

KONTRIBUSI MOTIVASI KERJA DAN KOMPETENSI INDIVIDU TERHADAP KINERJA DAN PENJUALAN SALESPERSON

Cecep Hidayat¹; Sisca Cintra²

^{1,2} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Nusantara
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
ceceph1267@binus.ac.id

ABSTRACT

This study has two objectives; first, knowing the job motivation and individual competence contribution towards the performance of salesperson at Ray White Cengkareng. Second, knowing the job motivation, individual competence, performance contribution towards selling of salesperson at Ray White Cengkareng. The type of this study used is associative survey and the analysis technique used is the path analysis. The data are obtained through a survey with questionnaire as the main instrument which were distributed to salesperson and manager of Ray White Cengkareng who were chosen as respondents. The results of this study indicate that the job motivation and individual competence contributes simultaneously and significantly towards the performance of salesperson. Besides, the job motivation, individual competence, and performance contribute simultaneously and significantly towards selling of salesperson.

Keywords: *job motivation, individual competence, performance, selling of sales person*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki dua tujuan, pertama mengetahui kontribusi motivasi kerja, dan kompetensi individu terhadap kinerja salesperson pada Ray White Cengkareng. Kedua, mengetahui kontribusi motivasi kerja, kompetensi individu, and kinerja terhadap penjualan salesperson pada Ray White Cengkareng. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dan tehnik analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Pengumpulan data dilakukan melalui survey dengan kuesioner sebagai instrumen utama yang disebarakan kepada seluruh salesperson dan manajer yang menjadi atasan langsungnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa motivasi kerja, dan kompetensi individu berkontribusi secara signifikan dan simultan terhadap kinerja salesperson. Disamping itu motivasi kerja, kompetensi individu, and kinerja berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap penjualan salesperson.

Kata kunci: *motivasi kerja, kompetensi individual, kinerja salesperson, dan penjualan salesperson*

PENDAHULUAN

Jasa perantara dalam bidang properti banyak memberikan manfaat dan keuntungan bagi kedua belah pihak, yaitu calon pembeli dan penjual. Seiring dengan perkembangan waktu dan banyaknya permintaan akan jasa perantara resmi dalam bidang properti ini, maka munculah perusahaan yang menawarkan jasa sebagai perantara dalam penjualan dan pembelian properti. Manfaat jasa properti bagi pihak-pihak terkait antara lain mempermudah dalam hal jalur hukum dan membantu si penjual serta pembeli yang tidak sempat mengurus penjualan atau pembelian properti tersebut.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli properti di Indonesia adalah Ray White. Saat ini Ray White merupakan agen nomor satu dan merupakan *market leader* di bidangnya. Hal tersebut antara lain dikarenakan Ray White menggunakan jaringan internasional dan nasional "*referral network Ray White*" sebagai dukungan pemasaran properti. Ray White memegang teguh pada pernyataan: "dengan pertimbangan kepercayaan yang telah anda berikan pada perusahaan kami, dan kami menilai anda pantas mendapatkan layanan terbaik kami dalam memasarkan properti anda". Dengan keterikatan yang tinggi pada slogan tersebut dan bukti nyata dalam praktek, Ray White menjadi salah satu pilihan terbaik di mata konsumen.

Sampai saat ini, banyak pesaing-pesaing yang muncul dalam bidang yang sama. Banyak pesaing yang menawarkan jasa yang sama dengan harga yang lebih murah. Sehingga tidaklah mudah bagi Ray White untuk mempertahankan posisinya sebagai satu-satunya perusahaan yang dipercaya oleh konsumen dalam hal properti. Oleh karena itu Ray White harus mempunyai strategi-strategi yang dapat melebihi pesaing.

Ray White selalu memberikan *premium price, service* terbaik serta rasa aman, baik ketika bertransaksi maupun tinjau *property*. Dari pernyataan diatas, Ray White mengkhususkan strateginya pada hal kinerja *salesperson*-nya. Ray White setiap satu minggu sekali akan mengadakan rapat, dimana di rapat tersebut juga diadakan *training* dan evaluasi kinerja yang diperuntukkan semua karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut. Setiap pegawai Ray White harus mempunyai *skills* seperti presentasi, negosiasi, berpenampilan rapih, tegas. *Training* dilakukan sebagai proses pelatihan dan juga sebagai evaluasi kinerja *salesperson*-nya. Dimana dengan adanya evaluasi ini maka sesuatu yang kurang atau harus diperbaiki dapat ditambahkan ataupun diperbaiki, hal ini berguna untuk meningkatkan kinerja *salesperson*. Dalam *training* tersebut, dilakukan pemotivasian dan pelatihan yang berguna bagi peningkatan motivasi dan peningkatan *skills*.

Ray White beranggapan bahwa penjualan dapat mencapai sesuai target ataupun lebih (*profit* maksimum) dipengaruhi oleh kinerja *salesperson*-nya. Oleh karena itulah maka Ray White sangat mengutamakan kinerja *salesperson*-nya demi mencapai penjualan yang baik dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Untuk mencapai target penjualan atau bahkan melebihi target penjualannya, perusahaan beranggapan bahwa hal paling penting yang mempengaruhi penjualan adalah kinerja *Salesperson*-nya. Oleh karena itu perusahaan terus menerus meningkatkan kinerja *Salesperson*-nya dengan terus memberikan *training* dan evaluasi kerja setiap minggunya.

Setiap individu mempunyai kebutuhan dan keinginan yang berbeda – beda dalam hidupnya. Keinginan dan kebutuhan ini yang memotivasi seseorang untuk mengerjakan sesuatu. Begitu pula dalam suatu organisasi, individu mempunyai kebutuhan dan keinginan yang berbeda dalam menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan tertentu. Kinerja seseorang dalam suatu organisasi juga ditentukan oleh motivasi yang melatar belakangi mereka berperilaku. Perilaku yang berbeda-beda inilah yang membuat seorang manajer harus mengetahui apa motivasi yang dimiliki seorang individu,

serta bagaimana organisasi dapat meningkatkan motivasi seseorang yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja individu dan organisasi.

Berdasarkan data yang ada, setiap karyawan dalam hal pencapaian target berbeda-beda. Ada yang tidak mencapai target maupun yang melebihi target. Jika hal ini terus terjadi hal ini dapat memberikan dampak yang tidak baik bagi kinerja *salesperson* selanjutnya, dikarenakan adanya salah persepsi dari masing-masing karyawan sehingga dapat berdampak tidak baik pada pertumbuhan tingkat penjualan kedepannya. Oleh karena itu perusahaan terus menerus berusaha untuk memotivasi *salesperson*-nya dan selalu memberikan *training* bagi semua *salesperson*-nya, hal ini dikarenakan perusahaan beranggapan bahwa motivasi kerja dan *training* yang diberikan oleh perusahaan turut memberikan kontribusi terhadap kinerja *salesperson*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk menganalisis apakah motivasi kerja dan kompetensi individu berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja dan penjualan *salesperson*. Permasalahan pokok yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah: pertama, apakah motivasi kerja dan kompetensi individu berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja *salesperson*?. Kedua, apakah motivasi kerja, kompetensi individu, kinerja *salesperson* berkontribusi secara signifikan terhadap penjualan *salesperson*?

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi motivasi kerja dan kompetensi individu terhadap kinerja *salesperson*. Untuk mengetahui kontribusi motivasi kerja dan kompetensi individu terhadap kinerja *salesperson* dan dampaknya pada penjualan *salesperson*

Motivasi Kerja

Menurut As'ad (2002: 45) motivasi kerja didefinisikan sebagai sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja. Oleh sebab itu, motivasi biasa disebut sebagai pendorong atau semangat kerja. Sedangkan menurut Robbins (2002: 166), motivasi didefinisikan sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan-tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi sesuatu kebutuhan individu.

Menurut Herzberg yang dikutip oleh Robbins (2005: 395) menyatakan, bahwa motivasi merupakan sebuah dampak langsung dari kepuasan kerja. Teori ini meneliti tentang dua kondisi yang mempengaruhi seseorang di dalam pekerjaannya, yaitu: kondisi pertama adalah faktor motivator yang meliputi: keberhasilan pekerjaan kerja; pengakuan (*recognition*); pekerjaan itu sendiri; tanggung jawab; pengembangan (*advancement*). Kondisi kedua adalah *hygiene*. Faktor-faktor *hygiene* yang justru menimbulkan rasa tidak puas pada para pekerja adalah: kebijaksanaan administrasi perusahaan; supervisi yang sangat ketat; hubungan antarpribadi; kondisi kerja; gaji dan upah. Teori Herzberg memprediksi, bahwa para manajer dapat memotivasi individu-individu dengan jalan "memasukkan" motivator-motivatornya ke dalam pekerjaan individu, yaitu proses yang dinamakan pemerikayaan pekerjaan (*job enrichment*)

Faktor-faktor Pembentuk Kompetensi Individu

Menurut Dharma (2002: 109), ada lima karakteristik pembentuk kompetensi individu, yaitu watak, motif, konsep diri, pengetahuan dan keterampilan. Dua karakteristik yang disebut terakhir cenderung kelihatan karena ada di permukaan, sedangkan tiga kompetensi lainnya lebih tersembunyi dan relatif sulit dikembangkan, meskipun berperan sebagai sumber kepribadian. Pengetahuan merupakan informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang tertentu. Keterampilan merupakan kemampuan untuk melakukan pekerjaan fisik atau mental. Sementara itu, Simanjuntak (2005: 10)

mengatakan bahwa kompetensi setiap orang dipengaruhi oleh kemampuan dan keterampilan kerja dalam hal: kebugaran fisik dan kesehatan jiwa; pendidikan dan pelatihan; dan pengalaman kerja.

Karakteristik Kinerja *Salesperson*

Menurut Simanjuntak, (2005: 119), yang melakukan evaluasi kinerja karyawan biasanya adalah atasan langsung. kinerja salesperson didasarkan pada *job description* perusahaan itu sendiri akan suatu jabatan. Hal ini dikarenakan kinerja salesperson merupakan hasil kerja dari tugas yang harus dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, Simanjuntak (2005: 142-150), menyatakan bahwa dalam melakukan evaluasi kinerja ada dua alternatif pelaku: Penilaian oleh atasan langsung dan evaluasi diri sendiri

Pengertian Penjualan *Salesperson*

Menurut Sistaningrum (2002: 15), penjualan *salesperson* adalah interaksi antara individu yang saling bertemu muka, yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. *Salesperson* adalah sumberdaya manusia utama dalam kegiatan penjualan perorangan (*personal selling*). Tujuan dari *personal selling* itu sendiri pada umumnya adalah mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, agar dapat meningkatkan volume penjualan yang tinggi sehingga dengan demikian dapat mencapai target yang diharapkan.

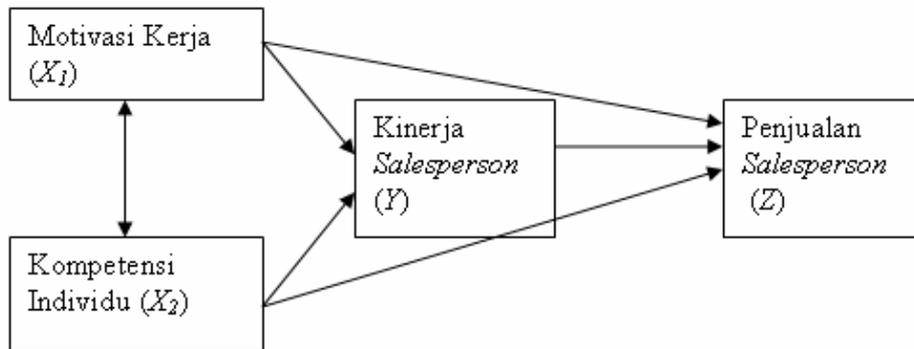
Menurut Kotler (2002: 626), penjualan personal adalah interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan. Penjualan personal adalah alat yang paling efektif pada sejumlah tahap tertentu dalam proses pembelian, khususnya dalam membentuk preferensi, persepsi keputusan pembelian, keyakinan dan tindakan pembelian. Hal ini dikarenakan dalam *personal selling*, calon pembeli dapat bertanya lebih banyak dan si penjual pun dapat mempengaruhi si pembeli.

Penjualan merupakan aktivitas yang penting di dalam perusahaan karena dari penjualan diperoleh sumber pendapatan berupa laba untuk membiayai kelangsungan hidup perusahaan. Siklus penjualan dimulai dari permintaan barang untuk pelanggan sampai berpindahnya kepemilikan barang dari penjual ke pelanggan dengan sistem pembayaran tunai ataupun dengan pembayaran kredit. Umumnya, tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan (Tjiptono, 2002: 249). Tujuan ini dapat dipecah berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai itu berdasarkan per wilayah operasi atau per salesperson di dalam suatu wilayah operasi. Menurut Tjiptono (2002), penjualan *salesperson* adalah penjualan yang dilakukan oleh suatu individu/*salesperson*.

Menurut Winardi (2004: 31), apabila motivasi rendah, maka kinerja para karyawan akan menyusut seakan-akan kemampuan mereka rendah. Karena alasan itulah, motivasi dan pembangkitan motivasi merupakan sebuah fungsi manajemen penting. Konsep motivasi merupakan sebuah konsep penting dalam studi tentang kinerja kerja individu.

Model/Paradigma Penelitian

Berdasarkan permasalahan, keterkaitan antar variabel, dan kerangka teoritis yang telah dipaparkan, maka dapat dibuat suatu model penelitian seperti Gambar 1.



Gambar 1 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dan metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Sumber data utama adalah data primer yang bersumber dari jawaban 30 responden karyawan Ray White Cengkareng dan jawaban atasan langsung (manajer) masing-masing karyawan tersebut tentang kinerja mereka.

Populasi Penelitian dan Unit Analisis

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Ray White cengkareng yang keseluruhannya berjumlah 30 orang. Dalam penelitian ini tidak menggunakan tehnik sampling, melainkan seluruh anggota populasi secara individual dijadikan unit analisis. Sebelum instrumen (kuesioner) disebarakan terhadap anggota populasi, terlebih dahulu dilakukan uji validitas (koefisien korelasi Spearman) dan reabilitas (Cronbach's Alpha).

Tehnik Analisis

Sebelum data dianalisis dilakukan transformasi data untuk meningkatkan derajat skala pengukuran dan sebagai prasyarat *path analysis*, yaitu transformasi dari skala ordinal ke interval. *Path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). *Path analysis* yang digunakan pada penelitian ini adalah *path analysis* model trimming. Menurut (Heise, 1969: 59; Al-Rasyid & Sitepu, 1994: 12; Kusnendi, 2005: 12) yang dikutip oleh Kuncoro dan Riduwan (2007: 127), model *trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kontribusi Motivasi Kerja dan Kompetensi Individu terhadap Kinerja Sales Person

Pada bagian ini akan dijelaskan sub struktur 1, yaitu mengenai analisis jalur antara motivasi kerja (X_1), kompetensi individu (X_2) terhadap kinerja *salesperson* (Y). Hasil yang diperoleh adalah seperti yang ditunjukkan oleh tabel 1,2, dan 3. Adapun persamaan struktural untuk sub-struktur 1 adalah:

$$Y = \rho_{yx1}X_1 + \rho_{yx2}X_2 + \rho_y\epsilon_1 .$$

Tabel 1 Anova Sub-Struktur 1

Anova

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.711	2	1.855	13.084	.000(a)
	Residual	3.829	27	.142		
	Total	7.539	29			

- a. Predictors: (Constant), Kompetensi Individu, Motivasi Kerja
 b. Dependent Variable: Kinerja Salesperson

Tabel 2 Model Summary Sub struktur 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702(a)	.492	.455	.3765669

- a. Predictors: (Constant), Kompetensi Individu, Motivasi Kerja

Pengujian Secara Simultan antara Variabel X_1 , X_2 dan Y

Uji secara simultan ditunjukkan oleh tabel 1

Hipotesis:

H_o = Tidak ada kontribusi yang signifikan antara variabel motivasi kerja (X_1) dan kompetensi individu (X_2) secara simultan terhadap variabel kinerja *salesperson* (Y).

H_a = Ada kontribusi yang signifikan antara variabel motivasi kerja (X_1) dan kompetensi individu (X_2) secara simultan terhadap variabel kinerja *salesperson* (Y).

Keputusan:

Dari hasil uji signifikansi pada tabel 1 diperoleh nilai Sig. Sebesar 0.000. Jika dibandingkan dengan $\alpha = 0.05$, maka nilai Sig lebih kecil dari α ($\text{Sig} \leq \alpha$), yaitu $0.000 \leq 0.05$ yang artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan.

Besarnya pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y dapat diketahui dengan meilihat R^2 pada tabel 1, bahwa $R^2 = 0.492 = 49,2\%$. dan besarnya pengaruh variabel lain yang mempengaruhi nilai Y diluar penelitian ini adalah sebesar $100\% - 49,2\% = 50,8\%$. sementara itu, besarnya koefisien jalur bagi variabel lain di luar penelitian yang mempengaruhi dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut:

$$Y (\rho_{y,\varepsilon_1}) \text{ sebesar } \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,492} = 0,713$$

Tabel 3 *Coefficients Sub-struktur 1*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.678	.514		1.319	.198
MotivasiKerja	.289	.131	.326	2.202	.036
KompetensiIndividu	.416	.121	.510	3.441	.002

Berdasarkan tabel 3 diperoleh persamaan struktural sub-struktur 1:

$$Y = 0,326X_1 + 0,510 X_2 + 0,713\varepsilon_1$$

Analisis Kontribusi Motivasi Kerja, Kompetensi Individu dan Kinerja terhadap Penjualan Sales Person

Pada bagian ini akan dijelaskan sub struktur 2, yaitu mengenai analisis jalur antara motivasi kerja (X_1), kompetensi individu (X_2) kinerja *salesperson* (Y). terhadap penjualan sales person (Z). Adapun persamaan struktural untuk sub-struktur 2 adalah:

$$Z = \rho_{zx1}X_1 + \rho_{zx2}X_2 + \rho_{zy}Y + \rho_z\varepsilon_2$$

Tabel 4 Anova Sub-struktur 2

Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.482	3	5.827	15.173	.000(a)
Residual	9.985	26	.384		
Total	27.467	29			

a. Predictors: (Constant), KinerjaSalesperson, MotivasiKerja, KompetensiIndividu

b. Dependent Variable: PenjualanSalesperson

Tabel 5 *Model Summary Sub-struktur 2*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798(a)	.636	.595	.6197132

- Predictors:
- (Constant), KinerjaSalesperson, MotivasiKerja, KompetensiIndividu

Pengujian Secara Simultan antara variabel X_1 , X_2 dan Y dengan Variabel Z

Uji secara simultan ditunjukkan oleh tabel 4

Hipotesis:

H_o = Tidak ada pengaruh atau kontribusi antara variabel motivasi kerja (X_1), kompetensi individu (X_2) dan kinerja *salesperson* (Y) secara simultan dan signifikan terhadap variabel penjualan *salesperson* (Z)

H_a = Ada pengaruh atau kontribusi antara variabel motivasi kerja (X_1), kompetensi individu (X_2) dan kinerja *salesperson* (Y) secara simultan dan signifikan terhadap variabel penjualan *salesperson* (Z)

Dari hasil uji signifikansi pada tabel 4 diperoleh nilai Sig. Sebesar 0.000. Jika dibandingkan dengan $\alpha = 0.05$, maka nilai Sig lebih kecil dari α ($\text{Sig} \leq \alpha$) yaitu $0.000 \leq 0.05$ yang artinya H_o ditolak atau H_a diterima. Oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan. Besarnya pengaruh variabel X_1 , X_2 dan Y secara simultan terhadap variabel Z dapat diketahui dengan melihat nilai R^2 pada tabel 4.25 bahwa $R^2 = 0.636 = 63,6\%$. Dan besarnya pengaruh variabel lain yang mempengaruhi nilai variabel Z diluar penelitian ini adalah sebesar 36,4 %. Sementara itu, besarnya koefisien jalur bagi variabel lain diluar penelitian yang mempengaruhi nilai dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut :

$$\sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,636} = 0,603$$

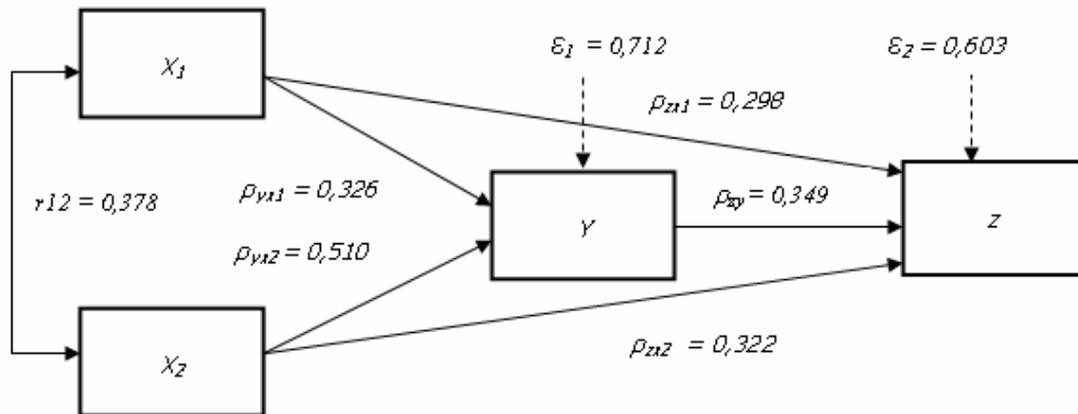
Tabel 6 *Coefficients Sub-struktur 2*

Coefficients (a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.955	.872		-2.242	.034
MotivasiKerja	.503	.235	.298	2.145	.041
KompetensiIndividu	.501	.238	.322	2.100	.046
KinerjaSalesperson	.666	.317	.349	2.104	.045

a. Dependent Variable: Penjualan *Salesperson*

Berdasarkan tabel 6 persamaan struktural sub-struktur 2: $Z = 0,298 X_1 + 0,322 X_2 + 0,349 Y + 0,603\epsilon_2$



Gambar 2 Struktur pengaruh X_1 , X_2 , Y , dan Z beserta Koefisien Jalur

Tabel 7 Rangkuman Pengaruh Motivasi Kerja (X_1) dan Kompetensi Individu (X_2) terhadap Kinerja *Salesperson* (Y) dan Dampaknya terhadap Penjualan *Salesperson* (Z) Secara Simultan dan Parsial

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kausal			Pengaruh Bersama
	Langsung	Tidak Langsung Melalui Variabel Y	Total	
X_1 terhadap Y	0,326	-	0,326	-
X_2 terhadap Y	0,510	-	0,510	-
X_1 terhadap Z	0,298	$0,326 \times 0,349 = 0,113774$	0,411774	-
X_2 terhadap Z	0,322	$0,510 \times 0,349 = 0,17799$	0,49999	-
Y terhadap Z	0,349	-	0,349	-
ϵ_1	0,712	-	-	-
ϵ_2	0,603	-	-	-
X_1 dan X_2	-	-	-	0,492
X_1, X_2, Y	-	-	-	0,636

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

Berdasarkan hasil keseluruhan kontribusi variabel motivasi kerja (X_1) dan kompetensi individu (X_2) terhadap kinerja *salesperson* (Y) dan dampaknya terhadap penjualan *salesperson* (Z) dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, motivasi kerja (X_1), kompetensi individu (X_2), dan kinerja *salesperson* (Y) mempunyai kontribusi sebesar 30,7 % terhadap penjualan *salesperson* (Z), dan sisanya sebesar 60,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar hasil penelitian. Kedua, setiap peningkatan (penurunan) penilaian motivasi kerja (X_1) sebesar 1 (satuan skala penilaian), maka nilai penjualan *salesperson* (Z) akan bertambah (berkurang) sebesar 0,412. Ketiga, setiap peningkatan (penurunan) penilaian kompetensi individu (X_2) sebesar 1, maka nilai penjualan *salesperson* (Z) akan bertambah (berkurang) 0,499. Keempat, setiap peningkatan (penurunan) penilaian kinerja *salesperson* (Y) sebesar 1, maka nilai penjualan *salesperson* (Z) akan bertambah (berkurang) 0,349.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Motivasi kerja dan kompetensi individu berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja *salesperson* baik secara simultan dan parsial. Motivasi kerja, kompetensi individu dan kinerja *salesperson* berkontribusi secara signifikan dan positif terhadap penjualan *salesperson* baik secara simultan maupun parsial.

Dengan memperhatikan hasil analisis dan pembahasan, maka saran-saran yang dapat direkomendasikan kepada *Ray White* Cengkareng adalah. Sebaiknya motivasi kerja *salesperson* terus ditingkatkan dengan meningkatkan aspek-aspek yang menunjang motivasi kerja *salesperson* tersebut. Misalnya dengan menciptakan kondisi kantor yang nyaman, imbalan harus sesuai dengan hasil kerja yang dilakukan. Sebaiknya kompetensi individu terus ditingkatkan dengan cara *training*, seminar, dan lain-lain yang menunjang peningkatan kompetensi individu tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajiyasa, A., dan Bastian. (2007). Pengaruh motivasi dan kompensasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Telaah Manajemen*, 2 (1), Mei 2007.
- As'ad, M. (2002). *Psikologi industri seri ilmu sumber daya manusia*, Yogyakarta: Liberty.
- Asnawi, S. (2002). *Kinerja karyawan*, Jakarta: Grafindo.
- Fachrunnisa, O. (2004). Peningkatkan motivasi dan kinerja karyawan melalui evaluasi kinerja 360 derajat. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 3, (3), Desember 2004.
- Hasibuan, M. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran; edisi millennium*, jilid pertama dan kedua, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran*, edisi kesebelas, jilid pertama dan kedua, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, E. A., dan Riduwan. (2007). *Cara menggunakan dan memaknai analisis jalur (path analysis)*, Bandung: Alfabeta.
- Malthis, R. L., dan John H. J. (2005). *Manajemen sumber daya manusia*, Jakarta: Erlangga.
- Robbins, C. (2005). *Managementerial*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Robbins, S. (2002). *Perilaku organisasi*, Jakarta: Tema Baru.
- Sekaran, U. (2006). *Research methods for business*, Jakarta: Salemba empat.
- Simanjuntak, P J. (2005). *Manajemen dan evaluasi kinerja*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Sistaningrum, W. (2002). *Manajemen penjualan produk*, Jakarta: Kanisius.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi pemasaran*, jilid kedua, Yogyakarta: Andi.

Winardi. (2004). *Motivasi dan pemotivasian dalam manajemen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.