

**Leadership Style in Incentive Payment for Sales Promotion Girls  
( Descriptive qualitative Study of Leadership Style with Sales  
Promotion Girls in CV. Vitur Agency Yogyakarta period  
September 2016 – March 2017 )**

**Oleh:**

Damaris Lantri Astuty

Email : [Bernadetha.damaris@gmail.com](mailto:Bernadetha.damaris@gmail.com)

**Abstract**

Performance is basically what sales promotion girl ( SPG ) does so it affects how much they contribute to the organization or company. Improper performance of sales promotion girl ( SPG ) will directly affect the company's performance so as to disrupt the company's stability. Using a qualitative descriptive approach, this study found that the existing organizational communication in CV. Vitur Agency Yogyakarta on leadership style that is done using formal and Informal communication. Formal communication at CV. Vitur Agency by conducting regular meetings every once a month to establish communication between superiors and from subordinates in order to improve the development, building image positive company. Instilling trust and satisfaction to companies that use services in CV. Vitur Agency Yogyakarta. While in handling the wage system has been adjusted to regional minimum wage and work performance. CV. Vitur agency in the incentive-oriented payment system is achievement-oriented, So if the achievement of the sales promotion girl exceeds the target, then the incentives received will be greater, as well..

**Keywords:** Leadership style, sales promotion girl ( SPG ), CV. Vitur Agency Yogyakarta

**Gaya Kepemimpinan yang Berkaitan dengan *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta  
Periode September 2016-Maret 2017**

**Oleh:**

Damaris Lantri Astuty

Email : [Bernadetha.damaris@gmail.com](mailto:Bernadetha.damaris@gmail.com)

**Abstrak**

Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) sehingga mempengaruhi seberapa banyak mereka berkontribusi kepada organisasi atau perusahaan. Kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) yang tidak baik secara langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga mengganggu stabilitas perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif, studi ini menemukan bahwa komunikasi organisasi yang ada di CV. Vitur Agency Yogyakarta pada gaya kepemimpinan yang dilakukan menggunakan komunikasi secara formal, dan informal. Komunikasi formal di CV. Vitur Agency Yogyakarta dengan cara melakukan rapat rutin setiap satu bulan sekali untuk menjalin komunikasi yang baik antar atasan maupun dari bawahan dalam rangka meningkatkan perkembangan, membangun *image* positif perusahaan, menanamkan kepercayaan dan kepuasan kepada perusahaan yang menggunakan jasa di CV. Vitur Agency Yogyakarta. Sedangkan dalam menangani sistem pengupahan sudah disesuaikan dengan Upah Minimum Regional (UMR) dan prestasi kerja. CV. Vitur Agency dalam sistem pembayaran insentif berorientasi pada prestasi, maka jika prestasi yang dimiliki SPG melebihi dari target, maka insentif yang diterima akan lebih besar, demikian juga sebaliknya.

**Kata kunci** : Gaya Kepemimpinan, *Sales Promotion Girl* (SPG), CV. Vitur Agency Yogyakarta

## I. PENDAHULUAN

Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) sehingga mempengaruhi seberapa banyak mereka berkontribusi kepada organisasi atau perusahaan. Kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) yang tidak baik secara langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga mengganggu stabilitas perusahaan. Apabila permasalahan tersebut tidak diatasi dengan baik akan menyebabkan terganggunya pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan dengan melakukan komunikasi yang baik antara perusahaan dan karyawannya untuk mengatasi masalah tersebut.

Kehadiran seorang SPG biasanya ada dalam sebuah acara promosi dengan menyampaikan pesan kepada khalayak baik yang berupa acara mobile *Road Trip* atau *Stand Exhibition* yang tujuannya adalah untuk menarik konsumen. Hal ini didasarkan pada penampilan pertama yang di tunjukkan oleh SPG dengan penampilan fisik yang memang biasanya menarik. Penampilan fisik yang menarik biasanya lebih diprioritaskan pada seorang SPG yang memiliki kriteria *good looking* atau bahkan *sexy*. Setelah melihat penampilan SPG dan dapat menyampaikan pesan dengan penawarannya yang menarik, biasanya calon pembeli berpikir untuk mencoba produk atau sekedar menerima sampel/brosur yang di sodorkan oleh SPG, di mana seorang SPG dengan berhasil untuk menjelaskan hal-hal yang dikomunikasikan kepada masyarakat.

CV. Vitur Agency Yogyakarta mengalami kendala pada *Sales Promotion Girl* (SPG) dalam menyampaikan pesan yang mudah diterima oleh masyarakat. Masih kurangnya komunikasi antara atasan dan bawahan, sehingga sering terjadi salah informasi yang menyebabkan perbedaan pendapat di antara para karyawan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta pada tanggal 19 September 2016, diketahui bahwa kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) mengalami penurunan. Menurunnya kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) karena pihak CV. Vitur Agency Yogyakarta sering

mengalami keterlambatan dalam pembayaran insentif, di mana perjanjian pembayaran insentif tidak tepat waktu yaitu sering mundur dari waktu yang telah disepakati bersama antara pihak perusahaan dan *Sales Promotion Girl* (SPG). Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya kepemimpinan dalam pembayaran insentif bagi *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta periode September 2016-Maret 2017.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti; kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion Girl* (SPG) yang bekerja di CV, Vitur Agency Yogyakarta antara lain SPG yang sudah bekerja lebih dari 4 tahun, SPG yang berstatus masih mahasiswa dan informan di CV. Vitur Agency Yogyakarta sesuai masalah yang peneliti ambil.

Obyek dalam penelitian ini adalah tentang gaya kepemimpinan dalam pembayaran insentif bagi SPG (*Sales Promotion Girl*) di CV. Vitur Agency yang beralamat di Jalan Ringroad Barat No. 78 Yogyakarta. Adapun teknik pengumpulan data melalui observasi partisipan dan wawancara terstruktur, dokumentasi dan tinjauan literatur. Sedangkan teknik analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Gaya Kepemimpinan di CV. Vitur Agency Yogyakarta**

CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam menjalankan perusahaan menerapkan gaya kepemimpinan yang dilakukan secara direktif, yaitu pemimpin CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam memimpin karyawannya dengan cara memberitahukan kepada karyawan apa yang diharapkan dari mereka, memberitahukan jadwal kerja yang harus diselesaikan dan standar kerja, serta memberikan bimbingan secara spesifik tentang cara-cara menyelesaikan tugas tersebut, termasuk di dalamnya aspek perencanaan, organisasi, koordinasi dan pengawasan. Selain gaya kepemimpinan secara direktif, CV. Vitur Agency Yogyakarta juga menerapkan gaya kepemimpinan yang berorientasi pada prestasi, yaitu pemimpin menetapkan tujuan yang menantang dan mengharapkan bawahan untuk berprestasi semaksimal mungkin serta terus menerus mencari pengembangan prestasi dalam pencapaian tujuan tersebut. Dalam gaya kepemimpinan ini, tingkah laku individu didorong oleh *need for achievement* atau kebutuhan untuk berprestasi.

CV. Vitur agency Yogyakarta telah menerapkan gaya kepemimpinan secara direktif dan orientasi pada prestasi. Gaya kepemimpinan ini sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan selama ini. Di mana pemimpin sangat berpengaruh terhadap peningkatan perusahaan, karyawan atau SPG dituntut juga untuk dapat bekerja dengan semaksimal mungkin, sehingga pencapaian target yang ditetapkan sebelumnya terpenuhi dengan baik. Klein-klein yang menggunakan jasa Vitur agency Yogyakarta juga mendapatkan keuntungan sesuai barang atau jasa yang ditawarkan.

### **2. Hubungan antar Organisasi di CV. Vitur Agency Yogyakarta**

Hubungan antar organisasi yang ada di CV. Vitur Agency Yogyakarta menggunakan komunikasi secara formal dan informal. Komunikasi formal merupakan suatu proses komunikasi yang bersifat resmi dan biasanya dilakukan di dalam lembaga formal melalui garis perintah atau sifatnya intruktif, berdasarkan struktur organisasi dengan status masing-masing yang

tujuannya menyampaikan pesan yang terkait dengan kepentingan kegiatan. Suatu komunikasi juga dapat dikatakan formal ketika komunikasi antara dua orang atau lebih yang ada pada suatu organisasi dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip dan struktur organisasi. Pesan di dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah (*downward communication*), dari bawah ke atas (*upward communication*), ataupun aliran komunikasi horisontal (*horizontal communication*). Arah komunikasi lain adalah desas desus atau *grapevine*.

Komunikasi formal di CV. Vitur Agency Yogyakarta sejauh ini sudah melakukan komunikasi formal dengan cara melakukan rapat rutin setiap satu bulan sekali. Tujuan diadakan rapat rutin setiap bulan adalah untuk menjalin komunikasi yang baik antar atasan maupun dari bawahan dalam rangka mengetahui perkembangan dan kemajuan perusahaan. Dengan adanya komunikasi secara formal tersebut, maka keluhan yang dirasakan oleh karyawan maupun *owner* dapat dipecahkan secara bersama-sama untuk mencapai kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan. Berdasarkan definisi komunikasi formal seperti dijelaskan di atas. Komunikasi organisasi dibagian Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta menggunakan komunikasi formal dari pimpinan kepada bawahan atau dari bawahan kepada pimpinan, serta komunikasi yang terjadi antar sesama pimpinan dan mereka menempati bagian fungsional yang berbeda.

Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta merupakan kegiatan organisasi yang bergerak di bidang menyediakan jasa. Pola komunikasi formal di bagian humas CV. Vitur Agency Yogyakarta dapat dianalisis melalui kegiatan pada saat tertentu yaitu forum rapat bulanan, melalui *breafing* formal, kegiatan tersebut terkait bagaimana komunikasi dari pimpinan ke bawahan (*Downward Communication*), komunikasi dari bawahan ke atasan (*Upward Communication*), dan komunikasi horisontal (*Horizontal Communication*).

Dalam rapatnya antara pimpinan (*owner*) dan karyawan membahas tentang pengupahan bagi karyawannya. Pengupahan dapat dirumuskan sebagai balas jasa yang memadai kepada karyawan yang prestasinya melebihi standar

yang telah ditetapkan. Balas jasa adalah imbalan yang diberikan pada karyawan (SPG) yang telah memberikan untuk perusahaan. Pertimbangan penetapan balas jasa terdapat dua faktor yang mempengaruhi yaitu rasio kompensasi dengan masukan seseorang yang berupa tenaga, pendidikan, pengalaman, latihan. Faktor yang kedua adalah perbandingan rasio dengan siap kontak langsung selalu terjadi sesuai dengan informasi yang disampaikan untuk semua orang.

Dari uraian tersebut di atas, maka *Sales Promotion Girls* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam melakukan kewajibannya sebagai karyawan bekerja untuk menawarkan jasa atau barang kepada konsumen tidak dapat terlihat secara nyata apa yang dilakukan. Namun dari pekerjaannya itu, maka perusahaan dapat merasakan keuntungan yang telah dilakukan oleh para SPG tersebut. Jika para SPG bekerja dengan baik yaitu dapat berkomunikasi secara informal maupun formal dengan melakukan kinerja yang maksimal, maka secara langsung upah yang balas jasa yang diberikan dari perusahaan lebih besar dibandingkan dengan karyawan yang bekerjanya kurang maksimal. Keberhasilan suatu organisasi tergantung kerjasama yang baik antara atasan dan bawahan yang dijalankan dengan menjalankan pola komunikasi secara formal.

Dengan mengedepankan komunikasi secara formal kepada atasan, di mana setiap bawahan berwenang untuk mengemukakan pendapat berkenaan dengan pembayaran upah *Sales Promotion Girls* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta. Pembayaran insentif diberikan sebagai imbalan dari pekerjaan atau jasa (kinerja ) yang telah dilakukan, berfungsi sebagai jaminan kelangsungan kehidupan yang layak bagi kemanusiaan dan produksi. Pembayaran insentif di CV. Vitur Agency Yogyakarta sudah dinyatakan menurut peraturan Undang-undang dan peraturan-peraturan dan dibayarkan atas dasar suatu perjanjian kerja.

Rivai (2004:85-90) menjelaskan dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai maka lahirlah sifat-sifat pimpinan dalam memimpin, sifat ini pada akhirnya secara psikologis akan berpengaruh terhadap “gaya” yang digunakan

oleh seorang pimpinan dalam memimpin bawahannya untuk bekerja yaitu dengan cara mengetahui dan mendiskripsikan karakteristik sifat pegawai apakah pegawai tersebut memiliki kemampuan dalam bekerja atau apakah pegawai tersebut rajin dalam bekerja atau dengan kata lain tidak bermalas-malasan. Karena pada dasarnya sifat pegawai itu ada 4 macam, ada yang memiliki kemampuan dalam bekerja tapi malas bekerja, ada yang tidak memiliki kemampuan dalam bekerja tetapi rajin bekerja, ada yang tidak memiliki kemampuan dalam bekerja dan malas bekerja serta ada yang memiliki kemampuan dalam bekerja dan rajin bekerja.

Tetapi dengan adanya komunikasi yang terjaga dengan baik, yang berasal dari komunikasi secara formal, informal maupun secara rasional. Maka suatu organisasi dapat berjalan dengan serasi dan lebih meningkat kemampuan dalam bekerja. Berdasarkan hasil pengamatan, di CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam melakukan komunikasi, pihak *owner* selalu memberikan pesan kepada setiap karyawannya dalam bekerja harus maksimal, loyal, sportif dan tanggungjawab. Sesuai dengan misi yang ada di CV. Vitur Agency Yogyakarta selalu membangun kepercayaan dan kepuasan yang maksimal dengan cara membantu mempertahankan atau mengembangkan *image* dan citra perusahaan, menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang menggunakan jasanya. Dengan adanya komunikasi yang terjalin antara atasan dan bawahan yang harmonis, maka secara langsung ikatan untuk membangun citra organisasi ke arah yang positif lebih mudah dan terkoordinasi.

Koordinasi dalam menyebarkan suatu pesan merupakan bentuk konfigurasi yang menggambarkan sistem itu sendiri secara garis besar. Peneliti menemukan bahwa pesan yang di buat oleh pimpinan itu disebarluaskan melalui komunikasi dengan jalur yang sudah diatur. Sebagai contoh apabila seorang anggota dari divisi lain memberikan informasi untuk bagian humas maka informasi tersebut harus dikirim kepada pimpinan terlebih dahulu lalu komunikator menyampaikan pesan komunikasi kepada orang banyak.

Adapun pengaruh organisasi pada proses komunikasi di CV. Vitur Agency Yogyakarta dapat terlihat dari pengawasan arus informasi, di mana



setiap anggota karyawan di CV. Vitur Agency Yogyakarta dapat memperoleh informasi/pesan dari pimpinan langsung maupun dari para anggota lainnya. Di mana seorang pemimpin memberitahukan kepada bawahan apa yang diharapkan dari mereka, memberitahukan jadwal kerja yang harus diselesaikan dan standar kerja, serta memberikan bimbingan secara spesifik tentang cara-cara menyelesaikan tugas tersebut, termasuk di dalamnya aspek perencanaan, organisasi, koordinasi dan pengawasan. Gaya kepemimpinan yang direktif ini CV. Vitur agency Yogyakarta dapat berkomunikasi secara baik dengan bawahan dan memberikan tanggungjawab penuh dalam menjalankan tugasnya. Sehingga pihak perusahaan dapat melakukan pengawasan dapat terkendali, setiap kebijakan dari pimpinan dapat diterima dan dipertanggungjawabkan oleh seluruh anggota untuk pelaksanaannya. Kecermatan tugas baik dalam melaksanakan tugas-tugas sebagai anggota karyawan khususnya bagi karyawan SPG yang bekerja di CV. Vitur Agency Yogyakarta, dengan adanya pola komunikasi bintang maka dapat berjalan dengan baik dan informasi dapat diperoleh dari atasan langsung dengan akurat. Jumlah pesan pesan yang masuk dan keluar di CV. Vitur Agency Yogyakarta sangat tinggi. Pesan yang keluar dipublikasikan langsung dari sub devisi yaitu manager EO dengan media yang telah ditentukan.

Organisasi adalah sebuah sistem yang membutuhkan orang-orang untuk menjalankan fungsi organisasi tersebut. Bukan sekedar terbentuk dari sistem orang, organisasi juga hidup dari kemampuan koordinasi dan berkomunikasi baik para pelakunya atau organisatornya. Sebagai sebuah organisasi yang berpengaruh di dalam sebuah lingkungan, Humas di CV. Vitur Agency Yogyakarta pasti mempunyai pola-pola komunikasi di dalam menjalankan fungsi dan kegiatannya sebagai sebuah Organisasi. Selain mengetahui pola komunikasi dan gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh CV. Vitur Agency Yogyakarta, sistem pembayaran insentif juga harus diperhatikan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya.

### **3. Sistem Pengupahan di CV. Vitur Agency Yogyakarta**

Sistem pengupahan yang diterapkan oleh CV. Vitur Agency Yogyakarta sudah disesuaikan dengan Upah Minimum Regional (UMR), dilihat juga berdasarkan standar-standar prestasi kerja yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan selama melakukan pekerjaan. Setelah *Sales Promotion Girl* (SPG) dapat menunjukkan kinerja kepada pimpinan CV. Vitur Agency Yogyakarta. Di mana perusahaan yang memakai jasa CV. Vitur Agency Yogyakarta mendapatkan keuntungan, maka pihak CV. Vitur Agency Yogyakarta melakukan penilaian kerja untuk menentukan berapa besar upah yang akan diberikan kepada SPG yang berprestasi.

Pembayaran upah *Sales Promotion Girls* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta diberikan sebagai imbalan dari pekerjaan atau jasa yang telah dan akan dilakukan, berfungsi sebagai jaminan kelangsungan kehidupan yang layak bagi kemanusiaan dan produksi. Sistem pengupahan di CV. Vitur Agency Yogyakarta sudah dinyatakan menurut peraturan Undang-undang dan peraturan-peraturan dan dibayarkan atas dasar suatu perjanjian kerja.

Dari uraian di atas, merujuk pada teori Hani Handoko (2001:58-62) mengemukakan bahwa “pemberian upah/ insentif adalah perangsang yang ditawarkan kepada para karyawan untuk melaksanakan kerja sesuai atau lebih tinggi dari standar- standar yang telah ditetapkan”. Sehingga diharapkan dengan membrikan insentif yang sesuai dengan prestasi kerja, maka keuntungan dari perusahaan semakin meningkat.

### **4. Komunikasi Organisasi dengan Sistem Pengupahan di CV. Vitur Agency Yogyakarta**

Menurut Siagian, Sondang (1995, 47-51) menjelaskan bahwa informasi pada dasarnya dibutuhkan semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun mengatasi konflik yang ada dalam suatu organisasi. Begitu pula dengan karyawan yang membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, selain

membutuhkan informasi untuk jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, balas jasa dan sebagainya.

Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam berkomunikasi dengan bawahan dengan cara melakukan rapat bulanan yang dilakukan secara rutin satu bulan sekali, untuk evaluasi kerja para karyawan (SPG) yang mengharuskan para karyawan untuk mempresentasikan apapun yang sudah dilakukannya di dalam satu bulan terakhir bekerja dan saling memberikan saran, opini, ataupun *sharing* kepada pimpinan CV. Vitur Agency Yogyakarta dan sesama anggota serta melaporkan hasil kerjanya baik itu perkembangan atau kekurangan dan pada proses ini. Dari sub bagian lain diperbolehkan untuk mengkritisi dan menyangkal laporan tersebut jika memang dianggap tidak sesuai dengan penglihatan sub bagian lainnya, ini merupakan perwujudan komunikasi organisasi secara langsung dan komunikasi dua arah yang terjadi di dalam proses komunikasi di dalam sebuah organisasi. Dalam forum rapat inilah komunikasi formal secara vertikal dan horisontal terjadi di bagian CV. Vitur Agency Yogyakarta

Forum rapat sekali yang dilakukan oleh Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta inilah yang menjadi komunikasi formal antara pimpinan ke para staf, dan dari rapat ini informasi yang diharapkan bisa terlaksana atau tercapai kepada para staf lainnya. Sehingga keluhan atau pendapat dari para SPG dapat dikomunikasikan dengan jelas, baik menyangkut masalah kinerja maupun pembayaran insentif yang diterima oleh para SPG.

Pada forum rapat sebagai tindakan nyata sebagai proses evakuasi Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta, pembagian tugas kerja perdivisi bisa lebih tertata dan informasi kepada anggotanya bisa tercapai. Seluruh anggota organisasi berhak menyampaikan pendapatnya dan berdiskusi dengan anggota lainnya. Pada fase ini tidak jarang ada banyak perdebatan dan diskusi terjadi namun setelah adanya perdebatan dan diskusi yang berlangsung cukup serius pada akhirnya didapatkan hasil atau sebuah keputusan bersama untuk perbaikan kinerja organisasi. Hal ini merupakan salah satu contoh nyata bahwa

pada bagian Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta telah terjadi tiga arus komunikasi organisasi yaitu *downward communication*, *upward communication*, dan *horizontal communication*.

Komunikasi ke bawah atau *downward communication* menunjukkan arus informasi/ pesan yang mengalir dari paraatasan dalam hal ini Owner CV. Vitur Agency Yogyakarta kebawahannya yaitu seluruh karyawan yang ada di CV. Vitur Agency Yogyakarta. Komunikasi ke atas atau *upward communication* adalah komunikasi yang dilakukan mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta selalu melakukan pola komunikasi keatas dengan sesuai jalur birokrasi yang ada, setiap anggota karyawan dapat menyampaikan informasi bersifat formal maupun non-formal harus disampaikan kepada Atasan melalui forum resmi ataupun komunikasi interpersonal setiap harinya.

Komunikasi informal yang terjadi pada *owner*, manager operasional dan *account executive*, berlangsung dengan baik dan komunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi mereka dalam organisasi tanpa ada halangan meskipun didalam sebuah organisasi terdiri beberapa divisi, semua bisa berkomunikasi dengan siapapun tanpa memandang usia dan jenis kelamin. Komunikasi informal ini menyebabkan informasi pribadi muncul dari interaksi diantara orang-orang yang berkomunikasi dan mengalir keseluruh organisasi tanpa dapat diperkirakan. Jaringan komunikasi ini lebih dikenal dengan desas-desus (*grapevine*) atau kabar angin. Komunikasi seperti ini akan sering muncul disela-sela saat semua anggota staf sedang melakukan pekerjaannya masing-masing. Bahkan komunikasi ini biasanya berlangsung sampai pada waktu *coffee break* atau istirahat.

Komunikasi informal bukan hanya dengan jalan atau makan bersama. Tetapi dengan media sosial yang digunakan di dalam organisasi CV. Vitur Agency Yogyakarta, seperti media sosial Facebook, media sosial BBM, dan lain-lain. Mereka saling berinteraksi dengan media sosial tersebut. Komunikasi informal ini melengkapi komunikasi formal yang ada di Humas CV. Vitur

Agency Yogyakarta. Komunikasi informal membentuk relasi antar personal dalam organisasi yang dapat mempengaruhi keputusan bagi organisasi. Komunikasi informal di CV. Vitur Agency Yogyakarta banyak bermanfaat dalam penyebaran informasi pada anggota organisasi, karena tidak terhalang struktur organisasi.

Struktur organisasi yang berwenang dalam pembayaran insentif para SPG di CV. Vitur Agency Yogyakarta adalah bagian keuangan yang mana bagian keuangan sudah sepakat dengan pihak owner, manajemen operasional. Adapun indikator CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam melakukan pembayaran insentif kepada para *Sale Promotion Girl* (SPG) berdasarkan 2 indikator meliputi: insentif material yaitu pembayaran insentif kepada SPG yang bekerja di CV. Vitur Agency Yogyakarta berupa uang (*finansial*) yang sudah sesuai dengan sistem UMR di Yogyakarta. Besarnya insentif tergantung dari UMR dan prestasi kerja yang dilakukan oleh para SPG. Jika para SPG dapat mencapai target yang telah ditetapkan pihak CV. Vitur Agency Yogyakarta maka secara otomatis insentif yang diterima SPG akan lebih banyak dibandingkan dengan SPG yang tidak dapat mencapai target.

Pada dasarnya besarnya insentif yang diberikan kepada para SPG yang memiliki prestasi lebih baik dibandingkan dengan SPG lainnya. Karena CV. Vitur Agency dalam sistem pembayaran insentif yang berorientasi pada prestasi kerja, maka jika prestasikerja yang dimiliki SPG melebihi dari target, maka insentif yang diterima akan lebih besar. Hal ini terbukti, jika seorang SPG dapat melakukan pekerjaannya sesuai keinginan perusahaan dan Klein yang menggunakan jasanya, maka insentif yang diberikan sesuai prestasi kerja. Bukan saja insentif berupa uang yang diberikan oleh perusahaan kepada SPG, perusahaan juga memberikan insentif material (uang). Pembayaran dengan tepat waktu dan adil inilah yang diharapkan oleh para SPG yang bekerja di CV. Vitur Agency Yogyakarta. Di mana setiap karyawan pasti menginginkan imbalan selain upah/gaji sesuai waktu yang ditetapkan sebelumnya, atau tidak telat waktu pembayarannya.

Selain itu, seorang SPG dituntut untuk dapat menarik minat konsumen dalam menawarkan jasa maupun produk. Jangan sampai terjadi pihak perusahaan sudah memakai jasa agency, namun produk atau jasa yang ditawarkan tidak mengalami peningkatan dalam penjualan. Maka pihak perusahaan mengalami kerugian, akibatnya agency yang menawarkan jasanya terkena teguran, menurunkan kepercayaan CV. Vitur Agency Yogyakarta dan imbas yang dirasakan oleh SPG juga akan bernasib sama yaitu mendapat teguran dari pihak agency. Pada dasarnya jumlah nominal yang diterima para SPG sesuai kesepakatan sebelumnya, namun kenyataan yang sering dijumpai dan dirasakan oleh para SPG di CV. Vitur Agency Yogyakarta mengeluhkan karena fee yang diberikan kepada SPG sering mengalami keterlambatan sesuai kesepakatan antara pihak agen dengan para SPG. Keterlambatan pembayaran insentif disebabkan karena pihak CV. Vitur Agency Yogyakarta belum lengkap dalam mengkalkulasi pendapatan yang diterima dari perusahaan yang menggunakan jasanya. Faktor lain yang rasakan oleh para SPG di CV. Vitur Agency Yogyakarta adalah belum turunnya anggaran dari perusahaan yang menggunakan jasanya. Selain itu, kurang adilnya dalam pembagian insentif sehingga sering terjadi perselisihan antar SPG yang bekerja pada event yang sama. Sedangkan untuk mengurangi perselisihan yang terjadi, maka seorang pemimpin dapat mengajak karyawannya untuk lebih terbuka dan saling menjaga komunikasi yang baik, yaitu saling menerima dan memberi masukan yang positif dan membangun bagi perkembangan dan kepercayaan, serta citra positif bagi CV. Vitur Agency Yogyakarta.

Adapun harapan yang diinginkan dari informan mengatakan bahwa insentif bisa turun atau cair berbarengan dengan sama gaji pokok supaya perhitungan di akhir periode tidak bingung yang bisa menjadikan ganjalan di hati para SPG. Selain itu pada intinya harapan para SPG yang bekerja di CV. Vitur Agency Yogyakarta mengharapkan dari pihak CV. Vitur lebih memperhatikan kesejahteraan para SPGnya, sehingga SPG yang digunakan jasanya dapat bekerja dengan maksimal dan memiliki tanggungjawab yang tinggi untuk meningkatkan kelangsungan CV. Vitur Agency Yogyakarta.

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil pembahasan di atas, maka penelitian ini disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi yang ada di CV. Vitur Agency Yogyakarta pada gaya kepemimpinan yang dilakukan menggunakan komunikasi secara formal, dan informal. Komunikasi formal di CV. Vitur Agency Yogyakarta dengan cara melakukan rapat rutin setiap satu bulan sekali untuk menjalin komunikasi yang baik antar atasan maupun dari bawahan dalam rangka meningkatkan perkembangan, membangun *image* positif perusahaan, menanamkan kepercayaan dan kepuasan kepada perusahaan yang menggunakan jasa di CV. Vitur Agency Yogyakarta.

Sedangkan CV. Vitur Agency Yogyakarta dalam menangani sistem pengupahan sudah disesuaikan dengan Upah Minimum Regional (UMR) dan prestasi kerja. CV. Vitur Agency dalam sistem pembayaran insentif berorientasi pada prestasi, maka jika prestasi yang dimiliki SPG melebihi dari target, maka insentif yang diterima akan lebih besar, demikian juga sebaliknya.

### **2. Saran**

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

#### **a. Bagi perusahaan**

Hasil penelitian, dapat dilihat bahwa karyawan di CV. Vitur Agency Yogyakarta menghendaki untuk pembayaran insentif kepada karyawannya lebih diperhatikan dan transparan, serta perusahaan membuat sistem presensi yang baku dan meminimalisir kecurangan karyawan. Dengan hal tersebut karyawan akan lebih disiplin, tanggungjawab dalam bekerja.

#### **b. Bagi Karyawan**

Dengan adanya pembayaran insentif yang sesuai dengan prestasi dan kemampuan karyawan, maka kualitas dan kinerja SPG dalam pelayanan kepada masyarakat semakin baik dan maksimal.

#### **c. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam memahami dalam bidang penelitian sesuai dengan gaya kepemimpinan yang membahas tentang pembayaran insentif karyawan.

d. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi yang berhubungan dengan ilmu komunikasi tentang gaya kepemimpinan dalam menangani sistem pembayaran insentif di perusahaan. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap sistem pembayaran insentif karyawan misalnya pendidikan, pengetahuan, ketrampilan, pengalaman, dan motivasi, dll.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aldila Nursanti. Pengaruh Pelatihan Kerja dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan di CV. KEDAI DIGITAL, Yogyakarta. Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.
- Dahlan, Alwi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Haji Mas Agung, 1999.
- Fajar, Marhaeni. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Handoko, Hani. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: BPFE UGM, 2001.
- Hasibuan, Malayu S. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Haji Mas Agung. 1996.
- Kirkpatrick, Ronald L. *Evaluating Training Program: The Four Level*. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher. 1994.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu., *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Manrihu, Tayeb. *Peningkatan Kinerja Organisasi*. Jakarta : Gunung Agung, 1992.
- Moekijat. *Latihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung : Mandar Maju, 1991.
- Moleong, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pace, R. Wyne Dan Faules, Don F. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT. Remaja osdakarya, 2001.
- Prawirosentono, 2008, *Kebijakan Kinerja Karyawan*, PBFE Yogyakarta.
- Purwanto, Ngalim. *Psikologi Pendidikan*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1984.
- Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002.
- Sedyamayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, CV. Mandar Maju, Bandung. 2009.
- Siagian, Sondang, P. *Organisasi Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi*, Jakarta : PT. Gunung Agung, 1995.
- Simamora. *Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta. 2004..
- Sulistyo Basuki. *Metode Penelitian*, Wedatama Widya, Jakarta. 2006.

Uchjan, Onong. *Ilmu komunikasi, teori dan praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdak,1997.

Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Refika Aditama, Bandung. 2009.

Zaputri, R. A., Rahardjo, K., dan Utami,H. N. (2013). *Pengaruh Insentif Material dan Non Material Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan: Studi pada Karyawan Produksi Cetak PT. Temprina Media Grafika di Surabaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 2 (2), 1-8.