

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengelolaan sumber daya yang efektif merupakan kunci utama dalam mencapai keberhasilan organisasi. Di antara berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan, Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran krusial karena menjadi elemen penggerak utama dalam mengubah input menjadi *output* berupa produk atau jasa. SDM yang kompeten dan berkinerja tinggi mampu mendorong kemajuan perusahaan, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pengelolaan kinerja SDM yang terstruktur dan terukur menjadi salah satu prioritas utama bagi perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat.

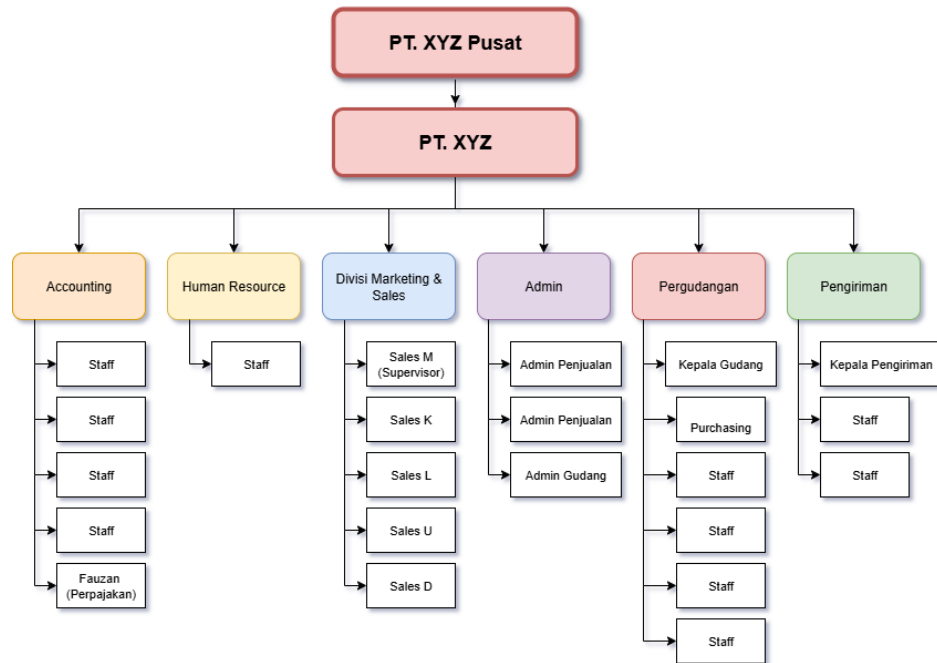
Kinerja karyawan sendiri dapat didefinisikan sebagai hasil nyata dari aktivitas yang dilakukan dalam suatu periode tertentu yang mengacu pada standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja adalah istilah umum yang menggambarkan tindakan atau aktivitas suatu organisasi selama periode tertentu dengan referensi pada standar tertentu, seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan. Zarkasyi (2008) juga menambahkan bahwa kinerja mencerminkan apa yang dihasilkan oleh organisasi dalam jangka waktu tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan. Penting bagi perusahaan untuk memiliki standar penilaian kinerja yang jelas, agar tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dapat terwujud dengan baik.

Dalam upaya untuk meningkatkan kinerja, setiap perusahaan memiliki cara berbeda dalam menilai dan memonitor kinerja karyawan. Penilaian kinerja yang baik dan efektif akan memastikan bahwa karyawan memahami tujuan perusahaan, serta menerima pelatihan, jenjang karir, umpan balik, dan insentif yang dibutuhkan untuk mengoptimalkan kinerjanya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan standar kinerja yang jelas dan terukur untuk menghindari penurunan performa karyawan serta memastikan produktivitas yang optimal. Hal ini menjadi penting

karena, sebagaimana diungkapkan oleh Vanany (2009) yakni pengukuran kinerja memungkinkan manajemen untuk mengetahui sejauh mana tujuan organisasi tercapai, sehingga keputusan dapat diambil dengan cepat dan tepat.

Kinerja karyawan diartikan sebagai hasil aktivitas yang dilakukan dalam suatu periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan. Menurut Srimindarti, kinerja mencerminkan tindakan organisasi yang mengacu pada standar tertentu, seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan. Zarkasyi (2008) menambahkan bahwa kinerja menunjukkan hasil organisasi dalam periode tertentu dengan standar yang ditentukan. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk memiliki standar penilaian kinerja yang jelas agar tujuan dan sasaran dapat tercapai dengan optimal.

Menurut Kaplan dan Norton (1996), indikator utama yang digunakan untuk melihat apakah tujuan strategis perusahaan sudah tercapai atau belum. Indikator kinerja yang efektif membantu perusahaan fokus pada area kritis untuk mencapai tujuan bersama, serta menjadi dasar evaluasi objektif terhadap kontribusi individu maupun tim dalam organisasi. Oleh karena itu, merancang indikator kinerja yang terstruktur dan sesuai dengan peran masing-masing individu sangat penting untuk membantu perusahaan mengelola kinerja secara lebih terarah dan selaras dengan strategi yang dijalankan.



Gambar 1. 1 Struktur Perusahaan

Dalam penelitian ini, penulis memilih objek perusahaan di bidang *food and beverage* yang terletak di Jakarta yaitu PT. XYZ. PT. XYZ, sebuah perusahaan di sektor *food and beverage* yang berlokasi di Jakarta. PT. XYZ merupakan cabang dari PT. XYZ Pusat yang berkantor pusat di Bali. Beroperasi sejak 2015, perusahaan ini bergerak dalam distribusi produk *Meat Processing*, seperti sosis, *ham*, bakso, *bacon*, dan daging asap. Dengan lima divisi utama, yaitu akuntansi, sumber daya manusia, penjualan dan pemasaran, pergudangan, serta pengiriman, PT. XYZ didukung oleh sekitar dari 50 (lima puluh) karyawan. Perusahaan ini berperan sebagai distributor tunggal untuk wilayah JABODETABEK dengan merek dagang Aroma. Produk Aroma telah merambah beberapa wilayah di Indonesia dan tersedia di hampir seluruh pasar modern di area JABODETABEK. Meskipun telah menetapkan standar operasional yang tinggi, perusahaan tetap menghadapi berbagai tantangan kinerja yang mempengaruhi efektivitas operasionalnya secara keseluruhan.

Pada divisi *Sales and Marketing* PT. XYZ ini terdapat 5 (lima) *sales* antara lain *Sales M*, *Sales K*, *Sales L*, *Sales U*, dan *Sales D*. Kelima *sales* ini memiliki fungsi tugas yang sama, namun *Sales M* diberikan tugas tambahan sebagai *supervisor*, yaitu *sales* yang bertanggung jawab atas

hubungan antara para *sales* dengan atasan. Kondisi yang sedang dihadapi oleh perusahaan saat ini adalah tingginya tingkat tidak tercapainya target omzet penjualan bulanan oleh tim *sales*. Kondisi tersebut dapat didukung oleh data terkait perbandingan target bulanan periode tahun 2024 dengan rata-rata penjualannya masing-masing *sales*.

Tabel 1. 1 Perbandingan Target dan Rata-Rata Penjualan

Nama Sales	Target per Bulan	Rata-rata Penjualan per Bulan	Persen Capaian
SALES M	Rp 3,554,217,199.00	Rp 2,783,160,336.08	78.31%
SALES K	Rp 2,702,754,960.00	Rp 2,325,525,172.50	86.04%
SALES L	Rp 664,295,793.20	Rp 632,835,479.33	95.26%
SALES U	Rp 500,000,000.00	Rp 287,421,150.83	57.48%
SALES D	Rp 140,000,000.00	Rp 108,862,033.75	77.76%
Total	Rp 7,561,267,952.20	Rp 6,137,804,172.50	Rata-Rata 78.97%

Berdasarkan pengamatan terhadap data perbandingan target bulanan periode tahun 2024 dengan rata-rata penjualannya masing-masing *sales* dapat dilihat bahwa rata-rata dari penjualan per bulan *sales Sales M* sebesar 78,3% dari target, *Sales K* mencapai 86% dari target, *Sales L* 95,3% dari target, *Sales U* hanya 57,5% dari target, dan *Sales D* hanya 77,8% dari target bulanannya. Jika diambil rata-ratanya maka hanya sebesar 78,97% dari target yang dicapai. Jika dihitung *lost profit* yang *Sales* sebesar lebih dari Rp 1,4 miliar/bulannya atau sebesar lebih dari 17 miliar dalam setahun. Data diatas perkuat dengan data capaian dari setiap *sales* pada periode tahun 2024. Berikut jabaran dari data capaian target bulanan kelima *sales* tersebut pada periode tahun 2024:

Tabel 1. 2 Data Capaian Target Bulanan Sales M

SALES M			
PERIODE BULAN	TARGET	PENJUALAN SALES	CAPAIAN
Januari	Rp 3,554,217,199	Rp 2,588,574,305	73%
Februari	Rp 3,554,217,199	Rp 2,786,081,508	78%
Maret	Rp 3,554,217,199	Rp 2,787,422,853	78%
April	Rp 3,554,217,199	Rp 2,574,650,579	72%
Mei	Rp 3,554,217,199	Rp 2,770,673,017	78%
Juni	Rp 3,554,217,199	Rp 2,782,282,085	78%
Juli	Rp 3,554,217,199	Rp 3,035,746,282	85%
Agustus	Rp 3,554,217,199	Rp 2,714,164,464	76%
September	Rp 3,554,217,199	Rp 2,563,370,369	72%
Oktober	Rp 3,554,217,199	Rp 2,371,789,759	67%
November	Rp 3,554,217,199	Rp 2,921,109,137	82%
Desember	Rp 3,554,217,199	Rp 3,502,059,675	99%
TOTAL	Rp 42,650,606,388	Rp 33,397,924,033	78%

Tabel 1. 3 Data Capaian Target Bulanan Sales K

SALES K			
PERIODE BULAN	TARGET	PENJUALAN SALES	CAPAIAN
Januari	Rp 2,702,754,960	Rp 2,106,118,950	77.9%
Februari	Rp 2,702,754,960	Rp 2,030,050,424	75.1%
Maret	Rp 2,702,754,960	Rp 2,102,777,601	77.8%
April	Rp 2,702,754,960	Rp 2,267,395,445	83.9%
Mei	Rp 2,702,754,960	Rp 2,458,531,007	91.0%
Juni	Rp 2,702,754,960	Rp 1,933,422,080	71.5%
Juli	Rp 2,702,754,960	Rp 2,324,116,906	86.0%
Agustus	Rp 2,702,754,960	Rp 2,327,249,743	86.1%
September	Rp 2,702,754,960	Rp 2,507,177,926	92.8%
Oktober	Rp 2,702,754,960	Rp 2,214,310,094	81.9%
November	Rp 2,702,754,960	Rp 2,374,653,651	87.9%
Desember	Rp 2,702,754,960	Rp 3,260,498,243	120.6%
TOTAL	Rp 32,433,059,520	Rp 27,906,302,070	86.0%

Tabel 1. 4 Data Capaian Target Bulanan Sales L

SALES L			
PERIODE BULAN	TARGET	PENJUALAN SALES	CAPAIAN
Januari	Rp 664,295,793	Rp 545,632,628	82.1%
Februari	Rp 664,295,793	Rp 570,731,787	85.9%
Maret	Rp 664,295,793	Rp 575,251,750	86.6%
April	Rp 664,295,793	Rp 480,872,160	72.4%
Mei	Rp 664,295,793	Rp 607,057,578	91.4%
Juni	Rp 664,295,793	Rp 445,581,522	67.1%
Juli	Rp 664,295,793	Rp 644,411,588	97.0%
Agustus	Rp 664,295,793	Rp 681,228,444	102.5%
September	Rp 664,295,793	Rp 659,067,526	99.2%
Oktober	Rp 664,295,793	Rp 636,654,358	95.8%
November	Rp 664,295,793	Rp 855,796,987	128.8%
Desember	Rp 664,295,793	Rp 891,739,424	134.2%
TOTAL	Rp 7,971,549,518	Rp 7,594,025,752	95.3%

Tabel 1. 5 Data Capaian Target Bulanan Sales U

SALES U			
PERIODE BULAN	TARGET	PENJUALAN SALES	CAPAIAN
Januari	Rp 500,000,000	Rp 98,117,545	19.6%
Februari	Rp 500,000,000	Rp 107,007,673	21.4%
Maret	Rp 500,000,000	Rp 221,891,394	44.4%
April	Rp 500,000,000	Rp 207,269,842	41.5%
Mei	Rp 500,000,000	Rp 75,479,313	15.1%
Juni	Rp 500,000,000	Rp 334,690,658	66.9%
Juli	Rp 500,000,000	Rp 276,731,442	55.3%
Agustus	Rp 500,000,000	Rp 370,115,844	74.0%
September	Rp 500,000,000	Rp 304,452,524	60.9%
Oktober	Rp 500,000,000	Rp 381,600,486	76.3%
November	Rp 500,000,000	Rp 522,979,488	104.6%
Desember	Rp 500,000,000	Rp 548,717,601	109.7%
TOTAL	Rp 6,000,000,000	Rp 3,449,053,810	57.5%

Tabel 1. 6 Data Capaian Target Bulanan Sales D

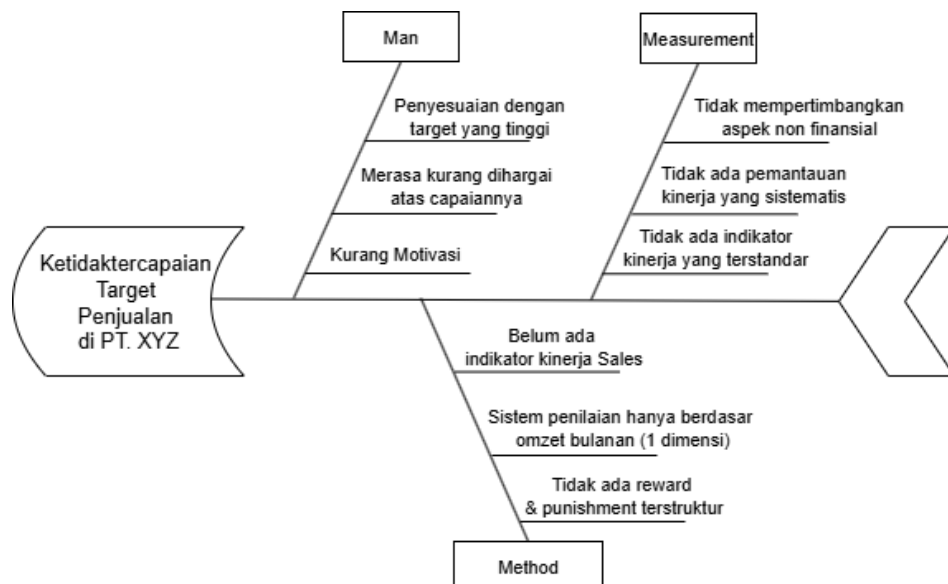
SALES D			
PERIODE BULAN	TARGET	PENJUALAN SALES	CAPAIAN
Januari	Rp 140,000,000	Rp 3,554,217	2.5%
Februari	Rp 140,000,000	Rp 2,702,754	1.9%
Maret	Rp 140,000,000	Rp 6,642,957	4.7%
April	Rp 140,000,000	Rp 10,288,335	7.3%
Mei	Rp 140,000,000	Rp 7,495,074	5.4%
Juni	Rp 140,000,000	Rp 16,631,470	11.9%
Juli	Rp 140,000,000	Rp 121,669,940	86.9%
Agustus	Rp 140,000,000	Rp 107,603,163	76.9%
September	Rp 140,000,000	Rp 88,251,855	63.0%
Oktober	Rp 140,000,000	Rp 103,976,481	74.3%
November	Rp 140,000,000	Rp 376,049,032	268.6%
Desember	Rp 140,000,000	Rp 461,479,127	329.6%
TOTAL	Rp 1,680,000,000	Rp 1,306,344,405	77.8%

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa lebih dari setengah capaian yang masih berada diwarna merah, dimana artinya capain tersebut dibawah 80%. Pada PT. XYZ belum memiliki kriteria penilaian formal, namun 80% dijadikan tolak ukur dari capaian paling minimal. Kondisi yang terjadi saat ini menjadi isu yang cukup besar. Kondisi yang terjadi juga adalah *sales* yang tidak mencapai target hanya di evaluasi secara kekeluargaan dengan ditanyakan alasan ketidaktercapaiannya dan selanjutnya hanya akan diberi himbuan agar mengejar target yang tertinggal pada bulan selanjutnya.

Dari permasalahan yang terjadi perlu di analisis justifikasi yang terjadi pada setiap *sales* pada masing-masing bulan. Analisis dari hasil wawancara

dan diskusi dengan setiap *sales*, didapatkan justifikasi penyebab ketidaktercapaian target kinerja tersebut karena penurunan permintaan, sebagian klien memilih beralih ke kompetitor, penyesuaian target yang lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya, jumlah kunjungan ke klien yang menurun, serta kurangnya komunikasi pendekatan ke pelanggan. *Sales* juga mengeluhkan bahwa mereka kurang termotivasi karena tidak ada sistem bonus atas capaian mereka jika mereka melebihi target dan hanya menerima gaji pokok.

Kondisi ini berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan dan menghambat pencapaian target *profit* perusahaan. Selain itu, situasi tersebut juga menyulitkan proses penilaian kinerja tim *sales* serta memengaruhi profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan mengalami *lost profit* yang jika dihitung, nilainya mencapai lebih dari 17 miliar rupiah pertahun 2024. Untuk memahami lebih jelas penyebab tidak tercapainya target omzet secara konsisten, dilakukan analisis akar masalah menggunakan *Fishbone Diagram* atau diagram tulang ikan berdasarkan data dan hasil wawancara dengan *sales*. Diagram ini mengelompokkan berbagai penyebab berdasarkan kategori *Man*, *Method*, *Measurement*, yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. 2 Diagram *Fishbone*

Hasil analisis permasalahan menggunakan *Diagram Fishbone* didapatkan akar dari permasalahan yang terjadi. Dari hasil wawancara

dengan *sales*, diketahui bahwa target yang diberikan merupakan target yang sudah ditentukan oleh *owner* pada setiap tahunnya. Dari target yang diberikan *owner* pada awal tahun, beberapa *sales* masih mengalami penyesuaian dengan target yang lebih tinggi tersebut. Dalam kondisi yang terjadi, capaian *sales* yang melebihi target pun tidak berpengaruh pada gaji bulanan yang diberikan. Tidak ada kebijakan terkait bonus dan insentif terhadap capaian target mereka. Hal tersebut juga sangat berpengaruh terhadap perasaan *sales* yang tidak dihargai atas kinerjanya dan juga motivasi *sales* jadi menurun.

Wawancara dengan kepala *supervisor sales* dan seorang *staff HR* di PT. XYZ mengungkapkan kondisi yang terjadi pada Perusahaan saat ini adalah proses mereka mengukur kinerja karyawan, yaitu hanya diukur dari satu indikator yaitu berdasarkan pencapaian target omzet mereka dalam sebulan tanpa mempertimbangkan aspek non finansial seperti jumlah kunjungan klien, pelayanan, atau kedisiplinan. Dalam metode pengukurannya pun kinerja hanya dinilai dari hasil kerjanya saja. Dalam teori *Performance Appraisal* kondisi ini disebut sebagai *One-Dimensional appraisal* atau bisa diartikan sebagai sistem penilaian kinerja yang hanya menggunakan satu aspek penilaian saja berupa hasil capaian kerja.

Metode yang digunakan dalam mengevaluasi hanya berdasarkan 1 indikator dan tidak ada tindak lanjut kepada sales jika target tidak tercapai. Sales yang tidak mencapai target pada bulan tersebut hanya di evaluasi secara kekeluargaan untuk segera mengejar targetnya pada bulan selanjutnya. Tidak ada sistem *reward* atas keberhasilan dan *punishment* kepada sales jika tidak mencapai target.

Dari isu yang terjadi perlu di identifikasi solusi akar permasalahan kinerja dari PT. XYZ agar isu yang terjadi dapat teratasi dan memberikan solusi yang berkelanjutan. Dapat disimpulkan bahwa akar dari permasalahan yang terjadi adalah *sales* tidak dipantau kinerja tanpa indikator kinerja yang jelas dan tidak ada penghargaan atau sanksi atas kinerjanya. Sehingga berpengaruh pada semangat dan motivasi kerja *sales*.

Berdasarkan kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan

terletak pada kinerja *sales*. Hal tersebut dapat diperkuat dengan penjabaran informasi sebelumnya bahwa pada divisi ini, yaitu *marketing* dan penjualan dilakukan oleh staff *sales* dengan cara melakukan kunjungan langsung kepada klien dan melakukan promosi. Sedangkan kondisi yang terjadi adalah *sales* sudah diberikan tugas tersebut namun kinerja yang dilakukan tidak maksimal dikarenakan *jobdesc sales* tersebut tidak dipantau dan kurangnya motivasi dalam mencapai target.

Maka dari itu, penerapan sistem pengukuran kinerja yang terstruktur menggunakan indikator kinerja menjadi solusi strategis yang sangat diperlukan oleh PT. XYZ. Dengan indikator kinerja yang dirancang secara komprehensif, perusahaan dapat menetapkan target yang terukur dan realistis, mengidentifikasi faktor-faktor penghambat pencapaian target, serta meningkatkan akuntabilitas kinerja perusahaan. Selain itu, implementasi indikator kinerja memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan berbasis data konkret, mengurangi risiko kerugian finansial, serta meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem pengukuran kinerja berbasis indikator kinerja yang sesuai dengan kebutuhan PT. XYZ. Salah satu pendekatan penilaian kinerja yang efektif adalah *Management by Objectives* (MBO). MBO menekankan pentingnya keterlibatan manajer dan karyawan dalam menetapkan tujuan kerja yang spesifik dan terukur, yang pencapaiannya digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja (Ivancevich et al., 2007).

Indikator kinerja yang baik harus dirancang berdasarkan prinsip SMART, yaitu spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu. Dengan menggunakan prinsip ini, perusahaan dapat memastikan bahwa indikator yang digunakan benar-benar mencerminkan performa individu secara objektif dan mendukung pencapaian visi serta misi perusahaan secara terarah dan efisien.

Penerapan indikator kinerja berdasarkan MBO saja belum cukup menyelesaikan permasalahan yang terjadi, salah satunya permasalahan motivasi *sales* yang juga sangat mempengaruhi performa kinerja mereka.

Maka dari itu perlu dirancang suatu sistem yang mendukung semangat mereka dalam bekerja dan mencapai target dari indikator kinerja yang baru. Cara yang digunakan dalam membangun motivasi *sales* bisa dengan membuat sistem insentif untuk bonus kepada *sales* atas capaiannya. Sistem insentif yang akan dibangun dapat menggunakan metode *Traffic light System* dimana suatu kinerja akan dinilai berdasarkan kategori warna hijau, kuning, dan merah. Setiap kategori disusun berdasarkan metode yang sebelumnya digunakan dan kondisi eksisting perusahaan juga.

Melalui penerapan sistem ini, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan pengelolaan kinerja *sales*, meningkatkan motivasi *sales* dalam mencapai target, serta memaksimalkan tingkat keuntungan perusahaan. Dengan demikian, PT. XYZ tidak hanya mampu mengatasi permasalahan internal, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai distributor utama produk *process meat* di wilayah JABODETABEK dan sekitarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa indikator kinerja yang sesuai dengan pendekatan *Management by Objective* (MBO) untuk mengevaluasi kinerja individu di divisi *Sales and Marketing* PT. XYZ?
2. Apa rancangan dan penerapan yang adil dari usulan sistem pemberian insentif berbasis *Traffic light System* terhadap kinerja *Sales*?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan, dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah memecahkan permasalahan kinerja pada *sales* dengan merancang indikator kinerja yang relevan untuk mengukur kinerja *sales* dan membangun sistem insentif atas capaian *sales* untuk membangun motivasi *sales* dalam mendukung pencapaian tujuan bisnis pada PT. XYZ.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) yaitu manfaat bagi mahasiswa dan manfaat perusahaan. Berikut penjelasan manfaat untuk kedua belah pihak, antara lain:

a. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian yang dibuat memberikan manfaat bagi perusahaan, yaitu:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang terlihat dan tidak terlihat di dalam perusahaan serta perbaikannya.
2. Memudahkan PT. XYZ dalam menilai dan mengukur kinerja *sales*.
3. Mendapatkan rancangan indikator kinerja baru yang dapat diterapkan dalam perusahaan.

b. Manfaat bagi Mahasiswa

Penelitian ini juga memberikan manfaat kepada mahasiswa, antara lain:

1. Meningkatkan wawasan dan pengetahuan mahasiswa terkait pengukuran kinerja dan indikator kinerja.
2. Melatih *skill* serta pengalaman mahasiswa dalam *problem solving*, berpikir kritis, analisis, dan penerapan suatu teori.

1.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Pembuatan tugas akhir ini memerlukan batasan-batasan untuk menghasilkan rancangan yang terukur dan sesuai dengan tujuan. Batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang digunakan merupakan data target dan capaian di tahun 2023 dan 2024.
2. Indikator kinerja yang dirancang berdasarkan data historis yang diberikan oleh perusahaan dan hasil wawancara langsung dengan pihak terkait, seperti HR dan *supervisor sales*.
3. Sistem insentif yang dirancang bersifat simulatif dan belum diterapkan secara formal oleh perusahaan.

4. Rancangan indikator kinerja usulan digunakan untuk merancang sistem insentif berbasis *Traffic light System* (TLS).

Dan untuk asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan bersedia untuk mengadopsi sebagian atau seluruh indikator kinerja yang dirancang sebagai acuan ke depan.
2. Kelima sales dianggap menjalankan tugasnya secara penuh dan konsisten selama periode penilaian berlangsung.
3. Data target dan capaian omzet yang diberikan oleh perusahaan dianggap valid dan mewakili kinerja aktual sales.
4. Respon yang diberikan oleh HR, kepala divisi, dan kelima sales dalam wawancara dianggap jujur dan sesuai dengan kondisi kerja yang sebenarnya.
5. Sistem kerja dan pembagian wilayah yang saat ini berlaku diasumsikan tetap sama selama rancangan indikator kinerja ini digunakan.
6. Setiap indikator yang dirancang dapat diukur secara konsisten setiap bulan dan tidak mengalami perubahan format secara drastis.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang dari dibuatnya tugas akhir ini yang diangkat dari kondisi perusahaan dan permasalahan yang terjadi. Bab ini juga merumuskan permasalahan yang terjadi menjadi rumusan masalah yang memberikan gambaran metode yang akan digunakan dan menjelaskan tujuan dari pengerjaan tugas akhir ini. Serta manfaat yang diharapkan, serta gambaran umum tentang struktur penulisan laporan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Menjelaskan tentang teori yang akan digunakan dalam pengerjaan tugas akhir ini bersumber dari jurnal, artikel, dan buku yang berkaitan. Bab ini juga memperkuat teori dan juga alasan metode yang telah diusulkan untuk digunakan pada bab 1. Pada bab ini juga membandingkan metode

yang akan digunakan dengan opsi metode lain sehingga terpilihlah metode yang akan digunakan sebagai penyelesaian dari permasalahan pada tugas akhir ini.

BAB III: METODE PENYELESAIAN MASALAH

Pada bab ini menjelaskan tahapan alur dari tugas akhir ini. Dimulai dengan tahap pendahuluan, pengumpulan data, tahap pengolahan data, verifikasi validasi, kesimpulan dan saran. Tahapan ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana alur dari awal permasalahan sampai penyelesaian masalahnya agar memudahkan pembaca dalam memahami tugas akhir ini.

BAB IV: PENYELESAIAN PERMASALAHAN

Bab ini menjabarkan tentang bagaimana proses dalam menyelesaikan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya. Dimulai dari pengumpulan data-data dan informasi dari perusahaan. Kemudian data tersebut dianalisis dan diolah untuk diketahui akar permasalahannya. Dari situ dapat dianalisis apa saja kebutuhan perusahaan kedepannya dan dapat mulai merancang solusi dari permasalahan. Hasil rancangan juga akan diverifikasi pada bab ini.

BAB V: VALIDASI, ANALISIS HASIL, DAN IMPLIKASI

Hasil rancangan yang sudah dijelaskan dan diverifikasi pada bab sebelumnya dilakukan validasi. Validasi dilakukan dengan wawancara dan wawancara pada pihak perusahaan. Selanjutnya dilakukan perancangan insentif dalam menghindari kegagalan dalam penerapan rancangan indikator kinerja yang telah diusulkan. Kemudian dilakukan analisis dalam mengimplementasikannya dan analisis implikasi rancangan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan hasil kesimpulan dari tugas akhir dan saran dalam menerapkan rancangan tugas akhir agar berhasil. Kesimpulan harus sesuai dengan permasalahan yang telah dijabarkan dan menjawab rumusan masalah pada tugas akhir. Saran yang diberikan membantu perusahaan dalam menjalankan rancangan agar dapat diterapkan kedepannya.