, tidak bisa terlayani. Faktor lainnya plafond yang diberikan kepada setiap debitur maksimal Rp.100 juta, tentunya ini sangat mempengaruhi pencapain target pada *marketer*, dan faktor lainnya kualitas sumber daya manusia *marketer*.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja perusahaan di BPR Makmur adalah membaiknya kelancaran pembayaran angsuran dari debitur, pendapatan operasional di BPR Makmur pada tahun 2010 sebesar Rp.2,5 milyar, tahun 2011 sebesar Rp. 2,9 milyar dan tahun 2012 sebesar Rp. 3,1 milyar. Pendapatan operasional di BPR makmur diperoleh dari pendapatan bunga kredit, provisi, administrasi dan lainnya. Peningkatan kinerja

perusahaan di BPR Makmur, sebagian besar disebabkan membaiknya kolektibilitas kredit, sehingga pendapatan bunga meningkat dikarenakan tertagihnya kredit macet. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat ratio kredit bermasalah, dengan menggunakan perhitungan NPL (Non Performing Loan) yang menurun setiap tahunnya, pada tahun 2010 NPL sebesar 16 % dengan jumlah kredit bermasalah sebesar Rp. 1,2 milyar, tahun 2011 NPL sebesar 10,7 % dengan jumlah kredit bermasalah sebesar Rp. 900 juta, dan tahun 2012 NPL sebesar 10,6 % dengan jumlah kredit bermasalah sebesar Rp.790 juta.

### 3. Perbedaan Hasil Penelitian antara BPRS Cempaka dengan BPR Makmur

Tabel 4.23 Rangkuman Hasil Penelitian Hipotesa

Keterangan	BPRS Cempaka	BPR Makmur
Hipotesa 1	Ditolak	Ditolak
Koefisien Determinasi Hipotesa 1	8,4 %	6,3%
Hipotesa 2	Ditolak	Diterima
Koefisien Determinasi Hipotesa 2	6,3 %	21,56 %

Sumber: Lampiran 12

Dari hasil penelitian terhadap BPRS Cempaka dan BPR Makmur, diperoleh hasil untuk hipotesa 1, insentif dikedua perusahaan tersebut tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Hasil koefisien determinasi hubungan antara insentif dengan kinerja perusahaan kecil, dengan koefisien determinasi di BPRS Cempaka sebesar 8,4 % dan di BPR Makmur sebesar 6,3%. Dengan demikian kinerja perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain. Pengukuran kinerja adalah berupa pendapatan operasional. Pendapatan operasional tersebut diperoleh dari

penerimaan angsuran debitur, berupa pendapatan administrasi dan bagi hasil bagi BPRS Cempaka dan bunga kredit bagi BPR makmur. Pendapatan tersebut akan tinggi apabila pencairan realisasi pinjaman dan kredit tinggi, pendapatan yang diperoleh pada saat pencairan, adalah berupa pendapatan administrasi. Pendapatan operasional tersebut juga akan tinggi, apabila outstanding pinjaman meningkat dan kolektibilitas kredit lancar. System akuntansi yang diterapkan dikedua perusahaan adalah *accrual basis*, dimana pendapatan akan diakui apabila kolektibilitas debitur dalam katagori lancar. Dengan demikian faktor lainnya yang mempengaruhi kinerja, adalah berupa tinggi rendahnya outstanding pinjaman, dan kelancaran debitur, dalam membayar angsuran.

Kinerja perusahaan dikedua perusahaan tersebut meningkat setiap tahunnya, lain halnya dengan insentif, dimana insentif yang diberikan berfluktuasi. Jumlah insentif yang diberikan tergantung dari pencapaian realisasi pinjaman yang diperoleh setiap *marketer* perorang. Pencapaian target realisasi pinjaman di BPRS Cempaka setiap tahunnya cukup tinggi, kecuali tahun 2011 target yang dicapai hanya 98 %, untuk tahun 2010 tercapai 109 % dan tahun 2012 telah mencapai 111 %. Sedangkan pencapaian target realisasi pinjaman di BPR Makmur masih rendah, dengan pencapaian target pada tahun 2010 sebesar 45 %, tahun 2011 sebesar 50 % dan tahun 2012 sebesar 64 %. Target yang tercapai tersebut merupakan target kelompok, sementara perhitungan insentif pada pencapaian target setiap *marketer* perorang, dengan pemberian insentif sebesar 2 % dari selisih realisasi pencairan pinjaman dengan target realisasi perbulannya. Dengan demikian meskipun target kelompok telah terlampaui, apabila target perorang tidak mencapai, maka perusahaan tidak mengeluarkan insentif. Hal tersebut yang

menyebabkan jumlah insentif yang dikeluarkan rendah, meskipun pencapaian target sudah tinggi. Status kepegawaian *marketer* di kedua perusahaan, adalah sebagai pegawai tetap, dengan gaji perbulan yang diterima tetap, meskipun target tidak tercapai.

Untuk hipotesa 2, terjadi perbedaan hasil. Di BPRS Cempaka produktivitas *marketer*, tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, sedangkan di BPR Makmur produktivitas *marketer* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Produktivitas *marketer* di BPRS cempaka mempunyai hubungan yang rendah dengan kinerja perusahaan, dengan koefisien determinasi 6,3 % nilai probabiliti signifikan sebesar 0.5838, sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, jadi tidak ada pengaruh signifikan produktivitas *marketer* terhadap kinerja perusahaan. Hal tersebut dikarenakan di BPRS Cempaka, produktivitas *marketer* berfluktuasi, meskipun sebagian besar pencapaian target bagian marketing setiap tahun cukup tinggi, akan tetapi pada tahun 2011 terlihat pencapaian target hanya 98 % nya, jauh lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2010, dengan pencapain target 109 % dan tahun 2012 pencapain target 111 %. Rendahnya pencapaian target di tahun 2011 tersebut, dikarenakan pada tahun 2011, BPRS Cempaka melakukan penambahan jumlah *marketer* sebanyak 1 orang, akan tetapi hasilnya belum optimal. Fluktuasi produktivitas *marketer* tidak mempengaruhi kinerja, karena kinerja perusahaan tetap meningkat. Peningkatan kinerja tersebut disebabkan rendahnya kredit bermasalah, atau kelancaran debitur dalam membayar angsuran pinjamannya. Sedangkan di BPR Makmur, produktivitas *marketer* berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan. Koefisien determinasi sebesar 21,56 % dan probability sebesar 0,0043. Hal tersebut bisa dilihat dari peningkatan

produktivitas *marketer* setiap tahunnya, diikuti dengan peningkatan kinerja perusahaan. Produktivitas *marketer* setiap tahunnya menunjukkan peningkatan, meskipun peningkatan tersebut belum optimal, dikarenakan pencapaian target realisasi *marketer* masih rendah, pada tahun 2010 hanya tercapai 45 %, tahun 2011 tercapai 50 % dan tahun 2012 sebesar 64%. Pada tahun 2012 target realisasi pinjaman diturunkan menjadi Rp. 8 milyar, karena adanya penurunan jumlah marketing di BPR Makmur, menjadi 7 orang dari sebelumnya 10 orang. Rendahnya pencapaian target ini, menurut analisa peneliti disebabkan kurang inovatifnya produk kredit di BPR Makmur, dimana jenis produk hanya dibedakan kredit mikro dan kredit umum, dengan cara pembayaran angsuran pokok plus bunga setiap bulannya, sistem bunga yang dikenakan flat suku bunga sebesar 1,5 % - 3 % perbulan. Akibatnya untuk debitur yang bergerak dalam bidang usaha kontraktor dengan sistem pembayaran sesuai termyn, tidak bisa terlayani. Faktor lainnya plafond yang diberikan kepada setiap debitur maksimal Rp.100 juta, tentunya ini sangat mempengaruhi pencapaian target pada setiap *marketer*, dan faktor lainnya kualitas sumber daya manusia *marketer*. Dengan peningkatan produktivitas *marketer* setiap tahun, hal tersebut menunjukkan peningkatan yang cukup bagus untuk kelanjutan usaha BPR Makmur, demikian juga halnya dengan kinerja perusahaan, setiap tahunnya menunjukkan peningkatan, pada tahun 2010 sebesar Rp 2,5 milyar, tahun 2011 sebesar Rp 2,9 milyar dan tahun 2012 sebesar Rp 3,2 milyar. Dengan demikian bagi BPR Makmur, peningkatan produktivitas *marketer* berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

##### 1. BPRS Cempaka

- a. Tidak terdapat pengaruh secara signifikan insentif pada kinerja perusahaan. Dengan koefisien determinasi 8.43 %, probability 0.236 dan koefisien regresi 25. Manajemen perusahaan mengharapkan pemberian insentif untuk *marketer*, dapat meningkatkan motivasi produksi *marketer*, sehingga dampaknya dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Perhitungan pemberian insentif untuk *marketer* di BPRS Cempaka telah beberapa kali mengalami perubahan, dan saat ini diberlakukan lebih sederhana, pemberian insentif akan diberikan setiap awal bulan, dan *marketer* sendiri dapat menghitung jumlah insentif yang akan diterimanya, dengan jumlah insentif yang diterima sebesar 2 % dari selisih lebih realisasi pencairan dengan target realisasi *marketer*. Target realisasi pinjaman tiap *marketer* sebesar Rp 150 juta perbulan.
- b. Tidak terdapat pengaruh antara produktivitas *marketer* terhadap kinerja pada BPRS Cempaka, dengan koefisien determinasi 5.6 % dan koefisien regresi sebesar 0.00265. Terlihat koefisien regresi cukup rendah, dengan demikian kinerja perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu berupa kelancaran debitur dalam membayar angsuran pinjaman yaitu

debitur yang masuk dalam kolektibilitas lancar, sedangkan debitur yang telah masuk dalam pembiayaan bermasalah, atau untuk debitur yang telah masuk dalam kolektibilitas 2 (kurang lancar), 3 (diragukan), dan 4 (macet), maka pendapatan *accrual* margin tidak diakui, sehingga tidak dimasukkan dalam pendapatan operasional, dan bagi fasilitas pinjaman musyarakah sistem perhitungannya berdasarkan *cash basis*. Dengan demikian meskipun produktivitas *marketer* tinggi, tidak bisa berdampak langsung terhadap kinerja perusahaan, apabila pinjaman yang diberikan banyak bermasalah. Untuk kasus yang terjadi di BPRS Cempaka meskipun produktivitas turun, akan tetapi kinerja perusahaan tetap tinggi, hal tersebut dikarenakan tingkat kredit bermasalah masih rendah, dengan NPF posisi per 31 Desember 2010 sebesar 0 %, posisi 31 Desember 2011 sebesar 9,72 % dan posisi 31 Desember 2012 7,8 %. Meskipun masih rendah tetapi tingkat NPF ini perlu diwaspadai dikarenakan dengan semakin meningkatnya jumlah penyaluran dana, tingkat NPF cenderung meningkat.

## 2. BPR Makmur

- a. Insentif tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, dengan koefisien determinasi sebesar 6.3 % dan probability sebesar 0.1378. Dengan demikian insentif tidak berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan. Sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Perolehan kinerja saat ini lebih banyak diperoleh dari pendapatan tagihan kredit macet, dan *marketer* lebih cenderung di fokuskan untuk penagihan, sehingga jumlah kredit macet di

BPR Makmur menjadi menurun. Akibatnya meskipun insentif menurun, kinerja perusahaan meningkat, dikarenakan adanya pendapatan bunga dari hasil penagihan kredit bermasalah.

Tidak adanya pengaruh insentif pada kinerja perusahaan, disebabkan sistem perhitungan insentif yang cukup sulit bagi *marketer* untuk memperolehnya, dimana insentif hanya diberikan pada *marketer* yang melakukan proses kredit debitur baru. Hal tersebut bukanlah kondisi baik yang harus dipertahankan, dikarenakan adanya kecendrungan *marketer* malas, untuk melakukan proses kredit dan mempertahankan debitur. Tidak dipertahankannya debitur tersebut, dikarenakan pencairan kredit untuk debitur lama, tidak diperhitungkan dalam insentif. Dampaknya bisa dilihat dari rendahnya perolehan pencapaian target realisasi pinjaman, meskipun kredit bermasalah sudah menurun.

- b. Produktivitas *marketer* berpengaruh positif pada kinerja perusahaan, dengan koefisien determinasi sebesar 21,56 % dan koefisien regresi 1.6 dan nilai probability 0.0043. Terbukti produktivitas *marketer* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dengan demikian BPR Makmur harus berusaha meningkatkan produktivitas *marketer* nya supaya lebih optimal, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

## B. Saran

Dengan memperhatikan hasil analisa dan pembahasan di atas, maka peneliti mencoba mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan insentif, baik di BPRS Cempaka dan BPR Makmur pemberian insentif harus dilakukan evaluasi, karena terbukti pemberian insentif ini tidak mempengaruhi kinerja perusahaan.

Pemberian insentif untuk *marketer* di BPRS Cempaka harus dilakukan evaluasi mengenai kebijakan-kebijakannya, sehingga insentif yang diberikan bisa meningkatkan motivasi karyawan dalam melakukan proses pinjaman, sehingga dampaknya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Namun demikian pemberian insentif terhadap *marketer* ini juga harus selalu dimonitor, karena *marketer* mempunyai tugas lain, yaitu harus memelihara nasabah atau debitur yang telah ada, sehingga kolektibilitas nasabah bisa terpelihara dalam keadaan lancar, karena dikhawatirkan dengan adanya pemberian insentif, *marketer* hanya mengejar target realisasi pencairan, tanpa melakukan pembinaan terhadap nasabah yang sudah ada. Untuk BPR Makmur, disarankan manajemen melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap kebijakan-kebijakan dalam pembuat aturan insentif yang bisa dijangkau oleh *marketer*. Aturan mengenai insentif minimal memuat: pembayaran hendaknya sederhana, sehingga dapat dimengerti dan dihitung oleh karyawan sendiri, pembayaran hendaknya dilakukan secepat mungkin, standar kerja atau perhitungan target hendaknya ditentukan dengan hati-hati, standar kerja yang terlalu tinggi dan terlalu rendah sama tidak baiknya.

2. Berkaitan dengan produktivitas, realisasi pinjaman di BPRS Cempaka, berdasarkan tahun penelitian 2010 – 2012 telah mencapai target sesuai yang telah ditetapkan, yang harus dilakukan oleh manajemen adalah menambah jumlah *marketer*, sehingga volume usaha bisa lebih cepat meningkat, juga perlu adanya pegawai tambahan dibagian kolektor, karena semakin tinggi produktivitas, maka nasabah atau debitur yang dikelola akan semakin besar, sehingga diperlukan bagian khusus untuk penagihan, supaya bisa menjaga kualitas pinjaman tetap lancar. Sedangkan untuk BPR Makmur, manajemen harus melakukan evaluasi mengenai kebijakan – kebijakan yang berkaitan dengan penyaluran kredit, mengingat pencapaian realisasi pinjamannya *marketing* hanya mencapai 40 % sampai dengan 60 % dari target yang telah ditetapkan, dengan jumlah *marketer* yang jauh lebih banyak di BPR Makmur, akan tetapi produktivitas *marketer* lebih rendah dibandingkan dengan BPRS Cempaka.
3. Berkaitan dengan kinerja, baik di BPRS Cempaka maupun di BPR Makmur, berdasarkan tahun penelitian 2010 – 2012, terlihat kinerja setiap tahunnya menunjukkan peningkatan. Namun demikian produktivitas *marketer* di BPR Makmur cukup rendah, dikhawatirkan dengan rendahnya produktivitas ini, dalam jangka panjang akan menurunkan perolehan kinerja perusahaan, karena pendapatan kinerja yang saat ini diperoleh oleh BPR Makmur, sebagian besar dari penagihan kredit bermasalah untuk debitur lama, sedangkan pendapatan bunga kredit, dari debitur baru masih rendah. Hal tersebut dikarenakan tidak tercapainya target *marketer*. Akibatnya bila hal tersebut dibiarkan, perusahaan akan mengalami penurunan pendapatan, dikarenakan *outstanding* pinjaman

akan semakin turun, sementara biaya tenaga kerja terutama biaya gaji *marketer* masih tetap tinggi, karena pembayaran gaji *marketer* dengan sistem gaji tetap perbulan, jumlah gaji yang dikeluarkan untuk setiap *marketer* tidak dipengaruhi oleh pencapaian target. Melihat kondisi tersebut, diharapkan manajemen melakukan evaluasi secara menyeluruh pada bagian *marketer*, kolektor, juga pejabat yang berkaitan dengan proses pencarian kredit, karena terjadinya penurunan kredit bukan hanya karena faktor *marketer* saja, tapi bisa disebabkan oleh faktor-faktor lain, misalnya penurunan pelayanan terhadap debitur, suku bunga kredit yang tinggi, atau manajemen yang kurang mengerti kebutuhan nasabah.

4. Penelitian ini hanya dibatasi pada sisi pengaruh pemberian insentif pada kinerja perusahaan, dan pengaruh produktivitas *marketer* pada kinerja perusahaan, untuk peneliti selanjutnya disarankan meneliti dari pihak kualitas sumber daya manusia *marketer*, sytem pemberian kompensasi yang cocok untuk perusahaan BPRS dan BPR, dan gaya kepemimpinan di masing-masing perusahaan, karena hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap hasil produktivitas *marketer* dan kinerja perusahaan BPRS dan BPR.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al. Nsour Marwan. (2011). *Relationship between Incentives and Organizational Performance for Employee in the Jordanian Universities*, diunduh pada bulan September 2013 di [www.cosenet.org](http://www.cosenet.org) vol 7 no 1 januari 2012.
- Ardianto. (2013). *Pengaruh Pengawasan dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan pada PDAM Samarinda*.
- Alat Ukur Tingkat Profitabilitas Bank diambil dari News Banking pada Februari 2013 edisi Maret 2011.
- Anwar,M.P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Arsitek Perbankan Indonesia diambil pada bulan Januari 2013 dari web[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).
- Asrori. (2013). *Pengertian Kompensasi dan Hal-hal Terkait Dengannya* dalam Majalah Pendidikan diambil dari <http://grosirlaptop.blog.spot>.
- Caldierraro Fabio. (2009). *The Optimal Sales Force Diversification and Group Incentive Payment*, diunduh bulan November 2013 di <http://www.pubsanline.informs.org> diterbitkan oleh Research and Managemen Science
- Darsono.(2011). *Sumber Daya Manusia Abad 21*, Nusantara Consulting, Jakarta.
- Delvecchio Susan. (2011). *Motivation and Monetary Incentives*. Diunduh pada bulan November 2013 di [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com) vol 7 diterbitkan oleh *Journal Management & Marketing Research* tahun 2011
- Dewi. (2012). *Perbedaan Gaji dan Upah* diambil bulan November 2012 dari situs [www.ilearning.com](http://www.ilearning.com)
- Eprints-upn jatim.ac.id.
- Hadiwijaya dan Rivai. (2000). *Analisa Kredit*. Bandung: Pionir Jaya.
- Hamdan,U. ( 2005). *Jurnal Analisis Komperatif Resiko Keuangan BPR dan BPRS. Jurnal MM, IV(7)*.
- Haryadi dan Winda. (2011). *Spss vs Lisrel, Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset.*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Hasibuan. (2003). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : PT Toko Gunung Agung.
- Malayu, Hasibuan S.P. (2001). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Heidjrachman. (2000). *Manajemen Personalia*. Cetakan kesembilan. Yogyakarta : BPFE.
- Himpunan Ketentuan Kelembagaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. (2009).
- Himpunan Ketentuan Perbankan Syariah. (2009). Direktorat Perbankan Syariah.
- Indriantoro, N dan Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE Yogyakarta
- Iryanto (2012) *Jurnal Akutansi Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja Terhadap Laba Operasional (studi kasus di konveksi Daniel Setiadi)*.
- Iryanto,A. (2012). *Jurnal Akutansi Pengaruh Modal Kerja dan Produktivitas Tenaga Kerja Terhadap Laba Operasional (studi kasus di konveksi Daniel Setiadi)*.
- Iswanto, Yun. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama .Jakarta : Universitas Terbuka.
- Jusmaliani. (2011). *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kasmir. (2008). *Analisis Laporan Keuangan*, PT Raja Grafindo Persada.
- Kusriyanto. (2005). *Meningkatkan Produktivitas Karyawan*, Cetakan ketiga. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Laporan Publikasi bank di ambil pada bulan November 2012, disitus Bank Indonesia [http://www.bi.go.id/biweb/Template/Statistik/New\\_laporan BPRS](http://www.bi.go.id/biweb/Template/Statistik/New_laporan_BPRS).
- Mangkunegara (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, cetakan sembilan, Bandung : PT Remaja Bandung.
- Mayang. (2006). Pengaruh Insentif terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja karyawan, studi kasus karyawan Hotel Montana Dua - Malang
- Mohamad Abang Azlan. (2009). Human Resources Practices and Organizational Performance Incentives as Moderator, diunduh pada bulan November 2013 di *Journal of Academic Research in Economy*, volume 1, no 2 Oktober 2009



- Nachrowi Djalal dan Usman Hardius (2006) Pendekatan Populer dan Praktis EKONOMETRIKA untuk Analisis Ekonomi Dan Keuangan: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Penilaian Tingkat Kesehatan Bank diambil bulan Februari 2013 dari Banknewsedisi 19 Mei 2011.
- Peraturan Bank Indonesia mengenai tingkat kesehatan bank PBI No 06/10/PB1/2004 dan SE BI No 6/23/DPNP tahun 2004.
- Peraturan Bank Indonesia No 13/PBI/2011, Tata Cara Penilaian Dan Pelaporan Bank.
- Perhitungan Komponen Upah Minimum diambil bulan November 2012 [www.gajimu.com](http://www.gajimu.com).
- Pernyataan Standar Akutansi (PSAK no 101) mengenai Penyajian Laporan Keuangan Syariah
- Priyatno Duwi. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*.
- Rahmat. (2013). *Statistika Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia.
- Riduwan & Kuncoro,E. (2008). *Cara Menggunakan dan memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Cetakan kedua. Alfabeta Bandung.
- Rivianto. ( 2005). *Produktivitas dan Manajemen*, Jakarta.
- Sen Chich Shieh. (2008) Effect of Corporate Compensation Design on Organizational Performance, diunduh pada bulan November 2013 di <http://search.proquest.com> diterbitkan oleh Society for Personality Research Incorporated New Zealand Volume 36 edisi 6 tahun 2008
- Setiawan,Toni. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan pertama : Platinum.
- Sinungan,M. ( 2008). *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*.
- Sugiyono .(2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET.
- Sugiyono.(2004). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Suliyanto *Regresi Dengan Varaibel Intervening* di unggah dari <http://management-unsoed.ac.id> Path Analisis.

- Sunyoto Danang. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*.
- Sutojo Siswanto. *Good Corporate Governance, Tata Kelola Perusahaan Yang Sehat*.
- Surat Edaran Bank Indonesia No 9/29/Dpbs tanggal 7 Desember 2007 mengenai perhitungan tingkat kesehatan BPR dan BPRS.
- Syafarudin (2000:153). *Alat-alat Analisis Pembelanjaan*.
- Undang-undang perbankan syariah, No 21 tahun 2008.
- Widarjono Agus (2013) *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*
- Winarno Wahyu (2011) *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan eviews*
- Yazid Aba. (2009). *Pengaruh Gaji dan Insentif terhadap Produktivitas Kerja*  
Studi kasus Karyawan CV Indo Computindo.
- Yukha Irsya. (2011). *Laporan Resmi Modul 1 Statistik Deskriptif*, diunduh bulan Agustus 2013 dari <http://www.slideshare.net/irmayafatwayukha/modul-1-statistika-deskriptif>



## Lampiran 1

**Data Insentif, Produktivitas Marketing dan Kinerja Perusahaan  
BPRS CEMPAKA**

<b>PERIODE AMATAN</b>	<b>INSENTIF (X1)</b>	<b>PRODUKTIVITAS MARKETING (X2)</b>	<b>KINERJA PERUSAHAAN (Y)</b>
	<b>Rp</b>	<b>Rp</b>	<b>Rp</b>
<b>Tahun 2010</b>			
Januari	15.000	112.533.333	48.267.000
Februari	19.000	139.016.667	44.566.000
Maret	21.500	187.700.000	58.614.000
April	9.750	83.366.667	57.277.000
Mei	20.750	170.168.067	65.327.000
Juni	27.308	226.100.000	75.055.000
Juli	75.000	131.000.000	84.101.000
Agustus	158.000	214.504.467	95.517.000
September	115.000	137.666.667	91.992.000
Oktober	139.488	175.000.000	101.420.000
Nopember	255.000	232.900.000	106.832.000
Desember	94.438	148.416.667	118.712.000
<b>Tahun 2011</b>			
Januari	16.000	87.000.000	132.944.000
Februari	19.500	124.000.000	114.866.000
Maret	95.000	154.125.000	121.811.000
April	115.000	159.625.000	120.741.000
Mei	10.500	106.750.000	134.718.000
Juni	19.000	127.125.000	114.490.000
Juli	15.000	88.000.000	131.204.000
Agustus	65.000	114.000.000	122.000.000
September	23.500	132.500.000	141.833.000
Oktober	21.000	149.000.000	165.517.000
Nopember	284.750	311.250.000	137.969.000
Desember	115.750	205.250.000	176.842.000
<b>Tahun 2012</b>			
Januari	350.000	232.600.000	247.328.000
Februari	18.000	90.400.000	192.474.000
Maret	200.000	199.100.000	179.368.000

PERIODE AMATAN	INSENTIF (X1) Rp	PRODUKTIVITAS MARKETING (X2) Rp	KINERJA PERUSAHAAN (Y) Rp
April	75.000	12.390.000	164.594.000
Mei	12.000	72.000.000	182.032.000
Juni	350.000	166.900.000	175.833.000
Juli	750.000	280.600.000	221.418.000
Agustus	325.000	203.200.000	200.570.000
September	225.000	118.000.000	217.026.000
Oktober	217.000	111.400.000	221.804.000
Nopember	750.000	220.600.000	190.736.000
Desember	998.000	292.700.000	203.369.000



## Lampiran 2

**I. Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Insentif	36	9750,00	998000,00	167228,7222	131238,61365
Produktivitas	36	12390000,00	311250000,00	158802431,4853	65565241,59754
Kinerja	36	44566000,00	247328000,00	137754638,8889	54647288,63077
Valid N	36				

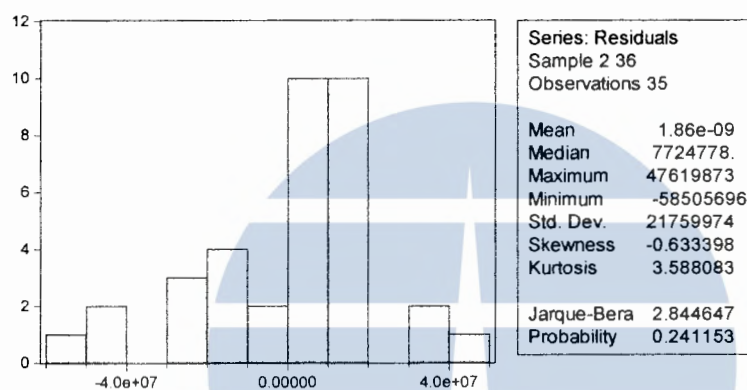


## Lampiran 3

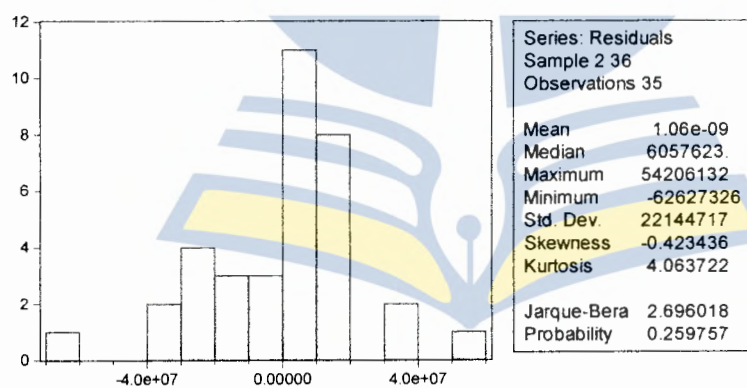
## II. Uji Asumsi Klasik

## - Uji Normalitas

## Insentif



## Produktivitas



## - Uji Heterokedasitas

## Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	6.545492	Prob. F(3,31)	0.0015
Obs*R-squared	13.57276	Prob. Chi-Square(3)	0.0035
Scaled explained SS	14.97188	Prob. Chi-Square(3)	0.0018

## Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 06/29/14 Time: 12:22

Sample: 2 36

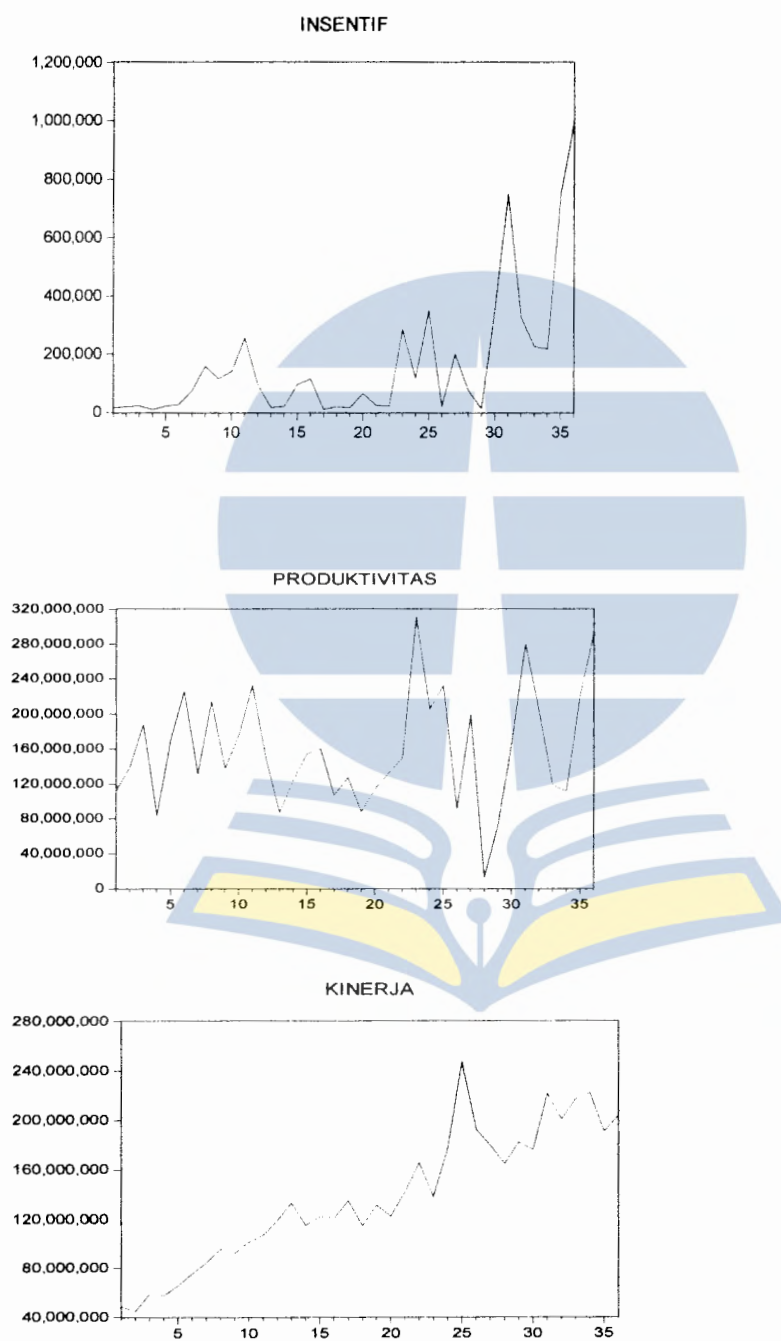
Included observations: 35

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14914993	2026112.	7.361388	0.0000
D(INSENTIF)	23.23345	16.87608	1.376709	0.1785
D(PRODUKTIVITAS)	-0.039503	0.038171	-1.034908	0.3087
RESID01(-1)	0.181725	0.049549	3.667576	0.0009
R-squared	0.387793	Mean dependent var	15631416	
Adjusted R-squared	0.328547	S.D. dependent var	14419905	
S.E. of regression	11815990	Akaike info criterion	35.51502	
Sum squared resid	4.33E+15	Schwarz criterion	35.69277	
Log likelihood	-617.5128	Hannan-Quinn criter.	35.57638	
F-statistic	6.545492	Durbin-Watson stat	1.535440	
Prob(F-statistic)	0.001474			

## Lampiran 4

## III. Uji Stasioneritas

## - Uji Model Grafik





## - Uji Model Akar Unit

### Insentif

Null Hypothesis: INSENTIF has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-1.234327	0.6484
Test critical values:		
1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

### Produktivitas

Null Hypothesis: PRODUKTIVITAS has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.474149	0.0011
Test critical values:		
1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

### Kinerja

Null Hypothesis: KINERJA has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-1.514613	0.5146
Test critical values:		
1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

### Tes Derajat Integrasi Untuk Menstasionerkan Data Insentif

Null Hypothesis: D(INSENTIF) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 2 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-5.716700	0.0000
Test critical values:		
1% level	-3.653730	
5% level	-2.957110	
10% level	-2.617434	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation  
 Dependent Variable: D(INSENTIF,2)  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/29/14 Time: 11:05  
 Sample (adjusted): 5 36  
 Included observations: 32 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(INSENTIF(-1))	-2.452764	0.429052	-5.716700	0.0000
D(INSENTIF(-1),2)	1.115682	0.334633	3.334053	0.0024
D(INSENTIF(-2),2)	0.633875	0.200092	3.167922	0.0037
C	45697.67	30571.15	1.494797	0.1462
R-squared	0.687681	Mean dependent var		8117.188
Adjusted R-squared	0.654219	S.D. dependent var		289951.2
S.E. of regression	170500.5	Akaike info criterion		27.04733
Sum squared resid	8.14E+11	Schwarz criterion		27.23055
Log likelihood	-428.7573	Hannan-Quinn criter.		27.10806
F-statistic	20.55068	Durbin-Watson stat		2.136882
Prob(F-statistic)	0.000000			

### Tes Derajat Integrasi Untuk Menstasionerkan Data Produktivitas

Null Hypothesis: PRODUKTIVITAS has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.474149	0.0011
Test critical values:		
1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation  
 Dependent Variable: D(PRODUKTIVITAS)  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/29/14 Time: 11:07  
 Sample (adjusted): 2 36  
 Included observations: 35 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PRODUKTIVITAS(-1)	-0.812314	0.181557	-4.474149	0.0001
C	1.31E+08	30266034	4.329520	0.0001
R-squared	0.377570	Mean dependent var		5147619.
Adjusted R-squared	0.358708	S.D. dependent var		82376045
S.E. of regression	65967297	Akaike info criterion		38.90266
Sum squared resid	1.44E+17	Schwarz criterion		38.99154
Log likelihood	-678.7966	Hannan-Quinn criter.		38.93334
F-statistic	20.01801	Durbin-Watson stat		1.866834
Prob(F-statistic)	0.000086			



## Lampiran 5

## Uji Kointegrasi

## Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value
None *	0.657705	53.50661	42.91525
At most 1	0.292849	17.05586	25.87211
At most 2	0.143698	5.274477	12.51798

**Trace test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level**

\* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level

\*\*MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values



## Lampiran 6

## Uji Model Koreksi Kesalahan

Test Equation:  
 Dependent Variable: ARESID  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/29/14 Time: 12:22  
 Sample: 2 36  
 Included observations: 35

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14914993	2026112.	7.361388	0.0000
D(INSENTIF)	23.23345	16.87608	1.376709	0.1785
D(PRODUKTIVITAS )	-0.039503	0.038171	-1.034908	0.3087
RESID01(-1)	0.181725	0.049549	3.667576	0.0009
R-squared	0.387793	Mean dependent var		15631416
Adjusted R-squared	0.328547	S.D. dependent var		14419905
S.E. of regression	11815990	Akaike info criterion		35.51502
Sum squared resid	4.33E+15	Schwarz criterion		35.69277
Log likelihood	-617.5128	Hannan-Quinn criter.		35.57638
F-statistic	6.545492	Durbin-Watson stat		1.535440
Prob(F-statistic)	0.001474			



## Lampiran 7

## IV. Uji Hipotesa dan Koefisien Determinasi

## 1. Pengaruh Insentif Pada Kinerja Perusahaan BPRS Cempaka

Dependent Variable: D(KINERJA)

Method: Least Squares

Date: 07/02/14 Time: 16:19

Sample (adjusted): 2 36

Included observations: 35 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(INSENTIF)	25.66289	21.24705	1.207833	0.2360
RESID01	0.139103	0.094882	1.466061	0.1524
C	3415402.	3850492.	0.887004	0.3817
R-squared	0.084319	Mean dependent var		4431486.
Adjusted R-squared	0.027089	S.D. dependent var		22739776
S.E. of regression	22429668	Akaike info criterion		36.77148
Sum squared resid	1.61E+16	Schwarz criterion		36.90480
Log likelihood	-640.5010	Hannan-Quinn criter.		36.81750
F-statistic	1.473327	Durbin-Watson stat		2.401830
Prob(F-statistic)	0.244292			

Estimation Command:

LS D(KINERJA) D(INSENTIF) RESID01 C

Estimation Equation:

$$D(KINERJA) = C(1)*D(INSENTIF) + C(2)*RESID01 + C(3)$$

Substituted Coefficients:

$$D(KINERJA) = 25.66288714*D(INSENTIF) + 0.1391028846*RESID01 + 3415402.37566$$

## 2. Pengaruh Produktivitas Pada Kinerja Perusahaan BPRS Cempaka

Dependent Variable: D(KINERJA)

Method: Least Squares

Date: 07/02/14 Time: 16:21

Sample (adjusted): 2 36

Included observations: 35 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(PRODUKTIVITAS )	0.026511	0.047900	0.553473	0.5838
RESID01	0.119163	0.094688	1.258486	0.2173
C	4042026.	3873039.	1.043632	0.3045
R-squared	0.051652	Mean dependent var	4431486.	
Adjusted R-squared	-0.007620	S.D. dependent var	22739776	
S.E. of regression	22826252	Akaike info criterion	36.80654	
Sum squared resid	1.67E+16	Schwarz criterion	36.93985	
Log likelihood	-641.1144	Hannan-Quinn criter.	36.85256	
F-statistic	0.871438	Durbin-Watson stat	2.501522	
Prob(F-statistic)	0.428042			

Estimation Command:

LS D(KINERJA) D(PRODUKTIVITAS) RESID01 C

Estimation Equation:

$D(KINERJA) = C(1)*D(PRODUKTIVITAS) + C(2)*RESID01 + C(3)$

Substituted Coefficients:

$D(KINERJA) = 0.0265112199725*D(PRODUKTIVITAS) + 0.119163268518*RESID01 + 4042026.09596$

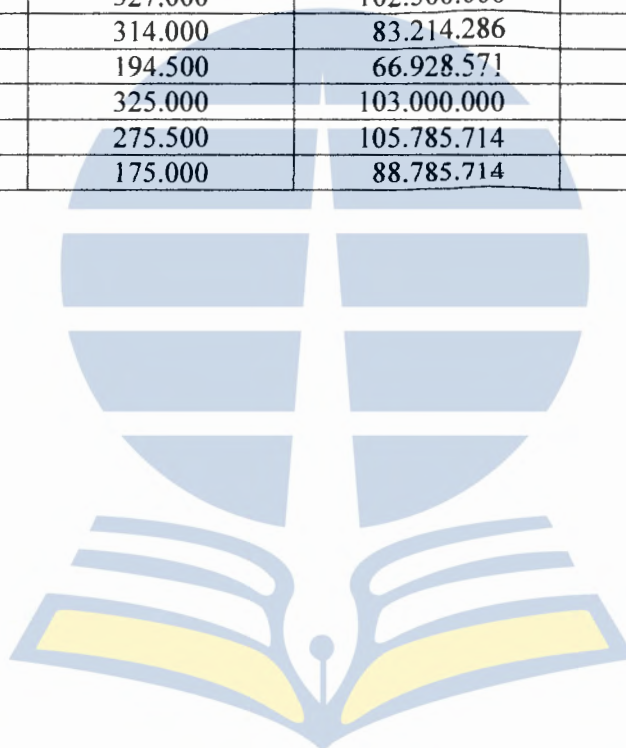
## Lampiran 8

**Data Insentif, Produktivitas Marketing dan Kinerja Perusahaan  
BPR Makmur**

<b>PERIODE AMATAN</b>	<b>INSENTIF MARKETING X1 Rp</b>	<b>PRODUKTIVITAS MARKETING X2 Rp</b>	<b>KINERJA PERUSAHAAN Y Rp</b>
Tahun 2010			
Januari	405.000	62.575.000	35.471.000
Februari	450.000	63.775.000	150.000.000
Maret	375.000	51.150.000	175.000.000
April	365.000	60.600.000	195.000.000
Mei	400.000	56.900.000	350.000.000
Juni	705.000	101.100.000	365.696.000
Juli	1.075.000	102.750.000	315.000.000
Agustus	950.000	68.125.000	425.000.000
September	225.000	38.350.000	75.000.000
Oktober	450.000	45.750.000	75.000.000
Nopember	950.000	86.400.000	175.000.000
Desember	753.000	77.350.000	168.577.000
Tahun 2011			
Januari	495.000	46.600.000	155.000.000
Februari	862.000	53.100.000	125.000.000
Maret	978.000	82.250.000	175.000.000
April	1.025.000	81.350.000	215.000.000
Mei	1.350.000	122.450.000	354.000.000
Juni	950.000	76.500.000	409.154.000
Juli	495.000	89.800.000	250.000.000
Agustus	515.000	95.800.000	225.000.000
September	236.000	34.900.000	242.000.000
Oktober	485.000	64.100.000	238.859.000
Nopember	595.000	66.200.000	295.000.000
Desember	625.000	87.000.000	287.501.000



PERIODE AMATAN	INSENTIF (X1) Rp	PRODUKTIVITAS MARKETER (X2) Rp	KINERJA PERUSAHAAN (X3) Rp
Tahun 2012			
Januari	275.000	61.071.429	175.000.000
Februari	275.000	89.285.714	275.000.000
Maret	1.150.000	163.785.714	285.000.000
April	115.000	80.714.286	270.000.000
Mei	289.000	91.142.857	273.000.000
Juni	335.000	109.142.857	356.322.000
Juli	327.000	102.500.000	290.000.000
Agustus	314.000	83.214.286	275.000.000
September	194.500	66.928.571	294.000.000
Oktober	325.000	103.000.000	198.000.000
Nopember	275.500	105.785.714	290.012.500
Desember	175.000	88.785.714	191.177.500



## Lampiran 9

**I. Uji Deskriptif**

## Statistik Deskriptif

	Insentif BPR	Produktivitas <i>Marketing</i>	Kinerja Perusahaan BPR
N	36	36	36
Mean	543.444,4	79.450.892	240.243.611
Median	450.000	81.032.142	107.464.285
Standar deviasi	328.652.55	25.794.350	92.042.090
Minimum	75.000	34.900.000	35.471.000
Maksimum	1.350.000	163.785.714	425.000.000

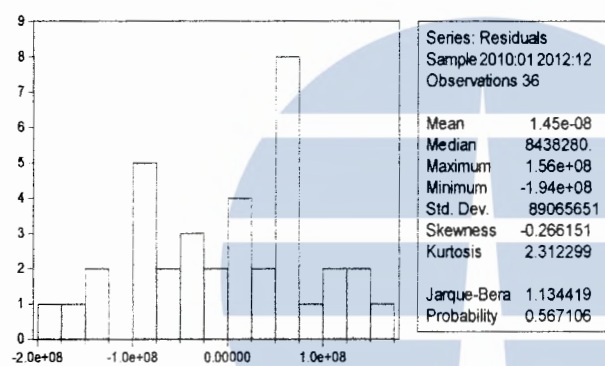


## Lampiran 10

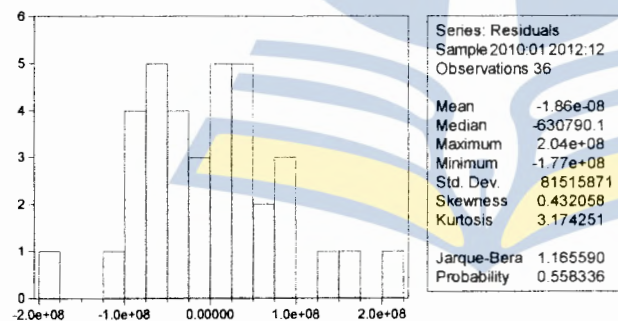
**II. Uji asumsi klasik**

- Uji Normalitas

Insentif



Produktivitas



## - Uji Heterokedasitas

## Insentif

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.257839	Prob. F(1,34)	0.6149
Obs*R-squared	0.270951	Prob. Chi-Square(1)	0.6027
Scaled explained SS	0.210138	Prob. Chi-Square(1)	0.6467

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 07/02/14 Time: 16:25

Sample: 2010:01 2012:12

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	66365852	16366751	4.054919	0.0003
INSENTIF	13.10291	25.80440	0.507778	<b>0.6149</b>
R-squared	0.007526	Mean dependent var		73559350
Adjusted R-squared	-0.021664	S.D. dependent var		48652984
S.E. of regression	49177169	Akaike info criterion		38.31371
Sum squared resid	8.22E+16	Schwarz criterion		38.40168
Log likelihood	-687.6468	Hannan-Quinn criter.		38.34441
F-statistic	0.257839	Durbin-Watson stat		1.316670
Prob(F-statistic)	0.614887			

## Produktivitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	1.163555	Prob. F(1,34)	0.2883
Obs*R-squared	1.191233	Prob. Chi-Square(1)	0.2751
Scaled explained SS	1.136894	Prob. Chi-Square(1)	0.2863

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 07/02/14 Time: 16:27

Sample: 2010:01 2012:12

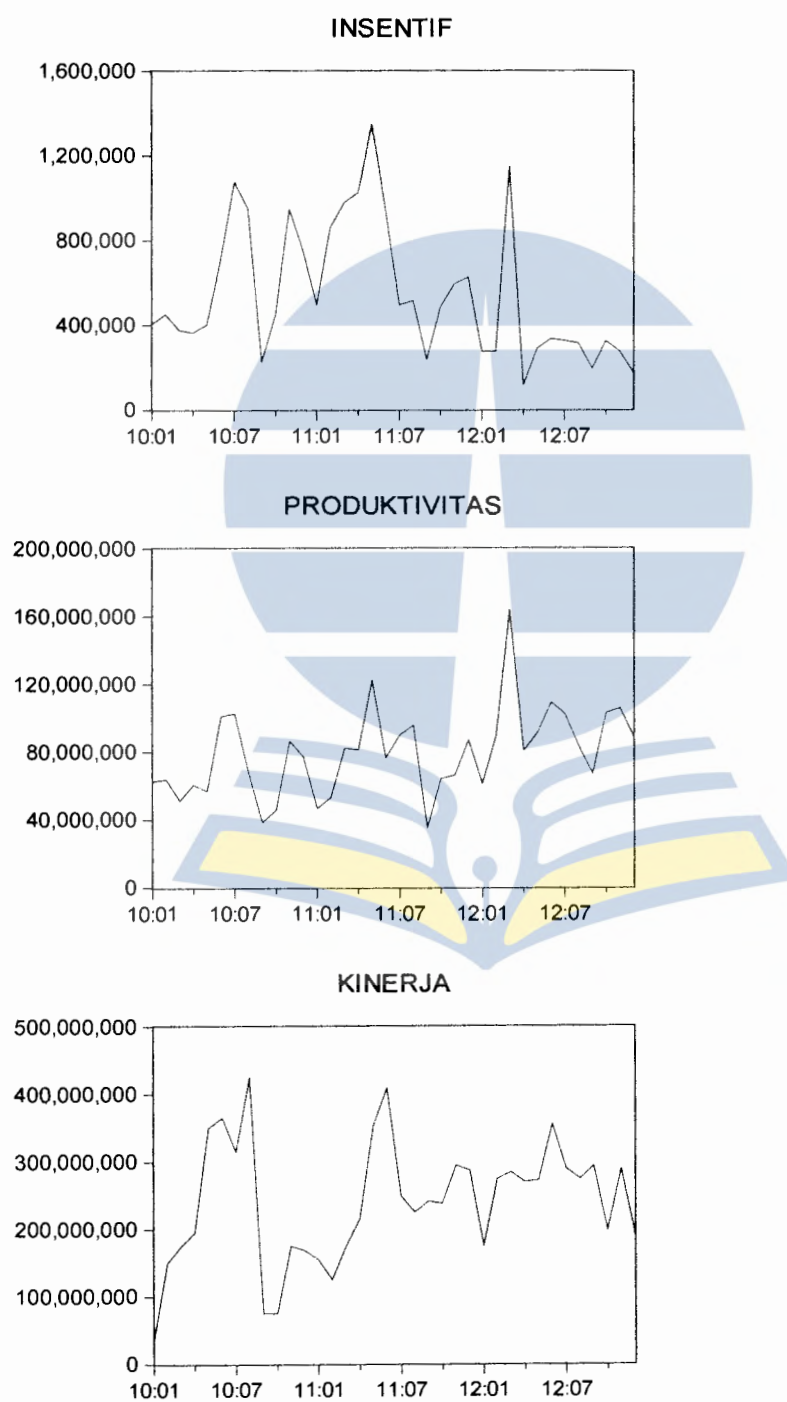
Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	91614541	26940672	3.400603	0.0017
PRODUKTIVITAS	-0.348352	0.322943	-1.078682	<b>0.2883</b>
R-squared	0.033090	Mean dependent var		63937634
Adjusted R-squared	0.004651	S.D. dependent var		49396513
S.E. of regression	49281501	Akaike info criterion		38.31795
Sum squared resid	8.26E+16	Schwarz criterion		38.40592
Log likelihood	-687.7231	Hannan-Quinn criter.		38.34865
F-statistic	1.163555	Durbin-Watson stat		2.013955
Prob(F-statistic)	0.288323			

## Lampiran 11

## III. Uji Stasioneritas

## - Uji Model Grafik



## - Uji Model akar Unit

### Insentif

Null Hypothesis: INSENTIF has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	<b>-3.886181</b>	<b>0.0144</b>
Test critical values: 1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

### Produktivitas

Null Hypothesis: PRODUKTIVITAS has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	<b>-4.365033</b>	<b>0.0015</b>
Test critical values: 1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

### Kinerja

Null Hypothesis: KINERJA has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic based on SIC, MAXLAG=9)

	t-Statistic	Prob.*
<b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b>	<b>-4.054260</b>	<b>0.0034</b>
Test critical values: 1% level	-3.632900	
5% level	-2.948404	
10% level	-2.612874	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

## Lampiran 12

## Uji Hipotesa dan Koefisien Determinasi

## 1. Pengaruh Insentif Pada Kinerja Perusahaan BPR Makmur

Dependent Variable: KINERJA  
 Method: Least Squares  
 Date: 07/02/14 Time: 16:23  
 Sample: 2010:01 2012:12  
 Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
INSENTIF	72.07443	47.41710	1.520009	0.1378
C	2.01E+08	30074870	6.672506	0.0000
R-squared	<b>0.063630</b>	Mean dependent var		2.40E+08
Adjusted R-squared	0.036090	S.D. dependent var		92042090
S.E. of regression	90365948	Akaike info criterion		39.53059
Sum squared resid	2.78E+17	Schwarz criterion		39.61856
Log likelihood	-709.5505	Hannan-Quinn criter.		39.56129
F-statistic	2.310428	Durbin-Watson stat		0.944519
Prob(F-statistic)	0.137755			

Estimation Command:

=====  
 LS KINERJA INSENTIF C

Estimation Equation:

=====  
 KINERJA = C(1)\*INSENTIF + C(2)

Substituted Coefficients:

=====  
 KINERJA = 72.0744256836\*INSENTIF + 200674751.411

## 2. Pengaruh Produktivitas Pada Kinerja Perusahaan BPR Makmur

Dependent Variable: KINERJA

Method: Least Squares

Date: 07/02/14 Time: 16:26

Sample: 2010:01 2012:12

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PRODUKTIVITAS	1.657043	0.541974	3.057425	0.0043
C	1.09E+08	45212783	2.401755	0.0219
R-squared	<b>0.215647</b>	Mean dependent var		2.40E+08
Adjusted R-squared	0.192578	S.D. dependent var		92042090
S.E. of regression	82705946	Akaike info criterion		39.35343
Sum squared resid	2.33E+17	Schwarz criterion		39.44141
Log likelihood	-706.3618	Hannan-Quinn criter.		39.38414
F-statistic	9.347846	Durbin-Watson stat		1.418183
Prob(F-statistic)	0.004329			

Estimation Command:

```
=====
LS KINERJA PRODUKTIVITAS C
```

Estimation Equation:

```
=====
KINERJA = C(1)*PRODUKTIVITAS + C(2)
```

Substituted Coefficients:

```
=====
KINERJA = 1.65704339518*PRODUKTIVITAS + 108590033.992
```