



ANALISA PENGARUH INSENTIF TERHADAP PENCAPAIAN TARGET *PRODUCT FOCUS* PADA VIVA HEALTH

Oleh:

Seger Santoso

Rahayu Febrianti

ABSTRACT

Incentives are usually used to encourage employees to want to work well and to be able to achieve higher levels of performance so that they can increase employee motivation to create quality performance in accordance with company goals. Types of incentives provided by Viva Health to employees are material incentives in the form of profit sharing from product focus sales during the period determined by the company. The amount of incentives at Viva Health is not based on length of work, needs and job evaluation because the amount of incentives for each employee is based on the results of achieving product focus targets. By using employee performance as a benchmark and the principle of fairness, this makes the amount of incentives for each employee different. Incentives have no effect on achieving the product focus target December 2020 – May 2021 at Viva Health. This is evidenced by the greater number of incentives given for each product focus sell pack, which does not allow employees to achieve the target optimally. One effective way to maximize product focus sales is to install a POP in a place that is easily seen by customers. In addition to the amount of incentives provided, there are other factors that affect the achievement of product focus targets, namely: employee focus and enthusiasm, stock product focus, and the number of targets given. These factors affect employee motivation to achieve product focus targets that have been determined by the company.

Keywords: *Incentives, Sales, Achievement of targets*

ABSTRAK

Pemberian insentif biasanya digunakan untuk mendorong karyawan agar mau bekerja dengan baik dan agar lebih dapat mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi sehingga dapat menambah motivasi karyawan agar tercipta kinerja yang berkualitas sesuai dengan tujuan perusahaan. Jenis insentif yang diberikan oleh Viva Health kepada karyawan adalah insentif material yang berupa pembagian laba dari penjualan *product focus* selama periode yang telah ditentukan perusahaan. Besarnya insentif pada Viva Health tidak didasarkan pada lama kerja, kebutuhan dan evaluasi jabatan karena besarnya insentif untuk masing-masing karyawan berdasarkan hasil pencapaian target *product focus*. Dengan menggunakan kinerja karyawan sebagai tolak ukur dan prinsip keadilan maka hal ini yang membuat besarnya insentif untuk setiap karyawan berbeda-beda. Insentif tidak berpengaruh terhadap pencapaian target *product focus* Desember 2020 – Mei 2021 pada Viva Health. Hal ini dibuktikan dengan semakin besar jumlah insentif yang diberikan untuk setiap *sell pack product focus* tidak membuat karyawan dapat mencapai target secara optimal. Salah satu cara yang efektif untuk memaksimalkan penjualan *product focus* adalah dengan memasang POP di tempat yang mudah dilihat oleh *customer*. Selain besarnya insentif yang diberikan, terdapat faktor lain yang mempengaruhi pencapaian target *product focus* yaitu : fokus dan semangat karyawan, *stock product focus*, dan jumlah target yang diberikan. Faktor-faktor tersebut berpengaruh kepada motivasi karyawan untuk mencapai target *product focus* yang telah ditentukan perusahaan.

Katakunci : *Insentif, Penjualan, Pencapaian target*



A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Di dalam dunia bisnis yang semakin berkembang, perusahaan dituntut untuk mampu bertahan dan meningkatkan kualitas kerja dan pelayanannya. Peningkatan kualitas kerja dan pelayanan tidak lepas dari faktor sumber daya manusia yaitu karyawan yang ada di dalam perusahaan tersebut yang memiliki andil dalam menentukan keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Sukses tidaknya sebuah perusahaan bergantung pada karyawan, jadi adanya karyawan sangat diperlukan mengenai kemampuan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Oleh sebab itu untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas dan produktif maka dibutuhkan suatu kebijakan yang dapat merangsang motivasi dan kinerja. Perusahaan perlu menyadari bahwa karyawan merupakan asset penting yang dimiliki sebagai penentu keberhasilan pencapaian tujuan suatu perusahaan.

Sejalan dengan usaha pencapaian tujuan perusahaan, maka perusahaan perlu memperhatikan dan mengarahkan para karyawan dengan baik agar karyawan memiliki motivasi dan semangat kerja yang tinggi serta mau bekerja dengan semaksimal mungkin (Nugraha et al. 2013). Menurut Nugraha et al (2013) salah satu bentuk imbalan yang dapat diberikan oleh perusahaan adalah insentif, yaitu suatu bentuk kompensasi yang diberikan kepada karyawan yang jumlahnya tergantung dari hasil yang dicapai baik berupa finansial maupun non finansial. Pemberian insentif dimaksudkan dapat meningkatkan produktifitas kerja, loyalitas, disiplin, serta rasa tanggung jawab karyawan terhadap pekerjaan. Oleh karena itu, pemberian insentif merupakan salah satu teknik motivasi yang paling efektif untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan.

Pemberian insentif yang sesuai dengan prestasi kerja karyawan diharapkan dapat memberikan kepuasan karyawan sehingga berdampak pada memacu pencapaian target secara optimal. Kepuasan yang dirasakan membuat karyawan akan bekerja lebih dari standar perusahaan. Pemberian insentif akan menguntungkan bagi karyawan dan perusahaan. Sudah seyogyanya, perusahaan membagi keuntungan tersebut dalam bentuk insentif sebagai apresiasi prestasi yang dicapai karyawan tersebut. Pemberian insentif yang tepat kepada karyawan memberikan dampak positif pada pencapaian target yang dicanangkan perusahaan. Apabila insentif yang diberikan perusahaan sudah tepat, maka akan membuat karyawan merasa terpuaskan sehingga termotivasi untuk mencapai target yang diberikan. Target yang telah dicapai karyawan merupakan prestasi kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Pencapaian target yang optimal akan terwujud apabila perusahaan memiliki karyawan dengan motivasi dan kecakapan yang sesuai dengan pekerjaannya. Salah satu cara untuk meningkatkan motivasi karyawan adalah dengan memberikan perhatian akan kebutuhan dan kesejahteraan karyawan.

PT Sumber Hidup Sehat (Viva Health) berupaya memberikan bentuk perhatian akan kebutuhan



dan kesejahteraan karyawan melalui insentif material yang diberikan sehingga bisa berpengaruh positif pada prestasi kerja karyawan. Dengan adanya pemberian insentif diharapkan dapat mendorong karyawan lebih termotivasi dalam bekerja dan kemudian akan timbul semangat kerja yang tinggi, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan dapat tercapai. Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisa Pengaruh Insentif Terhadap Pencapaian Target Product Focus Pada Viva Health”**

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam masalah ini adalah :

- a. Apakah insentif mempengaruhi pencapaian target *product focus* pada PT VivaHealth?
- b. Apakah pemberian insentif sudah efektif untuk memotivasi karyawan dalam mencapai target *product focus* pada Viva Health?
- c. Apakah terdapat faktor lain selain insentif yang dapat mempengaruhi pencapaian target *product focus* pada Viva Health?

3. Tujuan penulisan

- a. Untuk mengetahui apakah insentif mempengaruhi pencapaian target *product focus* pada Viva Health
- b. Untuk mengetahui apakah pemberian insentif sudah efektif untuk memotivasi karyawan dalam mencapai target *product focus* pada Viva Health
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat faktor lain selain insentif yang dapat mempengaruhi pencapaian target *product focus* pada Viva Health



B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Sumber Daya Manusia

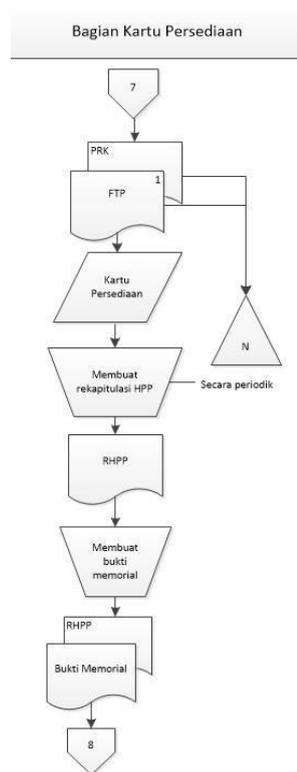
Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset yang paling berharga dalam organisasi. SDM yang bekerja dalam organisasi baik secara individu maupun berkelompok berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi. Tujuan SDM sulit dirumuskan karena sifatnya bervariasi dan tergantung pada pertahapan perkembangan yang terjadi pada masing-masing perusahaan. Tujuan SDM meliputi :

- a. Memberi pertimbangan manajemen dalam membuat kebijakan SDM untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki pekerja yang bermotivasi dan berkinerja tinggi, memiliki pekerja yang selalu siap mengatasi perubahan dan memenuhi kewajiban kelayakan pekerjaan secara legal.
- b. Mengimplementasikan dan menjaga semua kebijakan dan prosedur SDM yang memungkinkan perusahaan mampu mencapai tujuannya.
- c. Membantu dalam pengembangan arah keseluruhan perusahaan dan strategi, khususnya yang berkaitan dengan implikasi SDM.
- d. Memberi dukungan dan kondisi yang akan membantu manajer lini mencapai tujuannya.
- e. Menyediakan media komunikasi antara pekerja dan manajemen perusahaan.
- f. Bertindak sebagai pemelihara standar perusahaan dan nilai manajemen SDM.

Pentingnya peran SDM dalam suatu organisasi yaitu sebagai aset yang berharga karena berkontribusi dalam pencapaian tujuan organisasi, mendorong banyak pihak ingin melakukan penelitian tentang SDM sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan. Sumber daya manusia mempunyai dampak yang lebih besar terhadap efektifitas organisasi dibandingkan dengan sumber daya yang lain. Seberapa sumber daya manusia dikelola akan menentukan kesuksesan organisasi di masa mendatang. Pengelolaan sumber daya manusia sendiri akan menjadi bagian yang sangat penting dari tugas manajemen organisasi. Kompleksitas pengelolaan sumber daya manusia sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor internal, seperti tuntutan memperoleh karyawan yang terlatih, biaya kompensasi, konflik antara serikat pekerja-manajemen, aspek hukum, dan aspek sosial budaya internal merupakan faktor yang membuat sumber daya manusia penting dan kompleks.

2. Penjualan

Philip Kotler memberikan pengertian penjualan sebagai suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sementara itu, Zimmerer menyatakan penjualan adalah sumber utama aliran kas yang masuk ke dalam perusahaan.



Selling In dan Selling Out

1. Selling In

Selling in adalah penjualan dari *suppliers* ke *retailers*⁶ Tujuan kegiatan *selling in* adalah untuk mencapai tingkat *availability* yang tinggi pada target *outlet*.

2. Selling Out

Selling out adalah penjualan produk dari *retailers* ke konsumen. Tujuan *selling out* adalah untuk mencapai tingkat *product trial* yang tinggi dari *consumers* target. Sebagian besar kegiatan *selling out* adalah kegiatan departemen pemasaran dari pabrik, baik berupa *advertising* maupun promosi. Beberapa kegiatan *selling out* dilaksanakan oleh temaga penjualan sebagaipendukung terhadap kegiatan marketing untuk meningkatkan trial.

3. Insentif

Insentif adalah kompensasi yang diberikan organisasi kepada karyawan di luar gaji utamanya untuk membantu memotivasi atau mendorong karyawan tersebut lebih giat dalam bekerja dan berusaha untuk terus memperbaiki prestasi kerja dalam organisasi. Prinsip pemberian insentif ini berhubungan dengan kinerja karyawan yang melampaui standar yang telah ditetapkan organisasi. Menurut Saswoto dalam Nilasari (2016:140), insentif merupakan perangsang atau pendorong yang diberikan dengan sengaja kepada para pekerja agar dalam diri mereka timbul semangat yang lebih untuk berprestasi bagi organisasi. Insentif biasanya digunakan untuk mendorong pekerja dalam memperbaiki kualitas dan kuantitas hasil kerjanya. Menurut



Hasibuan (2013:118) Insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang prestasinya diatas prestasi standar. Insentif ini merupakan alat yang digunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi. Pemberian insentif adalah penghargaan atau ganjaran yang diberikan kepada para pekerja agar melaksanakan tugas dengan semangat dan tanggung jawab yang tinggi, sifatnya tidak tepat atau sewaktu-waktu oleh karena itu insentif sebagai bagian dari keuntungan, terutama sekali diberikan pada pekerja yang bekerja secara baik atau berprestasi, misalnya dalam bentuk pemberian bonus dan dapat pula diberikan dalam bentuk komisi. Metode dan sistem insentif dapat berhasil dengan baik jika organisasi memperhatikan hal-hal yaitu Pembayaran hendaknya menggunakan sistem sederhana yang mudah dipahami oleh pegawai; Insentif yang diterima pegawai dapat meningkatkan kinerja pegawai tersebut secara langsung; Organisasi membayar dalam kurun waktu secepat mungkin; dan Standar kinerja yang ditetapkan untuk memperoleh insentif hendaknya dipahami dengan baik oleh pegawai dan mampu dilaksanakan dengan baik oleh organisasi.

Sesuai dengan penjelasan definisi insentif diatas, kompensasi dalam bentuk insentif sangat erat hubungannya dengan motivasi kerja. Jadi insentif diberikan berdasarkan prestasi atau produksi dari seorang pekerja. Berikut ini adalah tujuan pemberian insentif

Dari sisi organisasi, memberikan insentif kepada pekerja bertujuan untuk :

- a. Menjaga loyalitas para pekerja berkualitas.
- b. Mempertahankan dan meningkatkan moral kerja para pekerja, dimana hal ini akan terlihat dari absensi dan tingkat perputaran karyawan.
- c. Meningkatkan produktivitas organisasi, dengan kata lain hasil produksi bertambah untuk setiap unit per satuan waktu, serta meningkatnya penjualan.

Dari sisi karyawan, tujuan pemberian insentif adalah :

- a. Memperbaiki dan meningkatkan standar hidup dengan adanya pendapatan tambahan selain gaji pokok.
- b. Memperbaiki dan meningkatkan semangat kerja karyawan sehingga para pekerja berupaya untuk berprestasi di tempat kerja.

Macam-macam insentif dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuknya dan berdasarkan penerimanya.

Jenis insentif berdasarkan bentuknya

- a. Insentif material : yaitu insentif yang diberikan dalam bentuk komisi, bonus, pembagian laba, kompensasi yang ditangguhkan, dan jaminan hari tua.
- b. Insentif non material : yaitu insentif yang diberikan kepada karyawan dalam bentuk piagam penghargaan, pemberian promosi jabatan, jaminan sosial, pujian dalam bentuk tulisan dan lisan.



Jenis Insentif Berdasarkan Penerimaannya

- a. *Individual incentive* : yaitu insentif yang diberikan kepada seorang karyawan atas kerja keras dan prestasinya di tempat kerja.
- b. *Group incentive* : yaitu pemberian insentif kepada karyawan sesuai dengan standar dari masing-masing group/kelompok.
- c. *Plant-wide incentive* : yaitu pemberian insentif kepada semua karyawan organisasi sesuai dengan kriteria pembayaran yang ditentukan organisasi.

Bentuk- bentuk insentif terdiri dari

a. **Upah per keluaran (*piece work*)**

Sistem insentif yang memberikan imbalan bagi pegawai atas tiap unit keluaran yang dihasilkan. Upah harian atau mingguan ditentukan dengan mengalikan jumlah unit yang dihasilkan dengan tarif per unit.

b. **Bonus produksi (*production bonus*)**

Insentif yang dibagikan kepada pegawai melebihi sasaran keluaran yang ditetapkan. Pegawai biasanya menerima upah pokok, bila mereka dapat menghasilkan keluaran di atas standar mereka memperoleh bonus, yang jumlahnya biasanya ditentukan atas dasar tarif per unit produktivitas. Bonus produksi juga dapat diberikan kepada pegawai yang dapat menghemat waktu kerja.

c. **Komisi (*commissions*)**

Insentif ini diberikan atas dasar jumlah unit yang terjual. Sistem ini biasanya diberlakukan untuk pegawai seperti wiraniaga.

d. **Kurva kematangan (*maturity curve*)**

Bentuk insentif ini diberikan untuk mengakomodasi pegawai yang memiliki kinerja tinggi, dilihat dari aspek produktivitas, atau pegawai yang telah berpengalaman.

e. **Upah kontribusi (*merit raises*)**

Kenaikan gaji atau upah yang diberikan sesudah penilaian unjuk kerja. Kenaikan ini biasanya diputuskan oleh atasan langsung pegawai, sering kali dengan bekerja sama dengan atasan yang lebih tinggi.

f. **Insentif nonmateri (*nonmonetary incentives*)**

Insentif ini diberikan sebagai penghargaan atas kinerja pegawai, saran, serta pengabdian kepada masyarakat. Misalnya, banyak organisasi yang memiliki program pemberian penghargaan seperti plakat, sertifikat, liburan, cuti dan insentif lain yang tidak berbentuk uang.

g. **Insentif eksekutif (*executives incentives*)**

Bentuk-bentuk insentif bagi eksekutif, antara lain bonus uang tunai, *stock option* (hak



untuk membeli saham organisasi dengan harga tertentu), dankinerja objektif.

3. Target Kerja

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia target adalah sasaran (batas ketentuan dan sebagainya) yang telah ditetapkan untuk dicapai. Target adalah tujuan yang ingin dicapai kelompok dalam periode tertentu dengan adanya target setiap anggota akan bekerja dengan tujuan dan arah yang jelas. Di dalam dunia kerja perlu dipahami bahwa target itu tidak berbicara tentang individu dari setiap pekerja, akan tetapi target merujuk yang dihasilkan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan. Untuk itu, hal-hal yang dicapai setiap pekerja haruslah mendukung pertumbuhan perusahaan.

Beberapa hal penting diperhatikan dalam membuat dan menetapkan target yaitu Target hendaknya menyebutkan secara spesifik apa saja yang ingin dicapai; Target perlu disertai dengan ukuran-ukuran tertentu seperti volume diukur dengan meter kubik, luas diukur dengan meter persegi, nilai diukur dengan mata uang, dan sebagainya; Target yang ditetapkan sebaiknya juga cukup menantang namun sesuai dengan kemampuan sehingga masih mungkin tercapai; Target haruslah 'relevan' atau tidak keluar dari bidang yang kita tekuni sehingga cocok dengan keahlian yang dimiliki kelompok; dan Harus ditetapkan batas waktu kapan target harus dicapai. Hal ini disebabkan hak yang baik pun akan menjadi tidak berguna apabila tidak tepat waktu perolehannya.

Setiap kegiatan diarahkan untuk mencapai satu titik tujuan. Tujuan inilah yang selanjutnya menjadi motivasi banyak orang dalam melaksanakan kegiatan. Pada saat seorang bekerja, prestasi merupakan salah satu tujuan yang hendak dicapai. Prestasi ini dijadikan *selfbranding* sehingga semua pegawai memposisikan seseorang sesuai kemampuan yang dimiliki.

Saat karyawan direkrut, diterima bekerja di sebuah perusahaan, manajemen berasumsi bahwa ia akan bisa bekerja sesuai dengan yang diharapkan. Sesuai yang diharapkan itu ukurannya adalah mampu mencapai target. Tidak pernah ada perusahaan yang berharap, ketika merekrut karyawan, ia tidak akan mencapai target.¹

Dengan pencatatan hasil kerja (proses) yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja pegawainya, maka kinerja karyawan harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi. Mutu kerja karyawan secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan. Guna mendapatkan kontribusi karyawan yang optimal, manajemen harus memahami secara mendalam strategi untuk mengelola, mengukur dan meningkatkan kinerja, yang dimulai terlebih dahulu dengan menentukan tolak ukur kinerja.



D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Insentif Terhadap Pencapaian Target *Product Focus* Viva Health Desember 2020 - Mei 2021

Pemberian insentif biasanya digunakan untuk mendorong karyawan agar mau bekerja dengan baik dan agar lebih dapat mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi sehingga dapat menambah motivasi karyawan agar tercipta kinerja yang berkualitas sesuai dengan tujuan perusahaan. Jenis insentif yang diberikan oleh Viva Health kepada karyawan adalah insentif material yang berupa pembagian laba dari penjualan *product focus* selama periode yang telah ditentukan perusahaan. Besarnya insentif pada Viva Health tidak didasarkan pada lama kerja, kebutuhan dan evaluasi jabatan karena besarnya insentif untuk masing-masing karyawan berdasarkan hasil pencapaian target *product focus*. Dengan menggunakan kinerja karyawan sebagai tolak ukur dan prinsip keadilan maka hal ini yang membuat besarnya insentif untuk setiap karyawan berbeda- beda.

Untuk perhitungan Insentif *Product Focus* pada Viva Health setiap bulannya berdasarkan alur sebagai berikut :

- a. *Merchandizing* akan membuat dan mengirimkan I *product focus*, target, POP (*Point of Purchase*) *product focus*, dan insentif yang akan berjalan untuk satu bulan kedepan kepada seluruh team operasional.
- b. Team operasional akan mencetak POP *product focus* menggunakan kertas ukuran A4 untuk dipasang di setiap apotek.
- c. Admin commercial akan meminta *update sell out product focus* kepada e-commerce manager untuk menghitung insentif yang akan diterima oleh masing-masing team.
- d. Admin commercial mengirim perhitungan insentif *product focus* kepada seluruh regional manager untuk diperiksa kembali kebenarannya.
- e. Team akan mendapatkan insentif yang diberikan oleh regional manager masing-masing sesuai dengan pencapaian target *product focus* di bulan tersebut.

Target penjualan *product focus* ditentukan berdasarkan berapa banyak jumlah masing-masing *item product focus* yang terjual (*sell out*) dalam beberapa periode terakhir di masing-masing *cluster* Viva Apotek. Semakin banyak penjualan *item product focus*, maka target *product focus* yang diberikan akan semakin besar.

Desember 2020

Pada bulan Desember 2020, team akan mendapatkan insentif jika pencapaian minimal 75% dari target yang telah ditentukan. Penentuan target *product focus* disesuaikan dengan jenis *cluster* Viva Apotek yang ada yaitu *large*, *medium*, dan *small*. List Produk, Target *product focus*, dan insentif per *sell pack* pada Desember 2020 adalah sebagai berikut :

Tabel List Produk, Target, dan Insentif *Product Focus* Desember 2020

SKU	Product Name	Sell Pack	Reg Price	Promo Price	Target			Incentive
					Large	Medium	Small	
06000006	ANDALAN PIL KB FE (15X2'S)	STRIP	8,000		8	6	4	2,500
01001092	ANDALAN PIL LAKTASI TABL; BOX (30X28'S)	STRIP	14,000		8	6	4	2,500
03000551	IMUNVIT PLUS CAPL; BOX (5X4'S)	STRIP	49,000		5			5,000
03000114	IMBOOST TABL; BOX (5X10'S)	STRIP	42,000	39,000	45	30	15	5,000
03000531	IMBOOST TABL; BOX (5X4'S)	STRIP	17,500	16,500	30	20	10	2,500
08000069	CANEFRESH FEMININE WASH 60 ML	BOTTLE	37,500	29,900	12	8		5,000

Berdasarkan target yang diberikan untuk setiap *cluster*, maka dapat dihitung target keseluruhan untuk masing-masing *product focus* dengan cara mengalikan target setiap *cluster* dengan jumlah apotek berdasarkan *cluster* tersebut. Target keseluruhan ini kemudian akan dibandingkan dengan realisasi penjualan masing-masing *product focus* sehingga akan didapatkan persentase pencapaian target *product focus* pada bulan tersebut. Persentase pencapaian pada bulan Desember 2020 adalah sebagai berikut :

Tabel Pencapaian Target *Product Focus* Desember 2020

Product Name	Insentif	Target	Realisasi	Persentase
ANDALAN PIL KB FE (15X2'S)	2,500	848	274	32%
ANDALAN PIL LAKTASI TABL; BOX (30X28'S)	2,500	848	128	15%
IMUNVIT PLUS CAPL; BOX (5X4'S)	5,000	160	37	23%
IMBOOST TABL; BOX (5X10'S)	5,000	4215	3707	88%
IMBOOST TABL; BOX (5X4'S)	2,500	2810	1032	37%
CANEFRESH FEMININE WASH 60 ML	5,000	976	66	7%
Rata – Rata				34%

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui rata-rata pencapaian target *product focus* pada bulan Desember 2020 adalah sebesar 34%. Dengan pencapaian target tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan belum mencapai target yang diharapkan perusahaan.

Januari 2021

Pada bulan Januari 2021, team akan mendapatkan insentif jika pencapaian minimal 75% dari target yang telah ditentukan. List Produk, Target *product focus*, dan insentif per *sell pack* pada Januari 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel List Produk, Target dan Insentif *Product Focus* Januari 2021

SKU	Product Name	Sell Pack	Reg Price	Promo Price	Target			Incentive
					Large	Medium	Small	
02000222	BISOLVON EXTRA MENTOL PEPPERMINT SYR 60ML	BOTTLE	48,900		15	10	8	1,000
01001360	DULCOLAX 5MG TABL; BOX (20X10'S)	STRIP	18,500		20	15	12	500
02000054	DULCOLAX TABL; BOX (20X4'S)	STRIP	8,500		20	15	12	200
01002172	AMITIZA 8MCG CAPS; BOX (6X10'S)	KAPSUL	21,500		40	30	20	700
01002173	AMITIZA 24MCG CAPS; BOX (6X10'S)	KAPSUL	25,500		40	30	20	800
01002164	PIL KB ELZSA TABL; BOX 21'S	BOX	119,500		4	3	2	3,600

Persentase pencapaian pada bulan Januari 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel 4Pencapaian Target *Product Focus* Januari 2021

Product Name	Insentif	Target	Realisasi	Persentase
BISOLVON EXTRA MENTOL PEPPERMINT SYR 60 ML	1,000	1561	600	38%
DULCOLAX 5 MG TAB; BOX (20X10'S)	500	2254	1264	56%
DULCOLAX TABL; BOX (20X4'S)	200	2254	1196	53%
AMITIZA 8 MCG CAPS; BOX (6X10'S)	700	4360	4	0%
AMITIZA 24 MCG CAPS; BOX (6X10'S)	800	4360	0	0%
PIL KB ELZSA TABL; BOX 21'S	3,600	436	22	5%
Rata - Rata				25%

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui rata-rata pencapaian target *product focus* pada bulan Januari 2021 adalah sebesar 25%. Dengan pencapaian target tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan belum mencapai target yang diharapkan perusahaan.

Februari 2021

Pada bulan Februari 2021, team akan mendapatkan insentif jika pencapaian minimal 50% dari target yang telah ditentukan. List Product, Target *product focus*, dan insentif per *sell pack* pada Februari 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel List Produk, Target, dan Insentif *Product Focus* Februari 2021

SKU	Product Name	Sell Pack	Reg Price	Promo Price	Target			Incentive
					Large	Medium	Small	
03000559	PHARMATON FORMULA EXTRAK GINGSENG CAPS; B	STRIP	12,000	9,600	40	30	15	600
37000899	SENKA PERFECT WHIP TUB 50GR	TUBE	32,500	25,400	10	8		2,000
08000036	LACTACYD HERBAL 60ML	BOTTLE	24,500	17,900	15	10		2,000

Persentase pencapaian pada bulan Februari 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel Pencapaian Target *Product Focus* Februari 2021

Product Name	Insentif	Target	Realisasi	Persentase
PHARMATON FORMULA EXTRAK GINGSENG CAPL; BOX (20X2'S)	600	4175	371	9%
SENKA PERFECT WHIP TUB 50GR	2,000	1164	77	7%
LACTACYD HERBAL 60ML	2,000	1561	197	13%
Rata - Rata				5%

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui rata-rata pencapaian target *product focus* pada bulan Februari 2021 adalah sebesar 5%. Dengan pencapaian target tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan belum mencapai target yang diharapkan perusahaan.

Maret 2021

Pada bulan Maret 2021, team akan mendapatkan insentif jika pencapaian minimal 75% dari target yang telah ditentukan. Produk, Target *product focus*, dan insentif per *sell pack* pada Maret 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel List Produk, Target, dan Insentif *Product Focus* Maret 2021

SKU	Product Name	Sell Pack	Reg Price	Promo Price	Target			Incentive
					Large	Medium	Small	
03000568	HOLISTICARE SUPREME ESTER C ORANGE TABL; TUB	TUBE	49,500	46,900	5	4	3	2,200
37001024	QV GENTLE WASH BTL 250GR	BOTTLE	165,000	113,900	3	2	1	7,000
04000065	HYPAVIX 5X5	PACK	91,500	81,900	4	3	2	4,000
04000180	LEUKOPLAST 2.5CM X 4.5M (01622-02)	PIECES	22,500	19,900	8	6	4	1,000

Persentase pencapaian pada bulan Maret 2021 adalah sebagai berikut : Tabel

Pencapaian Target *Product Focus* Maret 2021

Product Name	Insentif	Target	Realisasi	Persentase
HOLISTICARE SUPREME ESTER C ORANGE TABL; TUB 10'S	2,200	582	79	14%
QV GENTLE WASH BTL 250GR	7,000	290	5	2%
HYPAFIX 5X5	4,000	436	48	11%
LEUKOPLAST 2.5CM X 4.5CM (01622-02)	1,000	872	138	16%
Rata - Rata				7%

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui rata-rata pencapaian target *product focus* pada bulan Maret 2021 adalah sebesar 7%. Dengan pencapaian target tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan belum mencapai target yang diharapkan perusahaan.

April 2021

Pada bulan April 2021, team akan mendapatkan insentif jika pencapaian minimal 75% dari target, terkecuali untuk produk Lotus dengan pencapaian minimal 100% dari target yang telah ditentukan. List Produk, Target *product focus*, dan insentif per *sell pack* pada April 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel List Produk, Target, dan Insentif *Product Focus* April 2021

SKU	Product Name	Sell Pack	Reg Price	Promo Price	Target			Incentive
					Large	Medium	Small	
02001649	LOTUS RICE HAND SANITIZER 500ML	BOTTLE	74,900	39,900	24	18	12	3,000
02001648	LOTUS RICE HAND SANITIZER 100ML	BOTTLE	21,900	13,900	48	36	24	1,000
03000565	AMUNIZER SACH; BOX 4'S	BOX	10,500	8,400	6	4	2	500
02001757	PROMAG SUSPENSII 60ML	BOTTLE	14,500	11,500	8	6	4	700
02000021	PROMAG TABL; BOX (3X12'S)	STRIP	8,000	8,000	50	40	30	200
05000321	CURCUMA FORCE TABL; BOX (10X12'S)	STRIP	15,000	15,000	8	6	4	600

Persentase pencapaian pada bulan April 2021 adalah sebagai berikut : Tabel

Pencapaian Target *Product Focus* April 2021

Product Name	Insentif	Target	Realisasi	Persentase
LOTUS RICE HAND SANITIZER 500ML	3,000	474	110	23%
LOTUS RICE HAND SANITIZER 100ML	1,000	948	129	14%
AMUNIZER SACH; BOX 4`S	500	106	100	94%
PROMAG SUSPENSII 60ML	700	158	106	67%
PROMAG TABL; BOX (3X12`S)	200	1050	2957	282%
CURCUMA FORCE TABL; BOX (10X12`S)	600	158	164	104%
Rata - Rata				97%

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui rata-rata pencapaian target *product focus* pada bulan April 2021 adalah sebesar 97%. Dengan pencapaian target tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan belum mencapai target yang diharapkan perusahaan.

Mei 2021

Pada bulan Mei 2021, team akan mendapatkan insentif jika pencapaian minimal 75% dari target yang telah ditentukan. List Product, Target *product focus*, dan insentif per *sell pack* pada Mei 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel List Produk, Target, dan Insentif *Product Focus* Mei

SKU	Product Name	Sell Pack	Reg Price	Promo Price	Target			Incentive
					Large	Medium	Small	
03000582	FATIGON SPIRIT CAPL; BOX (10X6`S)	STRIP			7	5	3	500
05000318	FATIGON PROMUNO CAPS; BOX (3X10`S)	BLISTER			5	4	3	1,500
03000560	ASTHIN FORCE 4MG CAPS; BOX (2X10`S)	STRIP			4	3	2	5,000
03000599	BOOST D 1000 TABL; BOX (3X10`S)	STRIP			5	4	3	1,200
06000062	ANDALAN OVULATION TEST KIT	PIECES			8	6	4	900
06000061	ANDALAN PREGNANCY TEST MIDSTREAM	PIECES			6	4	3	1,200

Persentase pencapaian pada bulan April 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel Pencapaian Target *Product Focus* Mei 2021

Product Name	Insentif	Target	Realisasi	Persentase
FATIGON SPIRIT CAPL; BOX (10X6`S)	500	733	558	76%
FATIGON PROMUNO CAPS; BOX (3X10`S)	1,500	587	104	18%
ASTHIN FORCE 4MG CAPS; BOX (2X10`S)	5,000	440	113	26%
BOOST D 1000 TABL; BOX (3X10`S)	1,200	587	389	66%
ANDALAN OVULATION TEST KIT	900	880	410	47%
ANDALAN PREGNANCY TEST MIDSTREAM	1,200	623	451	72%
Rata - Rata				51%

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui rata-rata pencapaian target *product focus* pada bulan Mei 2021 adalah sebesar 51%. Dengan pencapaian target tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan belum mencapai target yang diharapkan perusahaan.

Berdasarkan penjabaran penetapan target, insentif dan pencapaian target *product focus* selama periode Desember 2020 – Mei 2021, dapat dilihat bahwa besarnya insentif tidak menjamin pencapaian *product focus* akan optimal. Karena produk dengan insentif per *sell pack* terbesar yaitu QV Gentle Wash Botol 250Gr dengan insentif Rp7.000 per botol hanya mendapatkan pencapaian *product focus* sebesar 2% pada bulan Maret 2021. Sedangkan produk dengan insentif per *sell pack* terkecil yaitu Promag Tabl; Box (3x12's) dengan insentif Rp200, mendapatkan pencapaian target *product focus* tertinggi sebesar 282% pada bulan April 2021. Bahkan dengan pemberian insentif pada *product focus* di bulan Januari 2021, tidak ada apotek yang berhasil menjual produk Amitza 24 MCG Caps; Box (6x10's). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa insentif tidak berpengaruh terhadap pencapaian target *product focus* selama periode Desember 2020 – Mei 2021. Hal ini mungkin saja terjadi karena terdapat faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap pencapaian target *product focus*.

2. Efektivitas Insentif Dalam Memotivasi Karyawan Untuk Mencapai Target *Product Focus* Desember 2020 – Mei 2021

Pencapaian target akan menjadi optimal apabila cara-cara yang dilakukan untuk menjual produk-produk yang menjadi fokus di periode tersebut sudah efektif. Cara yang digunakan akan menentukan seberapa besar dampak atau efek yang dihasilkan dari suatu pekerjaan, dengan cara yang tepat dan sesuai dengan perencanaan maka akan memudahkan untuk mendapatkan hasil yang signifikan terhadap tujuan dan target.

Beberapa cara yang telah dilakukan oleh Viva Health dalam menunjang pencapaian target *product focus* adalah sebagai berikut :

POP (Point Of Purchase)

POP adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk penjualan langsung berbentuk iklan dengan memanfaatkan *display* yang digunakan agar dapat menarik perhatian dan menggugah semangat para *customer* untuk melakukan pembelian *product focus*. Selain dapat menarik perhatian dan menggugah semangat *customer*, POP juga dapat menciptakan *unplanned buying* atau *impulsive buying*.

Penempatan POP di sekitar apotek dapat ditempatkan di tempat yang sekiranya tidak mengganggu pelanggan dan aktivitas penjualan. Beberapa apotek yang berhasil mencapai target *product focus* seperti Kartika, Karang Kepoh, Grati, dan Ringinsari menggunakan cara yang cukup efektif dengan memasang gambar *point of purchase* di dekat kasir. Hal ini cukup efektif digunakan karena dapat menarik perhatian *customer* saat melakukan pembayaran dan dapat memudahkan apoteker untuk menawarkan pembelian *product focus* yang berlaku pada bulan tersebut.

Product Training Viva

Viva Health rutin melakukan *product training* apabila terdapat produk baru yang diikutsertakan dalam *product focus* periode tersebut. Karena tenaga kesehatan termasuk apoteker memiliki peranan

penting untuk meningkatkan kualitas pelayanankesehatan yang maksimal kepada masyarakat agar masyarakat mampu untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat. *Product training* dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan keilmuan para apoteker Viva Health mengenai pengetahuan produk baru. Diharapkan setelah apoteker mengetahui informasi *detail* tentang produk, apoteker dapat memberikan informasi yang tepat kepada *customer* tentang produk tersebut. Pendekatan kepada *customer*

Setelah apoteker mengikuti *product training* dan memiliki cukup pengetahuan tentang *product focus*, apoteker akan melakukan pendekatan kepada *customer* untuk menarik perhatian. Menarik perhatian *customer* dilakukan dengan cara penampilan baik, sikap yang ramah dan senyum. Apoteker melakukan penjualan sesuai dengan sistem penjualan yang berlaku pada Viva Apotek (Gambar 3.11 dan Gambar 3.12). Selain itu dilakukan penawaran produk kepada *customer* dengan baik dan tepat agar *customer* tidak ragu untuk melakukan pembelian *product focus*.

Setelah mengikuti *product training*, memasang POP, dan pendekatan yang baik kepada *customer*, terdapat beberapa apotek yang berhasil mencapai target *product focus* dengan optimal, yaitu :

Tabel Apotek Dengan Pencapaian Optimal Selama Desember 2020 – Mei 2021

Periode Product Focus	STORE	Cluster	Product	Target	Sell Out	Achievement
Desember 2020	VG KARTIKA	LARGE	IMBOOST TABL; BOX (5X10'S)	45	148	329%
Januari 2021	VA KARANG KEPOH	LARGE	DULCOLAX 5 MG TAB; BOX (20X10'S)	20	46	230%
April 2021	VG GRATI	MEDIUM	PROMAG TABL; BOX (3X12'S)	40	289	723%
Mei 2021	VG RINGINSARI	SMALL	ASTHIN FORCE 4MG CAPS; BOX (2X10'S)	2	10	500%

Berdasarkan hasil pencapaian target *product focus* di atas, dapat dilihat bahwa *product focus* sudah efektif dalam memotivasi karyawan untuk dapat meningkatkan penjualan guna mencapai target yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Motivasi ini akan membuat karyawan menggunakan cara yang tepat dan efektif untuk memaksimalkan penjualan *product focus* pada periode tersebut. Dengan sistem penjualan yang berjalan pada Viva Apotek dan pelatihan karyawan dengan cara *product training* akan membuat pencapaian target lebih optimal. Selain memberikan pelatihan kepada karyawan, salah satu cara yang efektif yang dapat dilakukan adalah dengan memasang POP *product focus* di tempat-tempat yang strategis seperti tempat melakukan *check out* atau kasir. Selain itu juga POP dapat dipasang vertikal sejajar dengan mata agar mudah dilihat oleh *customer* ketika apotek sedang sibuk atau ketika sedang mengantri untuk melakukan pembayaran. Tentunya cara-cara di atas harus didukung dengan pelayanan yang baik kepada *customer* agar tidak ada keraguan untuk membeli *product focus*.

3. Faktor Lain yang Mempengaruhi Pencapaian Target *Product Focus* Desember 2020 – Mei 2021

Pencapaian target *product focus* Desember 2020 – Mei 2021 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel Pencapaian Target *Product Focus* Desember 2020 – Mei 2021

Bulan	Rata - rata Pencapaian Target	Kenaikan/Penurunan
Desember 2020	34%	
Januari 2021	25%	-9%
Februari 2021	5%	-20%
Maret 2021	7%	2%
April 2021	97%	90%
Mei 2021	51%	-46%

Bulan April 2021 merupakan bulan dengan pencapaian target *product focus* tertinggi yaitu sebesar 97%. Sedangkan pada bulan Februari dan Maret 2021 merupakan pencapaian target *product focus* terendah, masing-masing hanya sebesar 5% dan 7%. Karena rendahnya pencapaian *product focus* pada periode tersebut, maka dilakukan evaluasi oleh tim *merchandizing* dan *marketing* kepada tim operasional di Viva Apotek. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pencapaian target *product focus*, salah satunya insentif yang diberikan. Namun ternyata pada penarapannya, insentif yang diberikan tidak berpengaruh terhadap pencapaian target *product focus*. Ada beberapa faktor lainnya yang berpengaruh terhadap pencapaian target *product focus* untuk periode Desember 2020 – Mei 2021, yaitu :

a. Fokus dan semangat karyawan

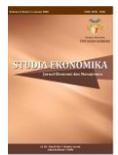
Fokus dan semangat merupakan faktor internal dari diri karyawan yang sangat mempengaruhi pencapaian target. Pada Februari dan Maret 2021, karyawan kurang fokus dan semangat dalam mencapai target *product focus*.

b. *Stock product focus*

Stock product focus yang kurang di beberapa Apotek menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian target *product focus*. Seperti *stock* Senka di apotek- apotek Jawa Timur pada bulan Februari 2021 yang kurang karena terjadi kekosongan dari distributor. Kekosongan *stock* ini membuat target menjadi tidak realistis untuk dicapai.

c. Target *product focus* yang diberikan

Apabila target *product focus* yang diberikan tidak sesuai dengan *stock* yang tersedia di apotek maka target *product focus* tidak akan realistis untuk dapat tercapai. Setelah dilakukan evaluasi dan diketahui faktor yang mempengaruhi pencapaian target *product focus* pada bulan Februari dan Maret menurun, maka dilakukan perbaikan dalam perencanaan penetapan target serta faktor-faktor lain yang menjadi kendala. Dapat dilihat untuk bulan April terjadi peningkatan rata-rata pencapaian *product focus* yang signifikan menjadi 97% karena perencanaan dan pelaksanaan pencapaian target *product focus* sudah lebih baik dari sebelumnya.



E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Karyawan adalah asset yang paling berharga dalam sebuah perusahaan. Sudah semestinya perusahaan dapat menjaga dan memperhatikan karyawan yang akan berkontribusi dalam pencapaian tujuan perusahaan. salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menjaga dan memperhatikan karyawan adalah dengan memberikan insentif apabila karyawan mampu memberikan kinerja yang baik. Viva Health adalah salah satu perusahaan yang memberikan insentif secara material kepada karyawan yang berhasil mencapai target yang diberikan pada periode tertentu.

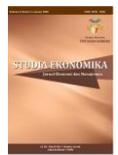
Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan terhadap pemberian insentif yang dilakukan oleh Viva Health, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Insentif tidak berpengaruh terhadap pencapaian target *product focus* Desember 2020 – Mei 2021 pada Viva Health. Hal ini dibuktikan dengan semakin besar jumlah insentif yang diberikan untuk setiap *sell pack product focus* tidak membuat karyawan dapat mencapai target secara optimal.
- b. Salah satu cara yang efektif untuk memaksimalkan penjualan *product focus* adalah dengan memasang POP di tempat yang mudah dilihat oleh *customer* seperti kasir. Hal ini dibuktikan dengan pencapaian target yang bagus oleh apotek-apotek yang memasang POP *product focus* di dekat kasir. Dengan melihat POP *product focus* yang dipasang akan membuat *customer* terdorong untuk melakukan *unplanned buying* atau *impulsive buying*. Selain memasang POP, para apoteker juga dapat melakukan pendekatan kepada *customer* untuk menawarkan *product focus* yang sedang berjalan.
- c. Selain besarnya insentif yang diberikan, terdapat faktor lain yang mempengaruhi pencapaian target *product focus* yaitu : fokus dan semangat karyawan, *stock product focus*, dan jumlah target yang diberikan. Faktor-faktor tersebut berpengaruh kepada motivasi karyawan untuk mencapai target *product focus* yang telah ditentukan perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan keadaan pada bulan Februari 2021, faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan dengan baik sehingga membuat menurunnya pencapaian target *product focus*.

2. Saran

Berdasarkan analisa, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Bagi karyawan, hendaknya menjadikan insentif yang diberikan sebagai penyemangat dalam mencapai target *product focus* yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu diharapkan dapat



terus memperhatikan dan meningkatkan motivasi dalam bekerja sehingga dapat melakukan yang terbaik untuk pencapaian target.

- b. Bagi Viva Health, diharapkan hasil laporan praktik kerja ini dapat menjadibagian yang bisa ditindaklanjuti, khususnya dalam pemberian insentif *product focus*. Pemberian insentif yang dilakukan oleh Viva Health sudah baik karena pemberian insentif didasarkan pada kinerja karyawan. Namun perlu diperhatikan perencanaan sebelum menetapkan target *product focus* dari berbagai aspek, salah satunya adalah *stock product focus* di setiap apotek. Apabila target yang diberikan sesuai dengan *stock* yang ada maka akan membuat target *product focus* menjadi realistis untuk dicapai.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap motivasi karyawan Viva Health dalam pencapaian target *product focus*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvonco Jhonson, 2014, "*Practical Communication Skill*", Elex Media Komputindo, Jakarta
- Arifin Noor, 2019, "*Manajemen Sumber Daya Manusia*", Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara.
- Gunadi, 2012, "*Management Miracle Series: Accepted Leader*", Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ibrahim Darwies, 2004, "*Fish Where The Fish Are*", Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kadarisman, M, 2012. "*Manajemen Kompensasnsi*", Rajawali Pers, Jakarta.
- Mahesya Panji. 2019. "*Selling in (Ekonomi / Bisnis)*". Diakses dari <https://glosarium.org/arti-selling-in-di-ekonomi/> pada tanggal 12-08-2021 pukul 23.23 WIB
- Mahesya Panji, 2019, "*Selling out (Ekonomi / Bisnis)*", <https://glosarium.org/arti-selling-out-di-ekonomi/> diakses pada 12 Agustus 2021 pukul 23.24 WIB.
- Muhdar, 2020, "*Manajemen SDM: Teori dan Aplikasi Pada bank Umum Syariah*", Rajawali Pers, Jakarta.
- Nurbaya Sitti, 2020, "*Manajemen Sumberdaya Manusia di Era revolusi Industri 4.0*", NasMedia Pustaka, Makassar.
- Prasetyo, Henggar Budi, 2020, "*Arti Terget dalam Dunia Kerja*", <https://www.kompasiana.com/henggar/5e4d4d6c097f363f395de192/arti-target-dalam-dunia-kerja> diakses pada 27 Juni 2021 pukul 21.54 WIB.
- Riniwati Harsuko, 2016, "*Manajemen Sumber Daya Manusia Aktivitas Utama dan Pengembangan*", UB Press, Malang.
- Silitonga, Eddy Sanusi, 2020, "*Peningkatan Kinerja SDM Melalui Motivasi, Kepemimpinan, Komitmen, dan Lingkungan Kerja*", Penebar Media Pustaka, Yogyakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak, 2016, "*Manajemen Sumber Daya Manusia* ", PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Wijaya Hamied, Caroko Eko Edhi, 2019, "*Memodel Transformasi SDM Berbasis Digital do Pelindo 1 Kunci Sukses Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Korporasi*", PT Penerbit IPB Press, Bogor.