DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN…….. i
ABSTRAK……... ii
KATA PENGANTAR…….. iii
DAFTAR ISI…… v
DAFTAR GAMBAR……... x
DAFTAR TABEL…… xi
DAFTAR LAMPIRAN…… xvi
Bab 1 Pendahuluan…… 1
1.1. Latar Belakang Masalah…….. 1
1.2. Identifikasi Masalah…… 2
1.3. Tujuan Penelitian……. 3
1.4. Pembatasan Masalah…… 3
1.4. Asumsi-Asumsi……... 3
1.5. Sistematika Penulisan…….. 3
Bab 2 Tinjauan Pustaka……. 5
2.1.Pengertian Upah……... 5
2.2.Klasifikasi Upah..……. 6
2.3.Perencanaan Upah Perangsang..……... 8
2.4.Jenis-jenis Upah Perangsang……..…….. 9
2.4.1 Sistem Upah Perangsang Berdasarkan Hari Kerja……. 9
2.4.1.1 *Differential Day Rate Plan*……. 10
2.4.1.2 *Measured Day Rate*…… 11
2.4.2 Sistem Upah Perangsang Berdasarkan Produksi yang Dihasilkan..... 13
2.4.3 Sistem Upah Perangsang Menurut Jumlah Produksi..... 14
2.4.3.1 Rencana Tarif Satuan Murni…….. 14
2.4.3.2 Rencana tarif satuan yang dijamin..... 14
2.4.3.3 Rencana tarif satuan *differential* dari Taylor..... 15
2.4.3.4 Rencana bonus dari Gantt..... 16

2.4.3.5 Rencana Upah *Multiple* dari Merrick..... 17
2.4.3.6 Metode Efisisensi dari Emerson..... 18
2.4.4 Sistem Upah Perangsang Berdasarkan Jumlah Waktu yang Dihemat..... 19
2.4.4.1 Metode Halsey…… 20
2.4.4.2 Metode Rowan…..…… 20
2.4.4.3 Metode Bedaux……... 21
2.4.4.4 Metode Angka (*Point Rating*)…… 22
2.4.5 Sistem Upah atas Dasar Kerjasama ……... 23
2.4.5.1 Rencana Lincoln……. 24
2.4.5.2 Rencana Seaulon…… 24
2.4.6 Sistem Upah Perangsang Kelompok…….. 25
2.4.6.1 Menurut perbandingan bobot pekerjaan masing-masing anggota kelompok..... 26
2.4.6.2 Menurut jam kerja masing-masing kelompok..... 26
2.4.6.3 Menurut perbandingan gaji pokok masing-masing pekerja..... 26
2.4.6.4 Sama Rata……... 27
Bab 3 Metodologi Penelitian……. 28
3.1. Flowchart Penelitian……... 28
3.2. Langkah-langkah Penelitian…… 29
3.2.1 Observasi…… 29
3.2.2 Identifikasi Masalah……... 29
3.2.3 Tujuan Penelitian…… 29
3.2.4 Pengumpulan Data……. 29
3.2.5 Kerangka Pemikiran ……. 30
3.2.6 Pengolahan Data…..……... 30
3.2.7 Analisis …….. 31
3.2.8 Kesimpulan Dan Saran……... 31
3.2.9 Selesai……. 31

Bab 4 Pengumpulan Dan Pengolahan Data…….. 32
4.1. Pengumpulan Data…….. 32
4.1.1.Kriteria Insentif Salesman Divisi Consumer Product..... 32
4.1.1.1 Faktor Penilaian (F)……..…….. 32
4.1.1.2 Faktor Penalti (P)…… 33
4.1.1.3 *Fixed Incentive*……... 34
4.1.2 Form Insentif Salesman Divisi CP (*Consumer Product*)... 35
4.2.Pengolahan Data …….. 37
4.2.1.Form Insentif Salesman Divisi *Consumer Product* Bulan Desember 2006…….. 37
4.2.2. Perhitungan Insentif Divisi *Consumer Product* Bulan Desember 2006….…….. 39
4.2.3.Skenario Sistem Insentif untuk Salesman Divisi *Consumer Product*…..…… 41
4.2.3.1 Jika pencapaian s*ales* < 67% dan pencapaian *remisa* = 0 (dengan menggunakan metode Emerson) 41
4.2.3.2 Jika pencapaian s*ales* < 67% dan pencapaian r*emisa* = 0 (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 44
4.2.3.3 Jika pencapaian s*ales* >= 67% dan pencapaian r*emisa* = 0 (dengan menggunakan metode Emerson)……. 47
4.2.3.4 Jika pencapaian s*ales* >= 67 % dan pencapaian *Remisa* = 0 (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 50
4.2.3.5 Jika pencapaian s*ales* < 67% dan pencapaian r*emisa* >=67% (dengan menggunakan metode Emerson)……. 53
4.2.3.6 Jika pencapaian s*ales* < 67% dan pencapaian r*emisa* >=67% (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 56

4.2.3.7 Jika pencapaian s*ales* >= 67% dan pencapaian r*emisa* >=67% (dengan menggunakan metode Emerson)……. 59
4.2.3.8 Jika pencapaian s*ales* >= 67% dan pencapaian r*emisa* >=67% (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 62
4.2.3.9 Jika pencapaian s*ales* = 0 dan pencapaian r*emisa* >=67% (dengan menggunakan metode Emerson).. 65
4.2.3.10 Jika pencapaian s*ales* = 0 dan pencapaian r*emisa* >= 67% (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 68
4.2.3.11 Jika pencapaian s*ales* <67% dan pencapaian r*emisa* <67% (dengan menggunakan metode Emerson)……. 71
4.2.3.12 Jika pencapaian s*ales* <67% dan pencapaian r*emisa* <67%(dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 74
4.2.3.13 Jika pencapaian s*ales* = 0 dan pencapaian r*emisa* = 0 (dengan menggunakan metode Emerson)……. 77
4.2.3.14 Jika pencapaian s*ales* = 0 dan pencapaian r*emisa* = 0 (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 80
4.2.3.15 Jika pencapaian s*ales* = 0 dan pencapaian r*emisa* <67% (dengan menggunakan metode Emerson)……. 83
4.2.3.16 Jika pencapaian s*ales* = 0 dan pencapaian r*emisa* <67% (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 86
4.2.3.17 Jika pencapaian s*ales* >= 67% dan pencapaian r*emisa* <67% (dengan menggunakan metode Emerson)……. 89

4.2.3.18 Jika pencapaian s*ales* >= 67% dan pencapaian r*emisa* <67% (dengan menggunakan metode Perusahaan)……. 92
Bab 5 Analisis…….. 95
5.1. Analisis Strategi Sistem Insentif……..... 95
5.2. Analisis jumlah keluar masuknya karyawan bagian marketing dari tahun 2004, 2005 dan 2006…….. 99
5.3. Analisis Pebandingan antara pendapatan dengan biaya operasional ……..... 101
Bab 6 Kesimpulan Dan Saran……... 103
6.1. Kesimpulan……. 103
6.1.1 Sistem Insentif yang diterapkan oleh perusahaan…….. 103
6.1.2 Usulan Sistem Insentif (dengan menggunakan Metode Emerson)…… 103
6.1.3 Usulan sistem insentif yang paling memungkinkan untuk diterapkan di perusahaan …...…… 104
6.2. Saran…… 105
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN