

Strategi Pengembangan Sistem Insentif yang Berkeadilan bagi Tenaga Penjualan dalam Meningkatkan Daya Saing Organisasi

Strategy for developing a fair incentive system for sales personnel to improve organizational competitiveness

Rini Falensia*, Medy Idrian Witrisona, Arisandi, Sentot Imam Wahjono

Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

* rinfalensia@gmail.com (Primary Contact)

ABSTRACT

Keywords

Employee
Performance, Human
Resource
Development,
Organizational
Competitiveness,
Organizational
Culture, Training

Article History

Received: 2025-11-06
Accepted: 2025-11-18

This study addresses the low effectiveness of human resource (HR) strategies, which affects employee performance and organizational outcomes. The purpose is to examine the effectiveness of a fair incentive system for sales personnel and strategies for its development to enhance organizational competitiveness. Using a library research method, secondary data were collected from scientific journals (2020-2025) via the Publish or Perish application. Data were analyzed qualitatively and descriptively through content analysis, comparing perspectives from various studies to identify similarities, differences, and research gaps. Findings indicate that a fair incentive system enhances motivation, productivity, and loyalty when it applies principles of fairness in distribution, procedures, and interactions. Effective incentive strategies integrate financial and non-financial rewards, leverage innovation and digital tools, and promote two-way communication. Combining individual and group incentives fosters team synergy and strengthens organizational competitiveness. The study highlights that transparent and performance-relevant incentives are essential for sustainable HR development and organizational success.

Copyright © 2025, Falensia et al.
Published by MAN 4 Kota Pekanbaru
DOI: [10.56113/takuana.v4i3.213](https://doi.org/10.56113/takuana.v4i3.213)

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat pada era globalisasi menuntut setiap organisasi untuk memiliki strategi pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Perubahan lingkungan bisnis yang dinamis menyebabkan perusahaan harus terus beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, serta dinamika pasar yang fluktuatif (Hadiati et al., 2025). Keunggulan kompetitif tidak lagi hanya ditentukan oleh

produk atau layanan yang ditawarkan, melainkan juga oleh kualitas, motivasi, dan kinerja tenaga kerja yang berada di balik operasional organisasi. Salah satu faktor penentu keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan strategisnya terletak pada bagaimana sistem penghargaan atau insentif dirancang dan diterapkan secara adil dan proporsional (Wijayaningsih et al., 2024).

Kinerja tenaga penjualan menjadi komponen penting dalam struktur organisasi bisnis. Tenaga penjualan memiliki peran langsung dalam membangun hubungan dengan pelanggan, memperluas pangsa pasar, serta menjaga keberlangsungan pendapatan perusahaan (Udayana & Gusmawan, 2020). Kinerja tidak hanya menentukan volume penjualan, tetapi juga citra dan reputasi organisasi di mata publik. Oleh karena itu, sistem insentif yang tepat menjadi instrumen utama dalam mendorong produktivitas dan loyalitas tenaga penjualan. Sistem tersebut berfungsi sebagai bentuk pengakuan atas kontribusi individu terhadap pencapaian tujuan perusahaan sekaligus sebagai alat motivasi untuk mempertahankan kinerja optimal secara berkelanjutan (Pratiwi et al., 2025).

Perusahaan yang mampu mengembangkan sistem insentif berkeadilan cenderung memiliki tingkat retensi karyawan yang tinggi. Rasa keadilan dalam kompensasi dan penghargaan memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan kerja, keterlibatan, serta komitmen organisasi. Ketika tenaga penjualan merasa diperlakukan secara adil, mereka akan menunjukkan dedikasi yang lebih tinggi dalam mencapai target dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Shaqi & Riris, 2025). Keadilan dalam konteks ini tidak hanya merujuk pada besaran insentif yang diterima, melainkan juga pada transparansi mekanisme penilaiannya, relevansi indikator kinerja yang digunakan, serta keterbukaan informasi terkait pencapaian hasil kerja.

Penerapan sistem insentif yang tidak berkeadilan sering kali menimbulkan ketidakpuasan di kalangan tenaga penjualan. Ketimpangan dalam pemberian penghargaan berpotensi menurunkan motivasi, meningkatkan konflik internal, serta memperburuk budaya organisasi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sistem insentif yang tidak mempertimbangkan aspek keadilan cenderung mengarah pada perilaku disfungsional seperti manipulasi laporan penjualan, persaingan tidak sehat antar pegawai, bahkan penurunan moral kerja secara keseluruhan. Ketidakseimbangan antara kontribusi dan imbalan menimbulkan persepsi negatif yang dapat menghambat efektivitas strategi bisnis jangka panjang.

Pentingnya sistem insentif yang berkeadilan juga berkaitan erat dengan teori motivasi kerja. Ketika persepsi ketidakadilan muncul, individu cenderung mengurangi tingkat usahanya atau bahkan mencari lingkungan kerja lain yang dianggap lebih adil. Prinsip ini sangat relevan bagi tenaga penjualan yang berorientasi pada hasil, karena keberhasilan mereka sangat dipengaruhi oleh sistem penghargaan yang dirancang oleh organisasi. Organisasi perlu memahami bahwa sistem insentif bukan hanya sekadar mekanisme finansial, melainkan juga bagian dari strategi pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada peningkatan daya saing (Faisal & Rahmah, 2025).

Daya saing organisasi tidak dapat tercapai tanpa kontribusi tenaga penjualan yang berkinerja tinggi dan berintegritas. Sistem insentif yang berkeadilan berfungsi sebagai jembatan antara kepentingan organisasi dan kebutuhan individu. Melalui insentif yang proporsional, organisasi mampu menciptakan lingkungan kerja yang kompetitif, kolaboratif, serta berorientasi pada hasil. Implementasi strategi pengembangan sistem

insentif harus disesuaikan dengan karakteristik organisasi, jenis produk, serta kondisi pasar.

Setiap organisasi memiliki struktur dan budaya kerja yang berbeda, sehingga sistem penghargaan yang diterapkan tidak dapat diseragamkan. Pendekatan yang bersifat adaptif dan partisipatif diperlukan agar sistem insentif dapat diterima oleh seluruh pihak secara adil. Keterlibatan tenaga penjualan dalam proses perumusan indikator kinerja menjadi langkah penting untuk menciptakan rasa memiliki terhadap sistem yang dibangun. Melalui komunikasi yang terbuka dan evaluasi berkala, organisasi dapat memastikan bahwa sistem insentif yang diterapkan tetap relevan terhadap dinamika bisnis yang terjadi (Ritonga et al., 2024).

Faktor keadilan distributif dan keadilan prosedural menjadi landasan utama dalam pengembangan sistem insentif. Keadilan distributif menitikberatkan pada kesesuaian antara hasil kerja dan imbalan yang diterima, sedangkan keadilan prosedural berhubungan dengan kejelasan mekanisme penilaian serta keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Kombinasi keduanya mampu menciptakan sistem penghargaan yang tidak hanya efektif secara ekonomi tetapi juga etis secara sosial. Penerapan prinsip keadilan ini memperkuat hubungan antara organisasi dan tenaga penjualan, menciptakan rasa saling percaya, serta meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Daya saing organisasi di era modern menuntut strategi pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada hasil dan kesejahteraan. Kinerja tenaga penjualan yang unggul menjadi faktor pembeda antara perusahaan yang berkembang dan yang tertinggal. Pengembangan sistem insentif berkeadilan berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya saing melalui peningkatan motivasi, produktivitas, serta retensi tenaga kerja yang berkualitas (Aulia & Kuswinarno, 2024). Perusahaan yang mampu mengelola insentif secara adil akan lebih mudah menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berbagai perusahaan di Indonesia menghadapi tantangan dalam merancang sistem insentif yang sesuai dengan kebutuhan karyawan dan tuntutan organisasi. Banyak organisasi yang masih menerapkan sistem konvensional berbasis target kuantitatif tanpa mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Pendekatan tersebut sering kali menimbulkan tekanan psikologis yang berdampak pada penurunan moral kerja. Diperlukan inovasi dalam sistem insentif yang tidak hanya berorientasi pada hasil penjualan, tetapi juga memperhatikan faktor perilaku, etika kerja, serta kontribusi terhadap pembangunan budaya organisasi yang positif.

Perubahan paradigma dalam pengelolaan tenaga penjualan menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan keseimbangan antara tujuan finansial dan kepuasan kerja karyawan. Insentif yang berkeadilan tidak hanya meningkatkan kinerja individu, tetapi juga memperkuat kohesi sosial di lingkungan kerja. Tenaga penjualan yang merasa dihargai akan menunjukkan loyalitas tinggi dan berkontribusi lebih besar terhadap pencapaian visi organisasi. Keseimbangan tersebut menjadi fondasi utama dalam membangun daya saing jangka panjang di tengah perubahan pasar yang cepat dan tidak pasti (Nuraini et al., 2022).

Penelitian tentang sistem insentif menunjukkan bahwa kompensasi moneter dan non-moneter berpengaruh signifikan terhadap motivasi serta kinerja tenaga penjualan, terutama ketika selaras dengan strategi organisasi. Kajian terbaru menyoroti pentingnya metrik kinerja yang beragam dan adaptasi terhadap dinamika digital, namun penelitian masih kurang menempatkan aspek keadilan insentif sebagai fokus utama. Bukti mengenai

hubungan antara persepsi keadilan, perilaku penjualan, dan daya saing organisasi juga masih terbatas, ditambah minimnya riset di konteks negara berkembang dan kurangnya eksperimen lapangan

Kajian mengenai strategi pengembangan sistem insentif berkeadilan menjadi sangat relevan dalam konteks persaingan global. Organisasi yang mampu merancang sistem penghargaan berbasis keadilan akan lebih siap menghadapi tantangan perubahan. Upaya tersebut tidak hanya berkaitan dengan efisiensi manajerial, tetapi juga dengan keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang. Fokus penelitian pada strategi pengembangan sistem insentif yang berkeadilan bagi tenaga penjualan bertujuan untuk menemukan pendekatan yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing organisasi. Kajian ini menitikberatkan pada analisis efektivitas sistem insentif berkeadilan bagi tenaga penjualan, serta strategi pengembangan insentif untuk meningkatkan daya saing organisasi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan tujuan menelaah konsep dan temuan ilmiah mengenai pengembangan sistem insentif yang berkeadilan bagi tenaga penjualan dalam meningkatkan daya saing organisasi. Pendekatan ini mengandalkan data sekunder yang diperoleh dari sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah, data sekunder yang diperoleh melalui seleksi Aplikasi *Publish or Perish* seperti jurnal ilmiah mulai tahun 2020-2025, kemudian Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif deskriptif melalui proses analisis isi sesuai tujuan penelitian. Pemilihan literatur didasarkan pada kriteria relevansi, kredibilitas, serta kemutakhiran agar hasil analisis bersifat valid dan komprehensif.

Data yang terkumpul sebanyak lima belas jurnal ilmiah dengan rentang waktu mulai tahun 2020-2024, selanjutnya dianalisis secara kualitatif deskriptif melalui proses sintesis temuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang peranan sistem insentif berkeadilan terhadap kinerja tenaga penjualan dan daya saing organisasi. Analisis isi dilakukan dengan membandingkan berbagai pandangan dari literatur untuk menemukan kesamaan, perbedaan, serta celah penelitian yang belum banyak dibahas. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam merumuskan strategi pengembangan sistem insentif yang adil, efektif, dan berkelanjutan bagi peningkatan kinerja serta daya saing organisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Efektivitas Sistem Insentif Berkeadilan bagi Tenaga Penjualan

Efektivitas sistem insentif bagi tenaga penjualan merupakan salah satu faktor penting dalam membangun kinerja organisasi yang unggul. Sistem insentif yang dirancang dengan prinsip keadilan mampu menumbuhkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik karyawan untuk mencapai target perusahaan. Keadilan dalam konteks ini mencakup keadilan distributif, prosedural, dan interaksional. Keadilan distributif berfokus pada kesesuaian antara hasil kerja dan kompensasi yang diterima. Keadilan prosedural berkaitan dengan transparansi dan konsistensi mekanisme penilaian kinerja. Keadilan interaksional menekankan aspek komunikasi dan penghargaan terhadap martabat karyawan dalam proses pemberian insentif.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan ialah melalui pemberian insentif. Setiap karyawan memiliki harapan untuk memperoleh kompensasi, baik dalam bentuk finansial maupun non finansial, guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Insentif yang sering disebut sebagai *reward* merupakan bentuk penghargaan atau imbalan yang diberikan kepada karyawan sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi mereka terhadap perusahaan (Munawaroh et al., 2024). Sistem insentif yang efektif tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya nilai finansial, tetapi juga oleh persepsi karyawan terhadap keadilan dalam prosesnya. Ketika tenaga penjualan merasa sistem tersebut adil dan proporsional, maka tingkat kepuasan kerja dan loyalitas meningkat. Karyawan yang merasa dihargai akan menunjukkan dedikasi lebih tinggi, menumbuhkan semangat kompetisi sehat, serta memperkuat rasa memiliki terhadap organisasi.

Efektivitas sistem insentif juga bergantung pada kesesuaian antara indikator kinerja yang dinilai dengan tujuan strategis perusahaan. Sistem yang hanya menekankan aspek kuantitatif seperti volume penjualan cenderung mengabaikan kualitas hubungan pelanggan atau nilai jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengintegrasikan ukuran kinerja yang seimbang antara aspek finansial dan non-finansial, seperti kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, dan pertumbuhan pasar. Pendekatan ini memastikan bahwa insentif tidak hanya memacu hasil jangka pendek tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan organisasi.

Dalam praktiknya, efektivitas sistem insentif berkeadilan masih belum terlaksana dengan baik dan terukur, hal ini berdasarkan temuan penelitian Fakhrudin (2020) mengenai implementasi sistem keadilan bagi tenaga kerja Indonesia, penerapan UU Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 dan UU Nomor 2 Tahun 2004 masih sarat dengan pengaruh hukum Barat dan belum sepenuhnya mencerminkan prinsip hubungan kerja yang setara. Praktik ketenagakerjaan di lapangan masih memperlihatkan pola feodalistik serta ketimpangan posisi antara pemberi kerja dan pekerja, sehingga buruh kerap diperlakukan hanya sebagai "alat produksi". Dominasi relasi kuasa dalam banyak kasus membuat pekerja berada pada posisi yang lemah, yang terlihat dari terus meningkatnya tuntutan terhadap jaminan hidup dan kesejahteraan.

Artinya sistem insentif berkeadilan harus mampu memperkuat iklim organisasi yang positif. Pasalnya, ketika tenaga penjualan saling menghormati pencapaian rekan kerja karena yakin pada objektivitas sistem, maka kolaborasi dan komunikasi tim menjadi lebih efektif. Iklim kerja yang sehat mendorong terjadinya pembelajaran bersama serta inovasi dalam menghadapi tantangan pasar. Efektivitas insentif tidak hanya berdampak pada hasil individu, melainkan juga pada sinergi organisasi secara keseluruhan. Faktor penting lain dalam efektivitas sistem insentif adalah kesesuaian antara budaya organisasi dan nilai-nilai yang dianut karyawan. Organisasi yang berorientasi pada kerja tim memerlukan insentif kelompok agar tidak menimbulkan rivalitas destruktif. Sementara itu, organisasi yang berbasis pada pencapaian individu dapat menggunakan insentif personal untuk mendorong daya saing personal. Kesesuaian ini menjamin bahwa sistem insentif tidak bertentangan dengan karakter budaya perusahaan, melainkan memperkuatnya.

Menurut hasil penelitian Monita & Adi, (2022) yang meneliti pengaruh efektivitas sistem informasi akuntansi, budaya kerja, dan insentif terhadap kinerja karyawan pada LPD di Kecamatan Penebel, ditemukan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Dalam konteks organisasi modern,

efektivitas sistem insentif juga perlu memperhitungkan fleksibilitas dan adaptivitas terhadap perubahan pasar. Ketika kondisi ekonomi atau perilaku konsumen berubah, struktur insentif perlu disesuaikan agar tetap relevan. Perusahaan yang mampu melakukan evaluasi berkala terhadap skema insentif biasanya memiliki tingkat retensi tenaga penjualan yang lebih tinggi.

Evaluasi tersebut meliputi analisis beban kerja, tingkat pencapaian target, dan keseimbangan antara penghargaan finansial dengan non-finansial seperti pengakuan, promosi, atau pelatihan karier. Secara keseluruhan, efektivitas sistem insentif berkeadilan ditentukan oleh sejauh mana perusahaan mampu menyeimbangkan antara kebutuhan organisasi dan aspirasi tenaga penjualan. Sistem yang efektif tidak hanya menghasilkan peningkatan kinerja finansial, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara karyawan dan organisasi. Keadilan yang dirasakan menjadi pondasi utama dalam membangun motivasi jangka panjang dan daya saing berkelanjutan.

3.2. Strategi Pengembangan Insentif untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi

Strategi pengembangan sistem insentif memiliki peran strategis dalam memperkuat daya saing organisasi di tengah kompetisi bisnis yang semakin ketat. Daya saing organisasi tidak hanya ditentukan oleh inovasi produk atau efisiensi operasional, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia secara optimal. Insentif yang dirancang secara tepat berfungsi sebagai alat manajerial untuk menyatukan tujuan individu dengan visi organisasi. Strategi pengembangan insentif yang berkeadilan menjadi kunci untuk memastikan bahwa tenaga penjualan termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis.

Pendekatan yang terarah menjadi faktor penting dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain melalui pelatihan, pemberian insentif, dan penghargaan atas prestasi kerja. Seluruh kegiatan tersebut berkaitan erat dengan sistem kompensasi yang diterapkan. Prinsip pemberian insentif harus mampu memberikan manfaat bagi kedua pihak, karena dapat menumbuhkan semangat kerja pada karyawan untuk menjadi lebih produktif serta memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, profesionalisme juga berperan penting dalam pelaksanaan pekerjaan, di mana karyawan akan bekerja secara profesional apabila lingkungan kerja mendukung terciptanya iklim yang positif (Kristanti et al., 2023).

Strategi pengembangan insentif juga perlu memperhatikan diversifikasi bentuk penghargaan. Insentif finansial seperti bonus, komisi, dan tunjangan masih menjadi faktor utama pendorong motivasi. Namun, dalam konteks persaingan modern, insentif non-finansial seperti penghargaan simbolik, pengembangan karier, pelatihan profesional, dan fleksibilitas kerja terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan kerja. Perpaduan antara kedua jenis insentif ini menciptakan sistem penghargaan yang lebih menyeluruh dan berkelanjutan.

Inovasi dalam sistem insentif menjadi bagian penting dari strategi pengembangan. Teknologi informasi memungkinkan perusahaan menerapkan sistem digital berbasis kinerja yang lebih transparan dan akurat. Penggunaan aplikasi penilaian otomatis membantu manajer memantau produktivitas penjualan secara real time serta mengurangi subjektivitas dalam penilaian. Transparansi ini memperkuat rasa keadilan dan kepercayaan

karyawan terhadap sistem yang diterapkan. Di sisi lain, digitalisasi juga memberikan kemudahan dalam melakukan evaluasi dan perbaikan kebijakan insentif secara berkala.

Penerapan strategi pengembangan insentif yang efektif menuntut adanya komunikasi dua arah antara manajemen dan tenaga penjualan. Karyawan perlu memahami dasar penentuan insentif dan mekanisme penilaiannya agar tidak muncul persepsi negatif atau salah tafsir. Keterlibatan tenaga penjualan dalam proses perancangan kebijakan insentif juga meningkatkan rasa memiliki serta komitmen terhadap hasilnya (Alfarizi1 et al., 2025). Dialog terbuka mengenai target dan penghargaan menciptakan budaya organisasi yang transparan serta memperkuat kepercayaan timbal balik. Untuk meningkatkan daya saing organisasi, strategi pengembangan insentif juga harus diarahkan pada pembentukan perilaku adaptif dan inovatif.

Insentif perlu diberikan bukan hanya untuk pencapaian hasil, tetapi juga untuk perilaku yang mendukung inovasi, seperti kemampuan menemukan peluang baru, meningkatkan pelayanan pelanggan, atau mengembangkan strategi pemasaran kreatif. Dengan demikian, sistem insentif menjadi alat strategis untuk menumbuhkan budaya inovasi yang berkelanjutan di lingkungan kerja. Kinerja organisasi yang berdaya saing tinggi tidak hanya bergantung pada hasil individu, melainkan pada sinergi tim yang solid (Mardiyantoro et al., 2023). Oleh karena itu, sistem insentif perlu menggabungkan penghargaan berbasis individu dan kelompok. Insentif tim mendorong kolaborasi, saling bantu antar penjual, serta pembagian pengetahuan dan strategi penjualan yang efektif. Pendekatan ini menghindarkan munculnya kompetisi destruktif yang dapat merusak hubungan antar pegawai.

Penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian Mokobombang & Natsir, ⁽²⁰²⁴⁾, diperoleh temuan bahwa strategi pengembangan sumber daya manusia yang mencakup pelatihan berkelanjutan, program pengembangan karier, serta sistem evaluasi kinerja yang transparan dan objektif mampu meningkatkan kinerja karyawan sekaligus mendorong peningkatan kinerja organisasi secara menyeluruh. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki peran krusial dalam menentukan efektivitas strategi pengembangan SDM. Perusahaan dengan budaya yang mendukung pembelajaran dan inovasi terbukti lebih berhasil dalam meningkatkan kinerja melalui pengelolaan SDM, di mana 74% responden menganggap budaya organisasi sebagai faktor utama. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi kajian manajemen SDM dan menjadi acuan strategis bagi perusahaan jasa dalam memperkuat daya saing melalui pengembangan SDM yang optimal.

Penerapan strategi pengembangan insentif yang terencana, organisasi tidak hanya mampu meningkatkan kinerja tenaga penjualan tetapi juga memperkuat posisi kompetitifnya di pasar. Insentif yang berkeadilan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, memacu inovasi, dan menumbuhkan loyalitas. Daya saing organisasi pada akhirnya bergantung pada sejauh mana perusahaan dapat menyeimbangkan antara penghargaan materi dan nilai keadilan yang dirasakan oleh karyawannya.

4. KESIMPULAN

Efektivitas sistem insentif berkeadilan bagi tenaga penjualan ditentukan oleh sejauh mana perusahaan mampu menerapkan prinsip keadilan dalam distribusi, prosedur, dan interaksi. Sistem insentif yang adil tidak hanya meningkatkan produktivitas penjualan, tetapi juga

memperkuat loyalitas dan kepuasan kerja karyawan. Keadilan yang dirasakan menciptakan motivasi berkelanjutan serta menumbuhkan iklim kerja positif yang mendukung kolaborasi tim. Efektivitas tersebut tercapai apabila sistem insentif dirancang secara transparan, relevan dengan kinerja, serta dievaluasi secara berkala agar tetap selaras dengan kondisi pasar dan budaya organisasi. Dengan demikian, sistem insentif berkeadilan berperan sebagai alat strategis dalam meningkatkan performa tenaga penjualan dan memperkuat hubungan emosional antara karyawan dan perusahaan.

Strategi pengembangan insentif untuk meningkatkan daya saing organisasi memerlukan pendekatan melalui pelatihan, pemberian insentif, dan penghargaan atas prestasi kerja pada kebutuhan tenaga penjualan. Pengembangan sistem insentif harus disesuaikan dengan tujuan strategis perusahaan serta mempertimbangkan keseimbangan antara penghargaan finansial dan non-finansial. Inovasi, digitalisasi, dan komunikasi dua arah menjadi elemen penting dalam menciptakan sistem penghargaan yang transparan dan efektif. Penggabungan insentif individu dan kelompok mampu mendorong sinergi tim serta membangun budaya kerja yang kompetitif sekaligus kolaboratif. Strategi pengembangan insentif yang berkeadilan dan terukur tidak hanya meningkatkan kinerja tenaga penjualan, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif organisasi di pasar yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, A. S., Faresi, R. A., & Pratama, Y. I. (2025). Strategi insentif dalam upaya meningkatkan kepuasan loyalitas karyawan terhadap perkembangan penjualan di Kantor Telkom Banyuwangi. *Jurnal PEDAMAS*, 3(2), 646–658. <https://pekatpkm.my.id/index.php/IP/article/view/638/554>
- Aulia, M. A., & Kuswinarno, F. M. (2024). Strategi inovatif dalam pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital. *Jurnal Media Akademik*, 2(11), 2–18. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1033>
- Faisal, A. R., & Rahmah, A. H. (2025). Pengaruh sistem insentif dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai di SMKN 20 Samarinda. *Jurnal Simki Economic*, 8(2), 552–561. <https://jiped.org/index.php/JSE>
- Fakhrudin, A. (2020). Implementasi sistem keadilan bagi tenaga kerja Indonesia. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan*, 20(1), 123–130. <https://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/qodiri/article/view/5087>
- Hadiati, E., Septiani, Y., Hanum, A. Z., & Damayanti, W. R. (2025). Manajemen sumber daya manusia dalam organisasi di era globalisasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 369–374. <https://ulilalbabinstitute.co.id/index.php/J-CEKI/article/view/7762>
- Kristanti, D., Triwidyati, E., Rukmini, M., Denakrisnada, S. G., & Christian, M. (2023). Pengaruh pemberian insentif, profesionalisme dan iklim kerja terhadap kinerja karyawan di UD. Pratama Karya Banaran Kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 9(2), 2–16. <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/961>
- Mardiyantoro, C., Herlina, H., & Mulyeni, S. (2023). Strategi pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif dalam peningkatan pariwisata. *Jurnal Soshum Insentif*, 6(1), 62–74. <https://pekatpkm.my.id/index.php/IP/article/view/638/554>
- Mokobombang, W., & Natsir, N. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan kinerja organisasi: Tinjauan pada industri jasa. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 606–618. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1033>

- Monita, K. K., & Adi, I. K. Y. (2022). Pengaruh efektivitas sistem informasi akuntansi, budaya kerja, dan insentif terhadap kinerja karyawan LPD di Kecamatan Penebel. *Journal of Research of Accounting*, 3(2), 142–154. <https://www.jarac.triatmamulya.ac.id/index.php/Jarac/article/view/57>
- Munawaroh, L., Noveliana, B. T., & Hwihanus, H. (2024). Analisis sistem pengendalian manajemen dalam sistem insentif karyawan pada PT. Telekomunikasi Indonesia. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(1), 172–178.
- Nuraini, R., Maghfiroh, F., Darmawan, D., Halizah, S. N., & Mardikaningsih, R. (2022). Pengaruh kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor terhadap kinerja tenaga penjualan. *Terapan Informatika Nusantara*, 3(4), 123–131. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i4.4103>
- Pratiwi, A. C., Annisa, R. A., & Hasibuan, R. J. (2025). Analisis efektivitas besarnya tunjangan kinerja sebagai insentif finansial dalam mendorong kinerja ASN di Kementerian Keuangan. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(1), 2881–2889. <https://ipssj.com/index.php/ojs/article/view/383>
- Ritonga, S., Munthe, K., & Situmorang, A. L. (2024). Pengaruh pengembangan sumber daya manusia, fasilitas kerja dan insentif terhadap kinerja karyawan pada PT Mutifa Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 24(1), 34–39. <http://ejournal.ust.ac.id/index.php/IIMB>
- Shaqi, R. A., & Riris, B. (2025). Inovasi sistem insentif dan career mapping sebagai strategi manajemen SDM di PT Kereta Api Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 11(8).
- Udayana, I. B. N., & Gusmawan, A. (2020). Membangun kualitas hubungan untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual. *Jurnal EBBANK*, 11(2), 25–38. <https://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/207>
- Wijayaningsih, R., Andini, N., Lestary, R. I., Halifah, A. I. R., Ramadani, N. T., Prawirodinata, J., Fadliansyah, Z., & Maulana, Y. R. (2024). Pemanfaatan kecerdasan buatan dalam transformasi intelegen bisnis untuk keunggulan kompetitif. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 136–141. <https://ulilalbabinstitute.co.id/index.php/J-CEKI/article/view/7762>