BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Perusahaan

1. Profil Perusahaan

PT. Infopromo Citisetia berdiri pada tanggal 11 Desember 1995 yang dimana awalnya merupakan bagian dari PT. Infobest Group suatu perusahaan yang bergerak dibidang *Sales Agency, outsourching service, courier service, mail order*, dan *merchandising*. PT. Infopromo Citisetia telah bekerja sama dengan Bank-bank terkemuka di Indonesia dan salah satunya adalah Bank Cimb Niaga yang sudah bekerja sama hampir kurang lebih 20 tahun lamanya yang berlokasi di Ruko Taman Pondok Indah A-18 LT 3, Jl. Raya Wiyung Surabaya 60228.

Berpengalaman sebagai *outsourching service agency* dan *network* di seluruh Indonesia serta didukung SDM terlatih, manajemen yang baik, dan teknologi informasi telah menjadikan PT. Infopromo Citisetia sebagai salah satu perusahaan *Outsourching* yang dapat diandalkan. Perusahaan-perusahaan terkemuka di bidang perbankan, asuransi dan investasi telah mempercayakan dalam hal yaitu meningkatkan penjualan produknya melalui penyediaan : *Area Sales Manager, Sales Supervisor, Team Leader, Account Executive, Direct Sales, Telesales, sales marketing* dan *Telemarketing.*

Meningkatkan kualitas pemrosesan dan layanan melalui penyediaan yaitu *Call Center Staff, Frontliner Staff, Administration Staff,*

Colecction Staff, ATM Monitoring Staff, Service Assistant, Messenger, Cleaning Service, Driver, Security dan *Courier*. Untuk menjadi yang terbaik perlu pengelolaan secara profesional dan berkesinambungan dengan menetapkan strategi sebagai berikut :

a. Personal (kuat, terampil, dan profesional)
b. *Recruitment & Training* (pelatihan/pembekalan)
c. *Trust* (menjunjung tinggi kepercayaan)
d. *Motivational Program* (penghargaan)
e. *Monitoring* (menghindari *fraud*)
f. *Inovatif* (pembaruan)

2. Visi dan Misi Perusahaan

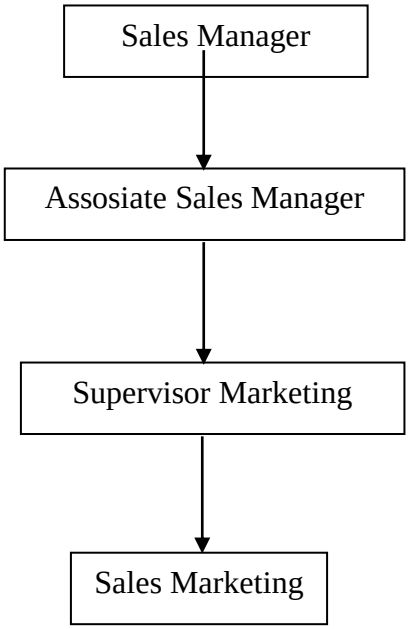
Visi :

a. Menjadi perusahaan jasa *Outsourching* terbaik dan terpercaya.
b. Menciptakan kesempatan kerja yang seluas-luasnya .
c. Menciptakan sumber daya manusia yang handal dan terampil dalam memanfaatkan kesempatan kerja yang ada.

Misi :

a. Membentuk tim yang mampu memenuhi kebutuhan klien.
b. Membuka kesempatan kerja baru.
c. Mengadakan seminar, *training*, dan *workshop*.

3. Struktur Organisasi Bagian Sales Marketing PT. Infopromo Citisetia



Gambar 4.1 Struktur Organiasi Bagian Sales Marketing PT. Infopromo Citisetia
Sumber : PT. Infopromo Citisetia

Dari gambar di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Job Description* Sales Manager :

1. Memastikan tim penjualan untuk mencapai target penjuaan se-nasional
2. Mengembangkan rencana penjualan dan strategi penjualan
3. Mempertahankan produktivitas penjualan
4. Mempertahankan : 2 in-house CSE (penjualan *Card Executive*) di Jakarta dan Surabaya

b. *Job Description* Assosiate Sales Manager

1. Memastikan tim penjualan untuk mencapai target sasaran kartu kredit nasional
2. Mengembangkan rencana penjualan dan strategi penjualan
3. Mempertahankan produktivitas *sales marketing.*

4. Mempertahankan tim *leader* dan *sales marketing*
5. Memonitoring *report* pencapaian target sales marketing.

c. *Job Description* Supervisor Marketing

1. Men-supervisi aplikasi yang akan diproses
2. Mengkoordinir tim penjualan, agar dapat meningkatkan penjualan dan apakah penjualan sesuai target
3. Membuat strategi-strategi penjualan dan mensosialisasikan kepada *team sales.*
4. Membantu tim sales dan memberikan pelatihan dalam mencari, melayani dan memaintain nasabah
5. Memonitoring aktivitas *team sales*
6. Membantu mengatasi permasalahan *team sales* dan ikut melakukan atau mendampingi presentasi *team sales* jika diperlukan.

d. *Job Description* Sales Marketing

1. Mengecek kelengkapan aplikasi dan dokumen yang akan diproses
2. Mengelola data nasabah yang sudah mengajukan permohonan kartu kredit
3. Memastikan tercapainya target penjualan kartu kredit
4. Memberikan kualitas layanan terbaik dan informasi produk yang memadai kepada nasabah
5. Menjaga hubungan baik dan memberikan solusi perbankan yang tepat kepada nasabah
6. Menjalankan wewenang dan tanggung jawab sebagai sales marketing.

B. Deskripsi Hasil penelitian

1. Stres Positif Karyawan Sales Marketing PT. Infopromo Citisetia

Berdasarkan hasil observasi pada karyawan sales marketing PT. Infopromo Citicetia mempunyai beberapa tim kerja yang mana dituntut untuk menyelesaikan target setiap bulannya. Menyelesaikan suatu pekerjaan atau target tersebut terkadang bisa membuat karyawan sales marketing menjadi stres. Banyak faktor yang menimbulkan stres pada karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Berikut hasil wawancara dengan beberapa karyawan sales marketing terkait dengan stres yang mempengaruhi pekerjaannya :

> Sangat banyak sekali, yang pertama pribadi mbak, stres pribadi. Contohnya : yang pertama beban pikiran mbak ya...banyak pikiran...
>
> W/03/Stres/F1P-55

Stres juga dialami oleh bapak Dendy Kustiawan, yaitu :

> Banyak..yang lebih utama sich kadang ke faktor pribadi. Misalnya kalau faktor pribadi itu mungkin kita mikirin anak itu juga pengaruh stres juga, terus mikirin kebutuhan anak stres juga ya, kadang istri juga kalau nggak bisa diatur juga stres juga itu sangat pengaruh di pekerjaan mbak. .
>
> W/04/Stres/F1P-82

Stres yang timbul dari faktor pribadi juga dialami oleh seorang sales yang bernama Indah Sudarwati :

> Faktor pribadi ya, misalnya mungkin ada masalah keluarga atau masalah yang intern dalam keluarga juga bisa.
>
> W/05/Stres/F1P-109

Selain dari faktor pribadi, stres juga timbul dari faktor lingkungan eksternal, misalnya yang diutarakan oleh beberapa sales berikut ini :

> Kalau biasanya sich dari lingkungan juga bisa, faktor dari eksternal ya, kalau pribadi itu harus di *gape.*
>
> W/06/Stres/F1P/132

Stres dari faktor pribadi dan lingkungan juga dialami oleh sales yang bernama bapak Bambang Soetedjo :

> Bisa pribadi, bisa lingkungan, bisa untuk waktu di dalam pekerjaan juga bisa.
>
> W/07/Stres-P/F1P-159

> Kalau lingkungan biasanya itu faktor itu ya..persaingan anatara sales dengan *leader-leader* itu.
>
> W/07/Stres-P/F1P/-160

Hal sependapat juga disampaikan oleh sales marketing yang bernama Herry poerwono :

> Biasanya sich faktor pribadi ya, bisa faktor lingkungan juga, bisa faktor keuangan bisa, keluarga juga bisa mbak. Kalau lingkungan biasanya persaingan mbak, persaingan dengan sales bank lain dan c*ompetitor* marketing lain gitu..
>
> W/08/Stres-P/F1P-185

Begitu pula yang disampaikan oleh saudari Tri Wulandari :

> Ya semua itu pasti berpengaruh ya..kadang-kadang kita itu ada faktor pribadi sehingga membawa pengaruh ke kerjaan, misalnya kalau secara pribadi kan harusya memang *endak* bisa dicampur adukkan dengan pekerjaan, tapi kalau masalah kerjaan itu sendiri stres nya itu biasanya paling ya kurang target, mungkin kita ada *competitor* sama sales-sales lain, dari bank lain.
>
> W/09/Stres/FIP-P-215

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan sales marketing faktor stres yang paling dominan dialami adalah faktor pribadi

dan faktor lingkungan. Faktor pribadi, misalnya masalah pribadi itu sendiri, masalah keuangan dan masalah keluarga, sedangkan faktor lingkungan adalah persaingan antar sales marketing dengan perusahaan/bank lain.

Banyak cara pula yang dilakukan oleh karyawan tersebut untuk mengubah stres negatif menjadi stres positif. Masing-masing *sales* punya *mindset* masing-masing dalam mengubah stres negatif nya. Berikut wawancara dengan beberapa para sales marketing dalam hal menciptakan stres positif nya:

> Ya...dibuat *refreshing* mbak, buat jalan-jalan biar hilang mbak.
>
> W/03/Stres-P/F1P-56

Saudara Dwi Ferdianto menambahkan :

> Stres negatif kita hindari mbak dengan cara kita berpikir gimana caranya kita punya *mindset* yang positif, biar ke depannya bagus mbak untuk bekerja.
>
> W/03/Stres-P/F1P-59

Berbeda lagi yang disampaikan oleh saudara Dendy Kustiawan dalam mengubah stres negatifnya :

> Ya...yang pertama supaya kita positif itu kita harus bagaimana caranya kita harus tetep inget sama target, kita membedakan antara kepentingan pribadi sama kepentingan pekerjaan, ya..kita harus profesional mbak seperti itu..
>
> W/04/Stres-P/F1P-83

> Mengubahnya ya...kita harus kembali lagi ke komitmen, ya kalau komitmen itu kita bisa *enggak* bisa bagaimana caranya kita harus tanggung jawab sama kerjaan kita yang akhirnya yang dulunya negatif akhirnya menjadi positif seperti itu.
>
> W/04/Stres-P/F1P-86

Bu Indah Sudarwati salah seorang marketing punya cara tersendiri dalam mengubah stres negatif nya yaitu

> Yang pertama diselesaikan dulu masalahnya setelah itu, kalau sudah ketemu jalan keluarnya, ya..bisa dikelola stres nya. Jadi, gini saja dicari solusinya dulu biar stres nya hilang, masalah hilang.
>
> W/05/Stres-P/F1P-109

> Kalau stres negatif itu, misalkan kalau saya sich gangguan dari luar faktor lingkungan, misalnya persaingan antar *sales* itu ya perolehan aplikasi atau apa kalau buat saya pribadi itu jadi pemicu supaya kita jadi lebih baik gimana caranya kita dapat mengimbangi atau paling *enggak* setara dengan perolehan mereka.
>
> W/05/Stres-P/F1P-112

Cara yang berbeda pun disampaikan oleh sales marketing Padma Widyamaharti dalam mengubah stres negatif nya :

> Satu, aku harus bergaul dengan orang-orang yang selalu berpikiran positif dan selalu *upgrade* ilmu dan baca buku kan nanti kita ada inspirasi-inspirasi yang kita *enggak* pernah tahu terus yang paling penting yang perlu itu adalah *goal*. Jadi, setiap tahun kita pasti punya *goal*, *goal* kita seperti apa.
>
> W//06/Stres-P/F1P-135

Dalam wawancaranya dia juga menambahkan untuk mengubah stres yang negatif :

> Ya..kegiatan yang harus produktif. Jadi, setiap waktu harus ada manajemen waktu yang baik, di *breakdown* waktunya hari ini kita mengerjakan apa, hari ini mengerjakan apa. Jadi, artinya stres negatif itu akan hilang dengan sendirinya.
>
> W/06/Stres-P/F1P-136

Menurut Bapak Bambang Soetedjo juga mempunyai cara tersendiri dalam mengubah stres negatif menjadi stres positif yaitu :

> Bisa buat *refreshing*, jalan-jalan, nonton, atau nongkrong, kumpul dengan *temen*..jalan-jalan gitu saja.
>
> W/07/Stres-P/FIP-161

Hal sependapat juga disampaikan oleh sales marketing Herry Poerwono :

> Ya kita berpikir positif saja mbak, buat *refresing* gitu ya..nonton atau kesibukan gitu.
>
> W/08/Stres-P/FIP-189

Melalui wawancara, ada berbagai cara yang dilakukan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku *Assosiate Sales Manager* dalam menghindarkan permasalahan stres negatif menjadi positif, salah satunya yaitu :

> Misalnya aja *refreshing*. Kan marketing itu kan otaknya penuh gimana caranya untuk mencapai target nich ..terus ketemu dengan nasabah itu jenuh kan, *refreshing* itu *enggak* perlu biaya mahal sich kebanyakan kalau marketing disini tuch kebanyakan mungkin karaoke, atau makan-makan *bareng*, kayak gitu...
>
> W/01/Stres-P/F1P-07

Berdasarkan data hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mengatasi atau menghindarkan dari stres negatif di dalam pekerjaan, sales marketing melakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan selalu berpikiran positif, komitmen dengan pekerjaan, membaca buku, harus punya *goal* yang jelas, bisa membagi waktu dan melakukan kegiatan yang produktif. Upaya mengatasi permasalahan stres negatif, perusahaan sendiri juga sering mengadakan *refreshing* atau kegiatan-kegiatan lainnya dalam upaya menjauhkan permasalahan stres negatif karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia.

Stres positif berhubungan dengan hal-hal yang positif yang dilakukan oleh sesorang dalam mengelola stres nya. menurut Ibu Kartika Ardiagarini selaku *Assosiate Sales Manager* dalam wawancaranya berpendapat bahwa :

> Stres positif itu adalah hal-hal yang memicu seseorang untuk melakukan hal-hal yang bersifat positif. Misalnya, ini kan *divisi marketing* ya sun..Jadi, kalau untuk marketing itu kan mereka mengejar insentif, untuk dapat insentif banyak berarti mereka harus mencapai target. Nah... gimana caranya supaya target tercapai dan ujung-ujungnya insentifnya itu keluar banyak. Jadi, mereka perlu mengelola stres yang ada di dalam pikiran mereka, jadi harus positif jangan negatif.

W/01/Stres-P/FIP-01

Banyak cara dari masing-masing karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia dalam mengelola stres positif nya tersebut. Berikut wawancara nya dengan beberapa sales :

> Dibuat pijet mbak refleksi, santai, nonkrong, kembali *fresh* lagi mbak.

W/03/Stres-P/FIP-58

Menurut Bpk Dendy Kustiawan senior marketing mempunyai cara tersendiri untuk mengelola stres positif nya adalah dengan cara :

> Ya pertama itu ya, kita harus ini mbak apa namanya ingat sama target, kalau kita ingat sama target juga kita harus berpikirnya positif supaya kita tidak pengaruh di pekerjaan kita, gitu.

W/04/Stres-P/FIP-85

Indah Sudarwati yang juga seorang karyawan sales marketing mengutarakan pendapatnya :

> Stres positif kalau mau mengelolanya itu ya satu ya kita harus punya motivasi yang tinggi, harus punya tujuan , harus punya

> *goal* yang jelas, mau kemana kita ya, kerja ini mau dibawa kemana, harus ada cita-cita yang gimana.
>
> W/05/Stres-P/FIP-111

Sependapat yang disampaikan oleh saudari Parma Widyamaharti :

> Itu gampang..pertama kita harus tenangkan pikiran, kita langsung sosok hadirkan kembli *goal* kita apa, kita akan ingatkan kembali dengan cara ya pasti kita ada pasang *goal-goal* nya apa-apa.
>
> W/06/Stres-P/FIP-137

Selanjutnya menurut Bambang Soetedjo yang juga senior marketing PT. Infopromo Citisetia mengatakan :

> Ya tetep semangat dalam bekerja, pokok nya ya kita *tetep* memotivasi diri sendiri.
>
> W/07/Stres-P/FIP-163

Herry Poerwono mempunyai cara tersendiri dalam mengelola stres positif nya yaitu dengan cara :

> Bisa buat *refreshing*, jalan-jalan, nonton, atau nongkrong, kumpul dengan *temen*..jalan-jalan gitu saja.
>
> W/08/Stres-P/FIP-188

Data di atas dapat disimpulkan, bahwa sales marketing mempunyai cara masing-masing dalam mengelola stres positif nya. Misalnya, selalu ingat akan target yang ditetapkan oleh perusahaan, punya motivasi, punya *goal* (tujuan), punya semangat dalam bekerja dan melakukan *refreshing.*

Hal tersebut dibenarkan oleh Ibu Kartika Ardiagarini Selaku Assosiate Sales Manager, bahwa seorang sales marketing harus mampu mengelola stres nya agar tidak mengganggu pekerjaan yaitu dengan cara :

> Untuk mengelolanya yang utama dia harus punya komitmen, selain komitmen tentu dia harus punya semangat, motivasi dan juga impian. Impian itu soalnya penting.

W/01/Stres-N/FIP-05

Selain mengubah *mindset* dari hal-hal negatif menjadi positif dan mengelola stres positif, penting bagi seorang sales marketing dalam mempertahankan atau menjaga stres positifnya untuk mencapai target. Berikut hasil wawancara dengan beberapa sales dalam mempertahankan stres positif nya, misalkan seperti yang disampaikan oleh saudara Dwi Ferdianto senior sales marketing yaitu :

> Yang pertama ya kita dengan pola makan yang sehat dulu mbak, kurangi beban pikiran ya...Jadi, kita bisa berpikir dengan positif gitu saja mbak.

W/03/Stres-P/F1P-60

Selanjutnya menurut saudari Indah Sudarwati :

> Ya.. yang pertama harus punya tujuan yang jelas, harus punya motivasi yang tinggi *nggak* pantang menyerah.

W/05/Stres-P/F1P-113

Kemudian menurut Ibu Padma Widyamaharti :

> Disiplin, terutama disiplin tentang waktu, yang kedua *attitude*, yang ketiga memang kita harus mengerjakan satu hal yang berkualitas. Artinya, kita bisa *enggak* boleh membuang waktu. Jadi, kalau kualitas waktu itu harus dijaga.

W/06/Stres-P/F1P-139

Menurut Bapak Bambang Soetedjo yang juga karyawan sales marketing dalam wawancaranya :

> Kita harus berkomitmen, tetap fokus, untuk kita mencapai suatu target.

W/07/Stres-P/F1P-165

Hal sependapat juga disampaikan oleh Herry Poerwono :

Tetep fokus mbak pada target, ya..menggapai impian.

W/08/Stres-P/F1P-190

Impian nya beli rumah, beli mobil, jalan-jalan keluar negeri, *pengen* punya usaha.

W/08/Stres-P/F1P-191

PT. Infopromo Citisetia mempunyai cara tersendiri dalam upaya menjaga stres positif karyawan sales marketing. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales Manager sebagai berikut :

Yang pertama sich sering ngadain pelatihan kerja ya, ngasih motivasi itu penting, ngasih semangat kemudian mungkin saling interaksi ke *sales* apa sich kebutuhan yang mereka butuhin untuk mencapai target, komunikasi yang paling penting ini sun...

W/01/Stres-P/F1P-08

Selanjutnya menurut Ibu Dwiana Latifayanti selaku supervisor marketing dalam wawancaranya juga menjelaskan :

Nah..kita harus, gini.. kita harus ada komunikasi dengan sesama *sales*. Jadi, bagaimana ya ..bagaimana untuk meningkatkan supaya kita bisa mencapai target, nah..keluh kesahnya mungkin ada kendalanya apa kalau kita lagi di lapangan, gitu itu kita juga harus *sharing* juga...

W/02/Stres-P/F1P-34

Sharing nya dengan atasan bisa, dengan supervisor atau mungkin dengan level atasan supervisor ada level lagi ASM.

W/02/Stres-P/F1P-35

Data wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak hal yang harus dilakukan oleh seorang karyawan sales marketing agar tetap menjaga stres positif nya dalam menjalankan pekerjaan yaitu

misalkan dengan pola makan yang teratur, mengurangi beban pikiran, sering *refreshing*, harus punya tujuan yang jelas, punya motivasi yang tinggi, tidak boleh menyerah, dan disiplin dalam hal waktu. Perusahaan sendiri juga sudah memberikan pelatihan kerja, memberikan semangat serta sering melakukan komunikasi dengan sales marketing agar stres positifnya tetap terjaga dengan baik dalam upaya pencapaian target.

2. Kinerja Karyawan Sales Marketing PT. Infopromo Citisetia

Berdasarkan teori ada empat faktor yang bisa menciptakan tantangan kerja yang dinilai mampu dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan. Faktor tantangan kerja tersebut adalah kecepatan kerja, beban kerja, kompleksitas kerja, dan tanggung jawab kerja.

a. Kecepatan Kerja

Memberikan tantangan kerja dinilai mampu mendorong individu dalam menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Misalkan memberikan target setiap bulan kepada masing-masing sales marketing. Menurut Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales Manager menyatakan bahwa memberikan tantangan kerja mempengaruhi kinerja karyawan sales marketing, seperti dalam wawancara berikut ini :

Sangat berpengaruh sekali..

W/01/Kinerja-K/F2P-12

Selanjutnya Ibu Kartika Ardigarini juga menambahkan bahwa memberikan tantangan sudah sesuai dengan pekerjaan masing-masing sales marketing :

> Ya..sudah sesuai, itu ditunjukkan sama *performance* mereka, *performance* nya mereka itu kalau kita penilaian itu dua bulan berturut-turut dan itu yang akan menunjukkan level mereka.
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-11

Pekerjaan yang menjadi tertantang bagi seorang karyawan sales marketing adalah ketika pada saat mencari aplikasi/nasabah. Seperti yang disampaikan oleh saudara Dwi Ferdianto dalam wawancara berikut ini :

> Mencari *customer*...
>
> W/03/Kinerja-K/F2P-67

Selanjutnya menurut bapak Dendy Kustiawan bahwa yang membuat tertantang adalah :

> Ya tertantang nya itu dengan target, target semakin tinggi kan kita semakin tertantang, kalau kita sudah menenuhi target kan otomatis kita ada kepuasan mbak gitu ya.
>
> W/04/Kinerja-K/F2P-94

Saudara Hery Poerwanto sependapat dengan teman-teman sales lainnya :

> Oh..ya pasti mbak.. tertantang karena mencari *customer kan*, kita harus target kan..merasa tertantang kan..
>
> W/08/Kinerja-K/F2P-197
>
> Mengejar target mbak, mencari aplikasi..
>
> W/08/Kinerja-K/F2P-198

Saudari Tri Wulandari juga sependapat :

> Ya..karena kan setiap bulan kita harus bisa mencapai target itu, nah..gimana cara kita supaya bisa mencapai target itu yang menjadi tantangannya karena kan posisi sekarang juga *competitor* banyak ya mbak ya, dari *sales* bank-bank lain juga secara banknya dan *sales* juga banyak ya itu tantangannya disitu.
>
> W/09/Kinerja-K/F2P-227

Karyawan sales marketing sudah melaksanakan/menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu, itu terbukti dari pencapaian target setiap bulannya, berikut wawancara dengan seorang sales marketing, menurut Dwi Ferdianto terkait pencapaian target yang didapat setiap bulannya :

Insyaallah sudah. Sangat..melebihi *overloud*

W/03/Kinerja-K/F2P-69

Selanjutnya menurut saudara Dendy Kustiawan :

Oh ya... tepat waktu saya...

W/04/Kinerja-K/F2P-96

Begitu pula yang diutarakan oleh saudari Indah Sudarwati

Insyallah sudah...

W/05/Kinerja-K/F2P-122

Selalu target setiap bulan juga dirasakan oleh Ibu Tri Wulandari :

Alhamdulilah selalu target mbak...

W/09/Kinerja-K/F2P-229

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan sales marketing menjadi tertantang dalam melakukan pekerjaannya adalah ketika dituntut harus memenuhi target setiap bulannya. Hampir setiap sales marketing sudah menyelesaikan target nya dengan waktu. Apabila sudah memenuhi target setiap bulannya, sales marketing akan mendapatkan bonus sesuai dengan *performance* nya.

b. Beban Kerja

Karyawan sales marketing sudah menempati posisi jabatan berdasarkan kemampuan kerjanya, sehingga tidak merasa terbebani untuk

menyelesaikan pekerjaannya, seperti yang disampaikan oleh ibu Kartika Ardiagaini :

> Sudah..sudah sesuai. Pada saat mereka masuk kita harus melakukan *interview* dan di awal *rekruitment* itu ada beberapa form yang harus diisi ya semacam penilaian, baik itu *performance*, juga sikap, itu sich...Jadi, bisa ketahuan dari situ.
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-10

Berikut beberapa alasan yang disampaikan oleh beberapa karyawan sales marketing terkait dengan tugas-tugas yang dibebankan :

> Tidak ada mbak...karena uang...karena komisinya banyak mbak marketing mbak...
>
> W/03/Kinerja-K/F2P-68

Selanjutnya menurut bapak Dendy Kustiawan karyawan sales marketing mengatakan :

> Ya *enggak* juga sich mbak, karena kalau kita kerjanya kita maksimal, kita targetnya tercapai, komisinya juga banyak soalnya mbak.
>
> W/04/Kinerja-K/F2P-95

Bapak Bambang Soetedjo yang juga karyawan sales marketing berpendapat :

> *Endak* mbak..karena kita kan sesuai dengan target mbak gitu..
>
> W/07/Kinerja-K/F2P-173

Begitu pula dengan pendapatnya Bapak Herry Poerwono yang juga karyawan sales marketing :

> *Enggak*..karena memang ini kan *job desk* kita kan. Kan harus dijalani sesuai dengan posisi kita, oleh status kita sebagai marketing kan.
>
> W/08/Kinerja-K/F2P-201

Selanjutnya menurut Ibu Tri wulandari :

Enggak..selama kita melakukan hal itu dengan positif dan yakin itu tidak ada beban mbak.

W/09/Kinerja-K/F2P-228

Selain beban kerja, posisi jabatan sales marketing juga sudah berdasarkan kemampuan masing-masing dari sales marketing, berikut wawancara dengan beberapa karyawan sales marketing terkait dengan posisi yang diterimanya. Menurut bapak Dwi Ferdianto :

Sangat sesuai...

W/03/Kinerja-K/F2P-63

Level senior marketing eksekutif..

W/03/Kinerja-K/F2P-64

Begitu juga yang disampaikan oleh saudara Dendy Kustiawan :

Ya, alhamdulilah sudah sesuai mbak..

W/04/Kinerja-K/F2P-90

level senior marketing eksekutif...

W/04/Kinerja-K/F2P-91

Ibu Indah Sudarwati juga menyampaikan :

Insyallah sesuai..

W/05/Kinerja-K/F2P-116

Staff marketing eksekutif.

W/05/Kinerja-K/F2P-117

Menurut bapak Bambang Soetedjo :

Ohh..sesuai ..sesuai mbak.. sesuai sekali

W/07/Kinerja-K/F2P-169

Senior marketing eksekutif..

W/07/Kinerja-K/F2P-168

Berdasarkan data wawancara di atas, karyawan sales marketing tidak merasa terbebani menjalankan pekerjaannya. Penentuan posisi jabatan sudah dilakukan di awal *recruitment*. Sales marketing pun mempunyai alasan masing-masing terkait dengan beban kerja yang menjadi tantangannya, misalnya karena komisinya besar, target sudah berdasarkan kemampuan kerja seorang sales, sudah berdasarkan *job desk* nya, dan yakin melakukan hal-hal yang positif sehingga tidak akan menjadi beban.

c. Kompleksitas Kerja

Dalam menjalankan pekerjaan, terkadang karyawan sales marketing pernah mengalami kesulitan atau kendala dalam menyelesaikan target setiap bulannya, seperti yang disampaikan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales manager :

> Pasti pernah lah yang namanya kerjaan, nah..tapi gimana caranya kita memberikan solusi yang penting kayak tadi sun..komunikasi..Nah, kalau ada komunikasi kita kan ada *input*-tan buat mereka, ada masukan, atau ada saran. Jadi, lagi-lagi kembali ke stres positif. Jdi, stres negatif yang tadi kita rubah menjadi ke stres yang positif. Tujuannya Apa? Agar kinerja tetap stabil.
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-14

> Kalau temen-temen sales disini sich kesulitannya adalah pada saat mencari aplikasi. Nah, seperti apa sich pada saat mereka jualan, *bisa kanvasing*, bisa pameran, gitu...
>
> W/01/Kinerja-k/F2P-15

> Kalau menghadapi permasalahan tetep seperti yang tadi kita awal bilang ya. Komunikasi itu penting, dari komunikasi nanti kita bisa *coaching* mereka. *Coaching* nya seperti apa itu kita nanti bisa mencari jalan keluarnya bersama-sama, nah...agar tidak mengganggu pekerjaan mereka dan masalah itu ada solusinya.
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-16

Data wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa sales marketing sudah menempatkan posisi jabatannya ketika pada awal rekruitment. Kesulitan yang dihadapi oleh karyawan sales marketing dalam menyelesaikan pekerjaannya adalah pada saat ketika mencari aplikasi. Untuk mencari aplikasi tersebut bisa dengan cara *kanvasing* atau pameran. Selain itu, dalam menghadapi permasalahan tersebut, supervisor atau ASM melakukan komunikasi dengan antar sales marketing dan memberikan *coaching* agar permasalahan cepat selesai dan ada solusinya.

d. Tanggung Jawab Kerja

Berdasarkan dokumentasi dari perusahaan yang berupa peraturan-peraturan, karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia mempunyai tanggung jawab tentang hal-hal apa yang harus dikerjakan dan hal apa yang harus dihindari dalam melaksanakan pekerjaan.

Tabel 4.1
Tanggung Jawab Sales Marketing

DO	*DON'T*
✓ Jaga Integritas, bersikap jujur dan profesional dalam bekerja ✓ Lakukan *Dual Control* secara konsisten ✓ Pahami dan terapkan dengan baik. Kebijakan anti *fraud, Code of Conduct, kebijakan Whistle Blowing,* Kebijakan penegakan Disiplin dan penentuan sanksi atas pelanggaran serta kebijakan lain terkait pencegahan *fraud* ✓ Teliti dan verifikasi dokumen sebelum membubuhkan paraf/tanda tangan	☒ Berhutang di luar kemampuan ☒ Menerima Suap ☒ *Sharing password* ☒ Sengaja melanggar prosedur yang berlaku ☒ *Over Service* (pelayanan yang berlebihan)

Sumber : PT. Infopromo Citisetia

Menurut Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales Manager, mengatakan bahwa karyawan sales marketing sudah melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik, seperti wawancara berikut ini:

> Saya rasa sudah ya sun ya...terbukti itu *performance* mereka dua-tiga bulan berturut-turut selalu *achieve* selama *performance.*
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-13

Hal itu diperkuat kembali oleh Ibu Dwiana Latifayanti selaku supervisor marketing :

> Ya...iya...sudah melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik, nah...itu terbukti dengan *performance* nya masing-masing *sales*.
>
> W/02/Kinerja-K/F2P-41

Selanjutnya, Ibu Kartika Ardiagarini menambahkan lagi dalam wawancaranya :

> Bagus sich kalau kinerja yang sekarang apalagi kan kita rutin ada *coaching team* ya.. Jadi, ya nanti kita ada saling ngasih *take and give* masukan *input*, *coaching* itu perlu soalnya.
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-09

Ditambahkan pula oleh Bu Dwiana Latifayanti selaku supervisor marketing juga mengatakan bahwa :

> Kinerja marketing saat ini kalau memang ada *game-game*, marketing itu lebih ini kinerjanya lebih meningkat, seperti *game-game* itu ya kalau misalkan ada gini..misalkan dia sudah mencapai target berapa...dikasih *game* bonus gitu, Nah...kita disini biasanya *game-game* nya itu berupa *voucher*. Itu setiap satu semester itu ada *voucher-voucher*. Saat ini sudah mulai lumayan bagus dan itu dipengaruhi dengan perekonomian Indonesia juga kan, disini ini kan memang lagi bagus-bagusnya..

W/02/Kinerja-K/F2P-36

Berdasarkan data wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sales marketing sudah menjalankan tanggung jawabnya dengan baik. Itu dibuktikan dengan *performance* setiap bulan berturut-turut selalu *achieve* target dan sering dilakukannya *coaching team.* Tanggung jawab berkaitan dengan kinerja karyawan sales marketing, apabila tanggung jawabnya sudah dilakasanakan dengan baik secara otomatis kinerja karyawan marketing pun akan lebih meningkat jika setiap semester diberikan *voucher-voucher*/bonus tambahan atas *achievement* tersebut.

Menurut Ibu Kartika Ardiagarini kembali, dalam wawancaranya menyampaikan bahwa ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh seorang karyawan sales marketing agar tetap mempertahankan kinerja berkaitan dengan tanggung jawab kerja sales marketing yaitu

> Yang paling utama, dia itu harus punya komitmen, punya impian,. Nah..selain impian itu tadi dia harus punya semangat yang tinggi, kemudian motivasi dan yang paling penting nich..dia harus punya komitmen dari awal. Agar apa? agar tujuan yang mereka inginkan tadi bisa tercapai yaitu target. Target tercapai, insentif mereka yang dibawa pulang juga banyak. Bisa jadi menyenangkan keluarga ya ujung-ujungnya.
>
> W/01/Kinerja-K/F2P-17

Selanjutnya Ibu Dwiana Latifayanti juga menambahkan :

> Ya itu tadi..kita kan harus punya impian, kita harus punya cita-cita, kita bekerja, kita bekerja kan memang harus punya impian..kita harus ini nanti,, ya ini kita kerjanya harus bener-bener *prospek* kan gitu, jadi, untuk ke depannya bisa mencapai apa yang kita inginkan.. target itu tadi..
>
> W/02/Kinerja-K/F2P-45

Karyawan sales marketing pun mempunyai cara-cara tersendiri dalam mempertahankan kinerja yang berkaitan dengan tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaannya, seperti dalam wawancara berikut ini :

> Ya itu tadi harus semangat kita tetep inget target kita, komitmen, kita inget kebutuhan, ya..kita inget semuanya pokoknya seperti itu..

W/04/Kinerja-K/F2P-98

Menurut Ibu Indah Sudarwati dalam wawancaranya mengatakan :

> Harus punya cita-cita, motivasi yang tinggi, impian yang besar supaya tetep semangat kerja.

W/05/Kinerja-K/F2P-124

Selanjutnya menurut Ibu Padma Widyamaharti :

> Satu kita bangun pagi lebih awal, semangat, ucapkan syukur, selalu evaluasi apa yang sudah kita kerjakan apakah sudah sesuai dengan apa yang kita mau atau bagaimana. Terus yang paling penting komunikasi secara langsung dengan *leader*.

W/06/Kinerja-K/F2P-149

Bapak Bambang Soetedjo juga menambahkan :

> Ya kita harus kerja tepat waktu, trus kita juga harus me-*maintain* kita punya *customer*, kita harus punya mimpi.

W/07/Kinerja-K/F2P-176

Saudara Herry Poerwono memberikan pendapat :

> Kita harus *tetep* ketemu banyak orang, ya *tetep* belajar lagi, ikut-ikut *training*, baca buku.

W/08/Kinerja-K/F2P-203

Selanjutnya menurut saudari Tri Wulandari :

> ya..terus pokoknya *ndak* pernah berhenti, nyari terus...nyari terus...nyari *customer* nya mbak..

W/09/Kinerja-K/F2P-231

Kesimpulan dari data wawancara di atas bahwa karyawan sales marketing mempunyai cara tersendiri dalam mempertahankan kinerjanya berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab nya, seperti dengan komitmen, tujuan yang jelas, semangat yang tinggi, mengikuti *training*, membaca buku, mempunyai cita-cita dan impian, melakukan evaluasi serta melakukan komunikasi secara langsung dengan *leader*.

3. Peranan Stres Positif Dalam Peningkatkan Kinerja Karyawan Sales Marketing PT. Infopromo Citisetia

Stres positif tersebut menghasilkan positif yaitu kesejahteraaan, komitmen, *engagement*, dan *performance*. Hasil positif itu semuanya sangat berhubungan dan mempunyai pengaruh dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia, berikut yang diutarakan oleh Ibu Kartika Ardiagarini dalam wawancaranya :

> Kalau menurut saya sich semuanya berhubungan sekali, karena kenapa? karena bekerja kalau *enggak* ada semangat juga *enggak* bagus, tanpa adanya komitmen juga tidak akan menghasilkan *performance* yang bagus. Nah apalagi itu berhubungan dengan kesejahteraan ya tadi..nah itu juga pasti sangat berhubungan erat, jadi intinya seseorang itu harus punya semangat kerja yang tinggi, punya impian dan itu hasilnya pasti akan dirasakan oleh DRS tersebut atau marketing itu sendiri.
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-20

Begitu pula yang diutarakan Ibu Dwiana Latifayanti selaku supervisor marketing :

> Kalau menurut saya sich, yang sangat berpengaruh itu..ya semuanya..ya memang semuanya itu tadi..itu sangat ini ya.. kompleks memang itu kita harus komitmen itu tadi untuk mencapai apa yang kita inginkan.
>
> W/02/Peningkatan-K/F3P-48

Kesimpulan dari data wawancara di atas bahwa kesejahteraan, komitmen, *engagement*, dan *performance* berhubungan satu sama lain dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Stres positif perlu dikelola dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing agar hasil akhirnya bisa dinikmati oleh sales marketing itu sendiri.

a. Kesejahteraan

Hasil dari stres positif adalah kesejahteraan yang mana ada pengaruh terhadap upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing. Hasil dari kesejahteraan tersebut dapat dirasakan oleh karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Hal itu disampaikan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales Manager seperti berikut :

> Kalau saya lihat sejauh ini ya, dari *perfomance*-nya setiap bulan yang mereka dapatkan, itu insentif yang mereka bawa pulang, itu lumayan lho.Jadi, bahkan kalau menurut saya itu tingkat kesejahteraan mereka udah tinggi dan kalau saya lihat dari komunikasi ya dengan beberapa *sales* itu, mereka bahkan bisa meraih mimpi mereka. Misalnya, membelikan mungkin istri mereka mobil baru, kemudian ada yang sudah punya rumah, jadi kan tingkat kesejahteraan untuk keluarga juga bisa didapat.
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-21

Pendapat tersebut dipertegas kembali oleh Ibu Dwiana Latifayanti selaku Supervisor Marketing, mengatakan :

> Ya pasti lah mbak, pasti..disini itu kesejahteraan untuk masing-masing *sales* itu sangat meningkat sekali karena sudah banyak sekali *sales* itu yang sudah mencapai target. Jadi, banyak bonus-bonus yang dikeluarkan itu *buanyak* juga..
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-49

Peningkatan kinerja tersebut juga berpengaruh terhadap kesejahteraan karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Tebukti dari wawancara dengan beberapa karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia :

> Alhamdulilah sejahtera mbak, keluarga bahagia, *income* dari individu keluarga juga alhamdulilah lumayan banyak.
>
> W/03/Peningkatan-K/F3P-77

Hal sependapat juga disampaikan oleh Bapak Dendy Kustiawan seorang karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia:

> Amin amin...sudah...sudah sejahtera...
>
> W/04/Peningkatan-K/F3P-103

Pendapat tersebut dipertegas lagi oleh Ibu Indah Sudarwati yang juga karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia :

> Alhamdulilah sudah, paling *enggak* secara kebutuhan primer kita tercukupi, punya tabungan buat anak-anak sekolah, punya tabungan untuk masa tua, itu rasanya sudah cukup ya.
>
> W/05/Peningkatan-K/F3P-129

Begitu pula yang disampaikan oleh saudara Bambang Soetedjo selaku karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia mengatakan:

> Kalau dari segi ekonomi...sudah lumayan cukup mbak..
>
> W/07/Peningkatan-K/F3P-181

Selanjutnya menurut Ibu Tri Wulandari yang juga karyawan sales marketing :

> Ya pastinya ...ya Alhamdulilah semua kebutuhan keluarga kan bisa tercukupi mbak.

W/09/Peningkatan-K/F3P-236

Kesimpulan dari data wawancara di atas adalah bahwa hasil dari peningkatan kinerja karyawan adalah kesejahteraan yang mana yang mempunyai peranan penting bagi kelangsungan hidup seorang sales marketing dan itu sudah dirasakan oleh kayawan sales marketing dalam hal memenuhi kebutuhan ekonomi.

b. Komitmen

Peningkatan kinerja karyawan juga mempunyai pengaruh antara komitmen karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia terhadap perusahaan, seperti yang diutarakan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales Manager melalui wawancaranya :

> Sangat pasti itu....Alasannya adalah gini..bekerja dimanapun itu dibutuhkan komitmen karena kenapa? Karena Untuk mendapatkan *performance* yang baik itu diperlukan komitmen yang tinggi. Jadi, gini nich kalau misalnya kita *pengen performance* nya kita bagus, tapi kita *enggak* ada komitmen dari awal. Nah gimana kita bisa mencapai target/*performance* kalau kita *enggak* komitmen dari diri kita sendiri.

W/01/Peningkatan-K/F3P-22

Komitmen untuk mendapatkan *performance* yang baik berpengaruh terhadap kinerja sales marketing dalam upaya peningkatan kinerja, itu terbukti dari hasil wawancara dengan beberapa karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia sebagai berikut :

> Sangat...dengan loyalitas yang tinggi, punya komitmen terhadap pekerjaan, pasti akan berpengaruh terhadap kinerja. Kalau *enggak* ada komitmen *enggak* ada loyalitas ya rasanya

> nol, *enggak* mungkin..*enggak* mungkin, kalau misalkan bisa kinerja nya bisa meningkat itu cuma kebetulan saja..
>
> W/05/Peningkatan-K/F3P-130

Begitu juga menurut saudari Padma Widyamaharti karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia :

> ya ada. Kita tetep tergantung dari *mindset*. Kalau *mindset* seseorang itu sebagai *employer* atau karyawan ya maka akan gitu saja, tapi klo *mindset* kita bisnis maka kita selalu punya komitmen *enggak* peduli siang *enggak* peduli malam, hujan panas pkoknya hajar terus.
>
> W/06/Peningkatan-K/F3P-155

Selanjutnya menurut Bapak Bambang Soetedjo yang juga karyawan sales marketing mengatakan :

> Ya kita kan harus loyalitas, kan baru untuk mencapai target..kita harus ada loyalitas untuk kita kerjakan setiap harinya kalau tidak loyalitas kita *nggak* mungkin target setiap hari.
>
> W/07/Peningkatan-K/F3P-182

Begitu pula yang disampaikan oleh saudari Tri Wulandari :

> Ya itu sangat penting mbak..soalnya kalau kita inget target itu ya harus komitmen dari awal , kalau misalkan kita mencapai target otomatis komisinya kan banyak, berarti kebutuhan keluarga bisa tercukupi ya..
>
> W/09/Peningkatan-K/F3P-237

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa komitmen mempunyai peranan yang penting dalam upaya peningkatan kinerja karyawan, tanpa adanya komitmen atau loyalitas tidak mungkin seorang sales maketing akan menunjukkan *performance* yang baik dalam pencapaian targetnya.

c. *Engagement*

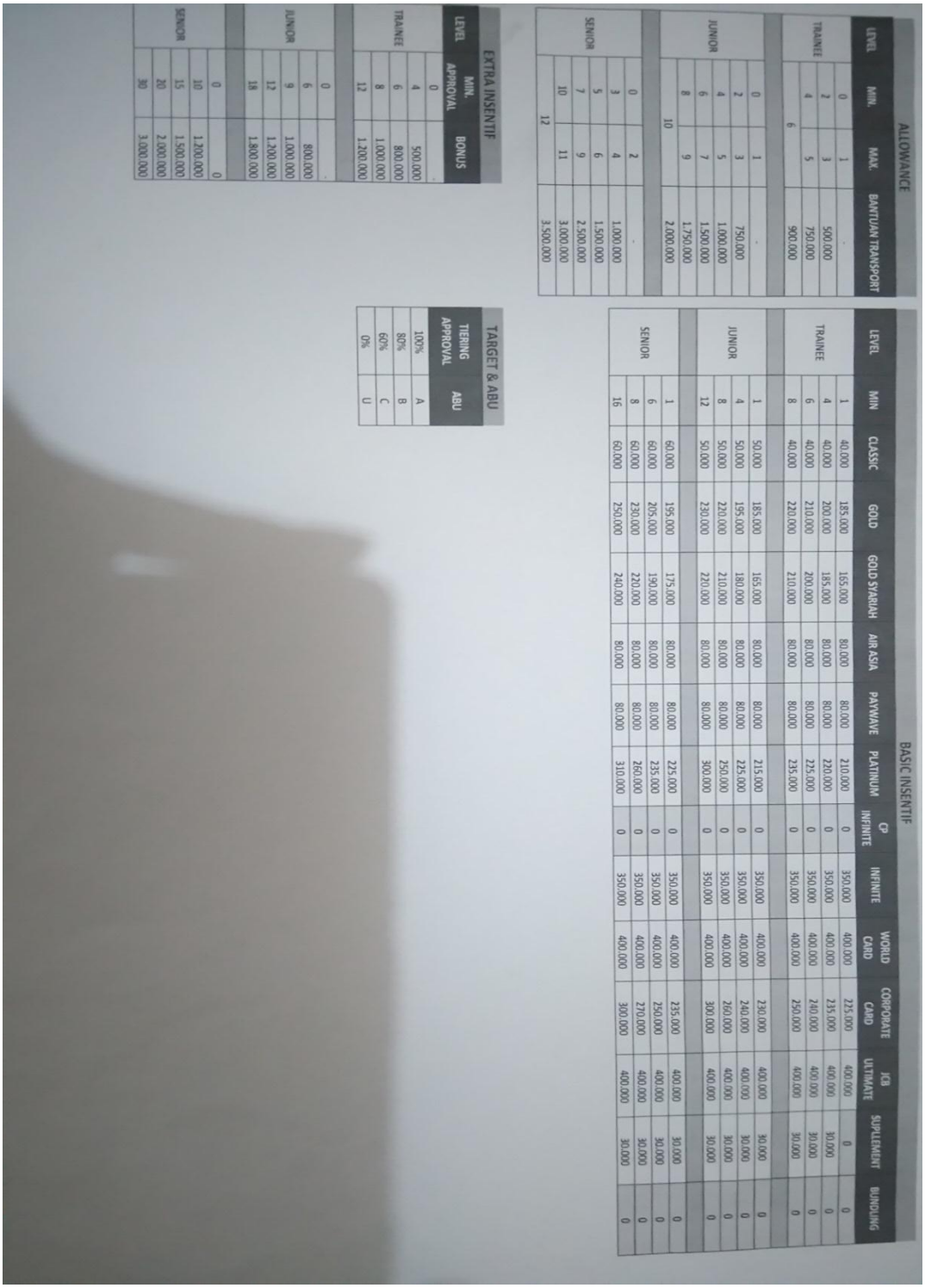
Berdasarkan dokumen data insentif bahwa semakin banyak jumlah nasabah yang di *approve*, maka semakin banyak juga insentif yang diperoleh karyawan sales marketing. Adanya insentif tersebut, peningkatan kinerja karyawan sales marketing ada hubungannya dengan semangat kerja yang diterapkan karyawan terhadap perusahaan.

Semangat kerja yang diterapkan oleh karyawan sales marketing tersebut dibenarkan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales manager, berikut wawancaranya :

> Iya dong...kalau kinerja mereka itu selalu meningkat otomatis mereka akan lebih semangat kerja apalagi ditambah mendapatkan insentif yang banyak jadi secara otomatis semangat mereka lebih tinggi lagi.
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-23

Berikut di bawah ini ditampilkan data insentif karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia :

Tabel 4.2 Data Insentif Sales Marketing



ALLOWANCE

LEVEL	MIN.	MAX.	BANTUAN TRANSPORT
TRAINEE	0	1	-
	2	3	500.000
	4	5	750.000
	6		900.000
JUNIOR	0	1	-
	2	3	750.000
	4	5	1.000.000
	6	7	1.500.000
	8	9	1.750.000
	10		2.000.000
SENIOR	0	2	-
	3	4	1.000.000
	5	6	1.500.000
	7	9	2.500.000
	10	11	3.000.000
	12		3.500.000

BASIC INSENTIF

LEVEL	MIN	CLASSIC	GOLD	GOLD SYARIAH	AIR ASIA	PAYWAVE	PLATINUM	CP INFINITE	INFINITE	WORLD CARD	CORPORATE CARD	JCB ULTIMATE	SUPLEMENT	BUNDLING
TRAINEE	1	40.000	185.000	165.000	80.000	80.000	210.000	0	350.000	400.000	225.000	400.000	0	0
	4	40.000	200.000	185.000	80.000	80.000	220.000	0	350.000	400.000	235.000	400.000	30.000	0
	6	40.000	210.000	200.000	80.000	80.000	225.000	0	350.000	400.000	240.000	400.000	30.000	0
	8	40.000	220.000	210.000	80.000	80.000	235.000	0	350.000	400.000	250.000	400.000	30.000	0
JUNIOR	1	50.000	185.000	165.000	80.000	80.000	215.000	0	350.000	400.000	230.000	400.000	30.000	0
	4	50.000	195.000	180.000	80.000	80.000	225.000	0	350.000	400.000	240.000	400.000	30.000	0
	8	50.000	220.000	210.000	80.000	80.000	250.000	0	350.000	400.000	260.000	400.000	30.000	0
	12	50.000	230.000	220.000	80.000	80.000	300.000	0	350.000	400.000	300.000	400.000	30.000	0
SENIOR	1	60.000	195.000	175.000	80.000	80.000	225.000	0	350.000	400.000	235.000	400.000	30.000	0
	6	60.000	205.000	190.000	80.000	80.000	235.000	0	350.000	400.000	250.000	400.000	30.000	0
	8	60.000	230.000	220.000	80.000	80.000	260.000	0	350.000	400.000	270.000	400.000	30.000	0
	16	60.000	250.000	240.000	80.000	80.000	310.000	0	350.000	400.000	300.000	400.000	30.000	0

EXTRA INSENTIF

LEVEL	MIN. APPROVAL	BONUS
TRAINEE	0	-
	4	500.000
	6	800.000
	8	1.000.000
	12	1.200.000
JUNIOR	0	-
	6	800.000
	9	1.000.000
	12	1.200.000
	18	1.800.000
SENIOR	0	0
	10	1.200.000
	15	1.500.000
	20	2.000.000
	30	3.000.000

TARGET & ABU

TIERING APPROVAL	ABU
100%	A
80%	B
60%	C
0%	U

Sumber : PT. Infopromo Citisetia

Begitu pula yang disampaikan oleh Ibu Dwiana Latifayanti selaku supervisor marketing :

> Sangat berpengaruh sekali, iya sangat berpengaruh sekali itu. Ya, sekarang gini..sekarang kalau ini kan sudah dilihat dari insentifnya, nah..itu besar, insentif nya tinggi-tinggi ..
>
> W/02/Peningkatan-K/F3P-51

Semangat kerja juga diterapkan oleh karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia dalam upaya peningkatan kinerja karyawan, hasil wawancara dengan beberapa sales marketing sebagai berikut :

> Ooo...harus itu mbak, perlu. Misalnya, semangat yang pertama, motivasi buat kita per bulan dimana kita cari *income* yang banyak mbak, buat keluarga pastinya mbak dan perusahaan mbak.
>
> W/03/Peningkatan-K/F3P-79

Begitu juga yang disampaikan oleh bapak Dendy Kustiawan:

> Iya iya...harus..sangat berhubungan sekali itu mbak.Ya..kembali lagi mbak seperti yang tadi saya sampaikan kita harus tetep inget target, lagi itu kita inget lagi sama tanggung jawab, kita kan ada level masing-masing, kalau saya kan senior juga kan harus sesuai dengan target tanggung jawabnya saya jangan sampai dibawah itu nanti hasilnya. Makanya harus semangat ya..
>
> W/04/Peningkatan-K/F3P-105

Selanjutnya menurut saudari Indah Sudarwati :

> Ya sangat berpengaruh sekali...Ya karena kita sudah punya tujuan, kita punya cita-cita, kita punya impian. Nah..dengan punya impian dan cita-cita itu pasti ada semangat untuk mewujudkan itu pasti ada.
>
> W/05/Peningkatan-K/F3P-131

Hal sependapat juga disampaikan oleh bapak Bambang Soetedjo :

> Jelas mbak. Kalau *enggak* ada semangat kan *enggak* mungkin kita *enggak* kerja mbak..Jadi..kan kita *enggak*

> mungkin *nyampek* target yang kita capai target setiap bulannya.
>
> W/07/Peningkatan-K/F3P-183

Menurut saudari Tri Wulandari :

> Oh..jelas itu mbak. Kalau *enggak* ada semangat ya nggak mungkin kita kerjanya bagus, bisa *males-malesan*..
>
> W/09/Peningkatan-K/F3P-238

Data wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa insentif ada hubungan dengan semangat kerja. Untuk mendapatkan insentif yang banyak karyawan sales marketing harus mempunyai semangat yang berlebih. Dengan kata lain, bahwa semangat mempunyai peranan penting dalam upaya peningkatan kinerja karyawan. Tanpa adanya semangat kerja yang diterapkan, tidak mungkin impian, cita-cita, dan target mendapatkan insentif yang banyak akan tercapai.

d. *Performance*

Stres positif mempunyai pengaruh terhadap upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia, seperti yang diutarakan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate Sales Manager :

> Sangat berpengaruh, seperti yang saya katakan tadi ya, jadi mereka itu harus bener-bener mampu mengelola stres nya masing-masing. Jadi, jangan *sampek* negatif tapi harus positif agar tetep bersemangat dan punya motivasi.
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-19

Tabel 4.3 Data Nasabah yang di *Approve* Tahun 2015

NOTES	MASUK	DISETUJUI								disetujui Jumlah	Ditolak	Inproses	A / R	JUMLAH DSR	PRODUKTIFITAS
		Klasik	Emas	Emas Syariah	Platinum	Tak terbatas	Kartu dunia	Nissan Juke	air Asia						
JANUARI 2015	1376	81	27	181	37	0	0	0	7	333	981	58	25%	91	4
FEBRUARI 2015	1721	76	32	125	32	0	0	0	5	270	1330	135	17%	114	2
MARET 2015	1755	117	37	298	38	0	0	0	8	498	1497	62	25%	115	4
April 2015	2.104	106	34	318	60	0	0	0	3	521	1.528	165	25%	119	4
MEI 2015	2396	82	39	318	67	0	0	0	4	510	1.730	316	23%	131	4
JUNI 2015	2346	52	29	244	121	1	0	0	3	450	2.032	156	18%	122	4
JULI 2015	1.528	4	8	44	21	0	0	0	1	78	1.596	13	5%	119	0,7
AGUSTUS 2015	1.558	9	8	113	96	0	0	1	3	230	1.266	64	15%	129	2
September 2015	2.049	18	16	184	99	0	0	104	61	482	1597	87	23%	101	5
OKTOBER 2015	2537	31	40	239	241	0	0	18	32	601	1.779	341	25%	88	7
November 2015	2558	40	43	203	385	1	0	0	165	837	2106	45	28%	92	9
TOTAL KESELURUHAN	21.928	616	313	2267	1197	2	0	123	292	4810					

Sumber : PT. Infopromo Citisetia

Berdasarkan dokumen data nasabah yang di *approve* pada tahun 2015, hasil kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia juga sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Berikut ini yang disampaikan oleh Ibu Kartika Ardiagarini Selaku Assosiate Sales Manager dalam wawancaranya :

> Kalau menurut saya sudah sesuai sich, tapi memang harus perlu dikejar terus ya ditingkatkan jangan penah merasa puas apalagi ini kan dunia marketing. Jadi, nama nya target pasti setiap bulan itu lebih tinggi.
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-18

PT. Infopromo Citisetia sudah melakukan hal yang baik dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Kartika Ardiagarini selaku Assosiate sales Manager :

> Kalau sampai sejauh ini sich..kalau untuk di perusahaan kita sudah memberikan upaya yang terbaik ya...misalnya ada beberapa pelatihan, kemudian ada *reward*, kemudian ada fasilitas yang memadai dalam hal pekerjaan mereka, misalnya apa? misalnya kita berikan fasilitas telpon untuk menunjang kinerja mereka, kemudian *reward*, bisa *reward* kalau di kita sich biasanya kita berupa *voucher* atau *cash money*, jadi kan mereka kan lebih termotivasi ya..atau misalnya, untuk merubah yang stres negatif ke positif tadi kita suka *adain outing* atau *refreshing*, jadi mereka lebih *fresh* lagi sehingga balik bekerja lagi itu pikiran nya *fresh* lebih semangat.
>
> W/01/Peningkatan-K/F3P-25

Begitu pula yang disampaikan oleh Ibu Dwiana Latifayanti selaku supervisor marketing :

> Oh..gitu ya...kita biasanya itu memberikan *reward*, pelatihan-pelatihan itu ke masing-masing sales, apalagi sekarang itu kalau *enggak* ada *reward* gitu susah sekali marketing-marketing itu. Seperti mengajak *refreshing* itu memang penting supaya kan *enggak* jenuh kan.
>
> W/02/Peningkatan-K/F3P-53

Data di atas dapat disimpulkan bahwa PT. Infopromo Citisetia sudah memberikan upaya dan fasilitas yang terbaik dalam hal peningkatan kinerja karyawan sales marketing, misalnya dengan mengadakan pelatihan, memberikan *reward* bisa *voucher/cash money*, fasilitas telpon, serta mengadakan *outing/refreshing.* Hal itu dilakukan oleh perusahaan agar sales marketing bisa termotivasi dan tidak jenuh dengan rutinitas.

C. Pembahasan

1. Stres positif karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia

Stres negatif yang paling dominan dialami oleh karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia adalah faktor pribadi dan faktor lingkungan. Faktor pribadi misalnya : permasalahan keluarga, permasalahan keuangan, dan masalah individu itu sendiri, sedangkan dari faktor lingkungan misalnya : persaingan antar sales dengan perusahaan lain.

Mengubah stres negatif menjadi positif, hal yang harus dilakukan oleh seorang sales marketing PT. Infopromo Citisetia adalah dengan cara misalnya stres pribadi mengatasinya dengan melakukan *refreshing*, jalan-jalan, dan nonton bioskop. Selanjutnya, dari faktor lingkungan dengan cara selalu berpikiran positif, komitmen dengan pekerjaan, tanggung jawab, membaca buku, harus punya *goal* yang jelas, bisa membagi waktu dan melakukan kegiatan yang produktif.

Selama menjalankan pekerjaan, karyawan sales marketing perlu menjaga stres positif tersebut agar tidak mengganggu pekerjaan misalkan dengan pola makan yang teratur, kurangi beban pikiran, sering *refreshing*, harus punya tujuan yang jelas, punya motivasi yang tinggi, tidak boleh menyerah, dan disiplin dalam hal waktu. PT. Infopromo Citisetia sendiri membantu menjaga stres positif karyawan sales marketing yaitu dengan cara memberikan pelatihan kerja, memberikan motivasi dan melakukan komunikasi dengan antar sales marketing untuk membantu dalam upaya pencapaian target.

Inti dari pembahasan di atas adalah bahwa stres positif karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia sudah cukup baik dibuktikan dengan setiap sales marketing mampu mengelola dan mempertahankan stres positif di dalam pekerjaan. Mengelola dan mempertahankan stres positif tersebut dengan menerapkan disiplin, komitmen, impian dan *goal* yang jelas dalam upaya peningkatan kinerja.

2. Kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia

a. Kecepatan Kerja

Kecepatan kerja berkaitan dengan hal-hal yang harus diselesaikan dengan tepat waktu. Misalkan dengan memberikan tantangan-tantangan kerja kepada karyawan sales marketing. Memberikan tantangan kerja tersebut berpengaruh terhadap kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Perusahaan memberikan tantangan-tantangan kerja yaitu berdasarkan kemampuan dari masing-masing sales dalam bentuk target yang harus diselesaikan setiap bulannya. Penempatan posisi/ penilaian level seseorang sales marketing, hal itu dilihat dari *performance* dua bulan berturut-turut dan itu yang akan menentukan target beserta level setiap sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Berdasarkan wawancara dengan beberapa sales marketing bahwa pekerjaan yang paling menantang dalam menyelesaikan pekerjaannya adalah ketika mencari aplikasi/nasabah untuk mencapai target setiap bulannya. Target-target tersebut yang harus diselesaikan dengan waktu setiap bulannya berdasarkan masing-masing level sales marketing. Apabila

target tersebut terpenuhi, maka setiap sales marketing akan mendapatkan bonus sesuai dengan *performance* nya.

b. Beban Kerja

Tantangan kerja bagi seorang sales marketing selanjutnya adalah beban kerja. Memberikan beban kerja harus berdasarkan kemampuan dari masing-masing sales marketing karena berkaitan dengan tugas-tugas pekerjaan yang harus diselesaikan. Selain itu, memberikan tantangan beban kerja agar sales marketing dapat menikmati pekerjaan nya dan bukan membebani sales marketing tersebut. Posisi jabatan karyawan sales marketing PT. Infopromo sudah sesuai berdasarkan kemampuan dari masing-masing sales yaitu awal ketika permata kali dilakukan *recruitment*. Alasan beberapa sales marketing PT. Infopromo Citisetia tidak terbebani dengan tugas pekerjaan adalah komisi yang diberikan oleh perusahaan sudah banyak, karena tugas pekerjaan sales marketing yang diberikan sudah sesuai dengan *job desk* nya, dan tugas yang diberikan oleh perusahaan juga sudah sesuai dengan kemampuan sales marketing sehingga selalu mencapai target.

c. Kompleksitas Kerja

Kompleksitas kerja berhubungan dengan kerumitan kerja dalam menyelesaikan pekerjaan. Kesulitan yang dihadapi oleh karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia adalah ketika pada saat mencari customer/aplikasi. Mencari customer atau aplikasi bisa dilakukan dengan cara *kanvasing* ke perusahaan-perusahan besar dan

mengadakan pameran di mall-mall yang sudah bekerja sama dengan pihak perusahaan. Pihak pimpinan perusahaan misalkan SPV/ASM juga sering melakukan *coaching* dan komunikasi dengan sales marketing ketika menghadapi kendala/kesulitan dalam bekerja. Coahing tersebut tujuan nya agar jika ada permasalahan atau kendala bisa dengan cepat diselesaikan dan segera mendapatkan solusinya.

d. Tanggung Jawab Kerja

Seorang sales marketing sudah melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik apabila *performance* setiap bulan berturut-turut selalu *achieve* target. Apabila sudah melebihi dari target, bisanya dari perusahaannya sendiri memberikan bonus/*voucher* sebagai bentuk keberhasilan seorang sales dalam melaksanakan tanggung jawabnya. Tanggungjawab kerja berpengaruh terhadap ke kinerja karyawan sales marketing. PT. Infopromo Citisetia juga melakukan *coaching* tim dalam upaya mempertahankan kinerja sales marketing. Berkaitan dengan tanggung jawab dalam melaksanakan kerja, seorang sales marketing perlu mempertahankan kinerja yaitu dengan cara harus punya komitmen dari awal, harus punya impian, motivasi dan semangat, agar tujuan yang diinginkan tercapai yaitu target untuk mendapatkan insentif yang banyak.

Kesimpulan dari pembahasan di atas adalah bahwa kecepatan, beban, kompleksitas, serta tanggung jawab kerja merupakan bentuk-bentuk tantangan kerja yang mampu mendorong individu dalam penyelesaian tugas-tugas pekerjaan. Tantangan

terbesar bagi seorang sales marketing PT. Infopromo Citisetia adalah mencari customer dalam memenuhi target. Seorang sales marketing dianggap telah melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik ketika sudah memenuhi target setiap bulannya dan *achieve* selama tiga bulan berturut-turut, apabila target terpenuhi maka akan mendapatkan insentif sesuai dengan *performance.*

3. Peranan Stres Positif dalam Peningkatan Kinerja Karyawan Sales Marketing PT. Infopromo Citisetia

a. Kesejahteraan

Kesejahteraan adalah hasil dari stres positif. Kesejahteraan punya pengaruh dalam upaya peningkatan kinerja karyawan. Karyawan Sales marketing bisa dikatakan sejahtera apabila sudah mencapai *performance* setiap bulannya. Ketika target tercapai, insentif dan bonus yang didapat karyawan sales marketing cukup banyak. Dilihat dari *performance* tersebut, karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia dalam kesejahteraan ekonomi sudah cukup meningkat.

b. Komitmen

Selanjutnya hasil positif dari dari stres positif adalah Komitmen. Komitmen mempunyai hubungan yang kuat dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Mencapai *performance* yang bagus dibutuhkan komitmen yang tinggi terhadap perusahaan. Misalkan ingin mengejar insentif dan target setiap bulannya, jadi dibutuhkan komitmen yang tinggi

pula. Tanpa adanya komitmen tidak mungkin kinerja karyawan sales marketing bisa meningkat. Jadi, untuk tetap mencapai target setiap bulannya dibutuhkan komitmen dari awal pula.

c. *Engagement*

Kata lain dari *engagement* adalah semangat berlebih seorang karyawan terhadap perusahaan. Semangat ada hubungan yang kuat dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales marketing PT. Infopromo Citisetia. Semangat diterapkan oleh karyawan sales marketing dalam upaya pencapaian target. Semakin banyak insentif yang didapat maka, akan semakin semangat bekerja dalam mengejar target.

d. *Performance*

Mengelola stres positif penting bagi seorang sales marketing untuk mempertahankan kinerja yang baik. Kinerja sales marketing PT. Infopromo dikatakan baik apabila nasabah yang di *approve* setiap bulan selalu meningkat. Mempertahankan kinerja tersebut upaya yang sudah dilakukan perusahaan PT. Infopromo Citisetia adalah dengan mengadakan pelatihan, refreshing, memberikan *reward* dalam bentuk *voucher* maupun *cash money*, serta memberikan fasilitas yang menunjang pekerjaan misalkan dengan menyediakan fasilitas telpon.

Pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kesejahteraan, komitmen, *engagement*, dan *performance* adalah hasil dari stres positif dalam upaya peningkatan kinerja karyawan sales

marketing PT. Infopromo Citisetia. Bekerja dengan menerapkan semangat dan komitmen, akan membantu menghasilkan *performance* yang baik. Insentif berhubungan dengan kesejahteraan, komitmen, *engagement* dan *performance*. Semakin banyak nasabah yang di *approve* maka insentif yang didapat akan semakin banyak dan tingkat kesejahteraan yang dirasakan oleh sales marketing tersebut ikut meningkat.