

# **PENGARUH EDISIPLINAN, MOTIVASI, KEPUASAN KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP PRESTASI KERJA MARKETING**

**(Studi Kasus: BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)**

## **THE INFLUENCE OF DISCIPLINE, MOTIVATION, WORK SATISFACTION AND COMPENSATION TOWARDS MARKETING WORK ACHIEVEMENT**

**(Case Study: BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)**

**Arta Dwi Lestari dan Miftakhul Khasanah, S.TP.,M.SI**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan*

*Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta 55184*

[artadwi2907@gmail.com](mailto:artadwi2907@gmail.com)

[mifthaulkhasanah@gmail.com](mailto:mifthaulkhasanah@gmail.com)

### **Abstrak**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap prestasi kerja marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 42 karyawan bagian marketing. Metode penelitian ini adalah pendekatan survei dengan teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedisiplinan, kepuasan kerja dan kompensasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap prestasi kerja marketing. Hasil lain menunjukkan bahwa secara parsial motivasi berpengaruh terhadap prestasi kerja marketing.*

**Kata kunci :** disiplin, motivasi, kepuasan kerja, kompensasi, prestasi kerja marketing

### **Abstract**

*The aim of the research was to find out the influence of discipline, motivation, work satisfaction and compensation towards marketing work achievement in BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. The research were quantitative research using survey approach method. The sample taken was 42 employees in marketing division. The research method was survey approach with double linear analysis technique. The research result showed that discipline, work satisfaction and compensation did not partially influence towards marketing work achievement. The other result showed that motivation partially influence marketing work achievement.*

**Keywords:** discipline, motivation, work satisfaction, compensation, marketing work achievement

## **PENDAHULUAN**

Pada masa sekarang ini, sumber daya manusia merupakan salah satu asset terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan, karena manusia merupakan sumber daya yang dapat menggerakkan sumber daya lainnya. Oleh karena itu, unsur sumber daya manusia merupakan faktor yang harus di pertahankan oleh perusahaan tersebut agar terciptanya perusahaan yang efektif dan efisien. Untuk itu, upaya untuk mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas merupakan langkah utama dari perusahaan. Adanya sumber daya manusia yang berkualitas maka tujuan dari perusahaan tersebut dapat dicapai.

Menurut Ndraha (1999) dalam Sutrisno (2014:4) sumber daya manusia yang mempunyai kualitas tinggi yaitu sumber daya yang bukan hanya dapat mewujudkan nilai bersaing akan tetapi juga harus bisa mewujudkan nilai membandingkan, mempunyai kreativitas, imajinasi, inovatif (menciptakan sesuatu yang baru), tidak memakai tenaga otot, air, bahan mentah serta lainnya. Maka dari itu, saat perusahaan melakukan perekrutan calon karyawan harus tepat dan sesuai dengan kriteria yang sudah menjadi standar karyawan dalam perusahaan.

Ketika perusahaan sudah merekrut karyawan untuk bergabung dengan perusahaan, maka perusahaan harus dapat memanajemenkan sumber daya manusia dengan baik. Dengan adanya sumber daya manusia yang baik, maka perusahaan dapat meningkatkan tujuan dari perusahaan (Handoko, 2012:25). Tujuan tersebut yang dimaksud yaitu meningkatkan prestasi kerja karyawan. Menurut Mangkunegara dalam Ivonne (2013) bahwa kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang diacapi oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya.

Setiap orang akan mempunyai prestasi kerja yang berbeda-beda, ada yang memiliki prestasi kerja yang bagus dan ada pula yang memiliki prestasi kerja yang standar. Oleh sebab itu, kedisiplinan sangatlah dibutuhkan bagi setiap karyawan. Siagian (2012:305) dalam Ivonne (2013) disiplin yaitu tindakan seseorang untuk mendorong para anggota dalam perusahaan guna memenuhi aturan yang sudah ditetapkannya. Didalam suatu perusahaan, disiplin sangat mempunyai peran penting yang bertujuan untuk membentuk

perilaku dan sikap karyawan, sehingga karyawan tersebut secara sukarela berkompetensi dengan karyawan yang lainnya guna meningkatkan prestasi kerjanya.

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh diri seseorang didorong oleh suatu kekuatan, kekuatan pendorong inilah yang dinamakan motivasi. Motivasi karyawan dalam suatu perusahaan dapat dianggap sederhana, karena pada dasarnya manusia mudah dan ada pula yang sulit untuk dimotivasi untuk memberikan apa yang diinginkan. Motivasi dalam individu seseorang berbeda-beda ada yang dilakukan oleh diri sendiri, keluarga, karena lingkungan kerja, ada pula dari pimpinan. Motivasi merupakan proses psikologis yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku pada pencapaian tujuan.

Faktor lain yang mempengaruhi prestasi kerja yaitu kepuasan kerja. Siagian (2012:295) dalam Ivonne (2013) kepuasan kerja adalah suatu cara pandang seseorang baik yang bersifat negatif maupun bersifat positif tentang pekerjaannya. Apabila seseorang memandang pekerjaan yang dilakukan bersifat positif maka kepuasan itu akan muncul dan apabila seseorang memandang pekerjaan yang dilakukan bersifat negatif maka kepuasan akan menurun. Kepuasan kerja merupakan keadaan emosional dimana seseorang merasa senang atau tidak dengan pekerjaannya. Ketika seseorang merasakan nyaman dan senang terhadap pekerjaannya, maka karyawan akan merasakan kepuasan kerja. Kepuasan atau tidak kepuasan karyawan tergantung dengan apa yang diharapkan, apabila yang didapatkan karyawan lebih rendah dari apa yang diharapkan maka dapat menyebabkan karyawan tidak puas.

Alasan lain yang muncul ketika prestasi kerja meningkat yaitu kompensasi. Seorang karyawan dapat merasa bahwa kompensasi yang diberikan oleh perusahaan sebanding dengan apa yang telah dijalaninya. Menurut Dessler (2002) dalam Hesti dan Tri (2011) mengemukakan bahwa kompensasi merupakan salah satu bentuk imbalan atau pembayaran yang diberikan kepada karyawan dan timbul dari pekerjaan yang dilakukan karyawan tersebut. Dengan adanya kompensasi dari perusahaan yang diberikan maka diharapkan karyawan dapat mengerjakan tugasnya secara memuaskan guna tercapainya suatu perusahaan. Pemberian kompensasi oleh perusahaan dapat dilakukan secara adil agar pihak-pihak yang lainnya tidak merasa dirugikan.

Prestasi kerja merupakan hal terpenting dalam perusahaan. Dengan adanya prestasi kerja yang baik maka karyawan dapat mengukur bagaimana kerja karyawan tersebut hingga sekarang. Prestasi kerja dapat dijadikan tolak ukur pekerjaan yang telah dikerjakan karyawan. Dalam prestasi kerja marketing tidak hanya target akan tetapi ada faktor-faktor yang mendukung lainnya diantaranya dari faktor kepemimpinan perusahaan tersebut, keluarga, lingkungan kerja. Diantara faktor-faktor tersebut maka yang terpenting dalam marketing yaitu apakah karyawan tersebut dapat mencapai target yang diinginkan atau tidak, apabila target yang tercapai dengan sempurna maka prestasi kerja akan baik dan apabila target yang tidak tercapai dengan baik maka dapat berdampak pula dengan prestasi kerja ataupun dengan perusahaan.

Perusahaan harus memiliki karyawan dengan prestasi kerja yang tinggi, karena jika prestasi kerja karyawan tinggi maka dapat berpengaruh terhadap kualitas kerja. Disaat kualitas kerja baik, maka akan mendapatkan hasil baik pula. Seperti salah satu perusahaan yang sedang berkembang diwilayah Yogyakarta yaitu Baitul Maal Wa Tamwil Bina Ihsanul Fikri, mendapatkan penghargaan dari Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) yaitu *Rasio Keuangan Terbaik* atas kinerja keuangan tahun 2012.

## **LANDASAN TEORI**

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Motivasi Dua Faktor Herzberg. Teori yang dikembangkan oleh Frederick Herzberg ini merupakan pengembangan dari Teori Hierarki Kebutuhan Maslow. Teori hierarki kebutuhan Maslow yang diungkapkan oleh Abraham Maslow. Ia beranggapan bahwa kebutuhan-kebutuhan ditingkat rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan ditingkat lebih tinggi menjadi hal yang memotivasi. Abraham Maslow adalah teoritikus yang banyak memberi inspirasi dalam teori kepibradian. Ia juga seorang psikolog yang berasal dari Amerika dan menjadi seorang pelopor aliran psikologi humanistik. Herzberg dalam (Widodo,2015:191) mengatakan bahwa ada dua faktor yang mampu mendorong motivasi, yaitu faktor pemelihara dan faktor motivator. Faktor pemelihara merupakan faktor yang menimbulkan ketidakpuasan dalam melakukan suatu pekerjaan, contohnya yaitu kedisiplinan, penggajian, lingkungan kerja yang buruk, kondisi

pekerjaan yang semakin membosankan, dll. Apabila faktor-faktor yang sudah disebut tadi hilang, maka dapat menyebabkan penurunan kepuasan kerja.

### **Pengaruh kedisiplinan terhadap prestasi kerja marketing**

Menurut Hasibuan (1997:212) dalam Bernadetta (2016) kedisiplinan sangatlah dibutuhkan bagi setiap karyawan dalam perusahaan. Disiplin yaitu kesediaan dan kesadaran seseorang menaati semua peraturan perusahaan yang telah ditetapkan. Kesadaran disini mempunyai arti yaitu seseorang yang secara sukarela menaati peraturan dan sadar akan tanggung jawab. Apabila karyawan memenuhi peraturan yang sudah ditetapkan tanpa adanya pelanggaran yang di buat maka sikap disiplin sudah ditetapkan oleh karyawan tersebut. Sedangkan arti kesediaan disini yaitu sikap, tingkah laku dan perbuatan seseorang yang sesuai dengan peraturan perusahaan baik tertulis maupun tidak.

Dari uraian kerangka teoritik tersebut, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

#### **H1: kedisiplinan berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing**

### **Pengaruh motivasi terhadap prestasi kerja marketing**

Menurut Handoko (2001:146) dalam Hesti dan Tri (2011) bahwa motivasi merupakan keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Memotivasi orang adalah menunjukkan arah tertentu kepada mereka dan mengambil langkah-langkah yang perlu untuk memastikan bahwa mereka sampai kesuatu tujuan. Dalam hal ini tujuan yang dicapainya yaitu untuk meningkatkan prestasi kerja yang didapat. Seseorang yng memiliki tujuan yang pasti dalam melakukan suatu pekerjaan maka tujuan tersebut dapat dicapainya.

Dari uraian kerangka teoritik tersebut, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

#### **H2: motivasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing**

### **Pengaruh kepuasan kerja terhadap prestasi kerja marketing**

Menurut Robbins (2002) dalam Hesti dan Tri (2011) bahwa kepuasan kerja adalah sikap seseorang terhadap pekerjaan yang dikerjakan dengan adanya perbedaan antara banyaknya ganjaran yang diterima pekerja dan banyaknya yang diyakini yang seharusnya diterima.

Suatu karyawan dapat merasa puas apabila apa yang dikerjakan dapat memenuhi atau melebihi apa yang ingin dicapainya, sehingga karyawan tersebut termotivasi untuk tetap melakukan pekerjaan dan senang terhadap pekerjaannya.

Dari uraian kerangka teoritik tersebut, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

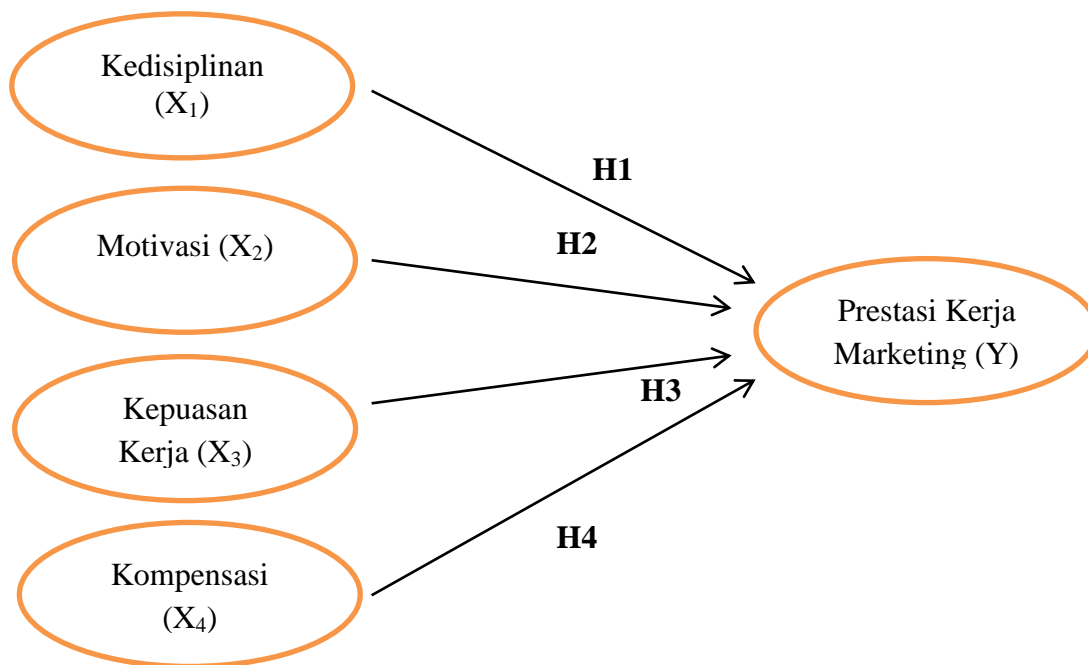
**H3: kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing**

**Pengaruh kompensasi terhadap prestasi kerja marketing**

Dessler (2007: 85) dalam Aris, et.al. (2011:3) mengemukakan kompensasi adalah setiap bentuk imbalan atau pembayaran yang diberikan kepada karyawan dan timbul dari pekerjaan yang telah dikerjakan. Tujuan seseorang dalam bekerja tentu tidak lepas untuk memperoleh kompensasi. Dengan adanya kompensasi yang diterima maka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga dapat menimbulkan rasa puas dengan apa yang telah diperolehnya. Ketika perusahaan memberikan kompensasi secara adil, maka karyawan akan merasa bahwa pekerjaan yang ia kerjakan dihargai oleh perusahaannya. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Bernadetta (2016) yang membuktikan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja.

Dari uraian kerangka teoritik tersebut, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H4: kompensasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing**



## **Gambar 1**

### **Kerangka Berpikir**

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pendekatan survei. Metode penelitian kuantitatif ini merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik/kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:14). Penelitian ini berada di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta beralamatkan di Jl. Rejowinangun No. 28B, Rejowinangun, Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dan subjek penelitian adalah seluruh karyawan bagian marketing yang bekerja di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan bagian marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jumlah sampel yaitu 42 karyawan bagian marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta dan menggunakan jenis sampling jenuh. Peneliti ini menggunakan data primer yang berupa kuisisioner dan data sekunder yang berupa buku, jurnal, skripsi dan website resmi. Teknik analisis data dilakukan dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolonieritas, heteroskedasitas, dan regresi linier berganda).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui metode survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Total item pertanyaan dalam kuisisioner penelitian ini adalah 31 pertanyaan, yang terdiri dari 6 item pertanyaan dari variabel kedisiplinan, 6 item pertanyaan dari variabel motivasi, 6 item pertanyaan dari variabel kepuasan kerja, 6 item pertanyaan dari variabel kompensasi, dan 7 item pertanyaan dari variabel prestasi kerja marketing. Kuisisioner yang disebar sebanyak 45 kuisisioner kepada responden yang merupakan karyawan bagian marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri

Yogyakarta. Kuisisioner diberikan langsung oleh peneliti dan peneliti terjun langsung untuk menyebarkan kuisisioner diseluruh cabang yang ada di Yogyakarta setelah mendapat izin dari pihak BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Pengisian kuisisioner dilakukan selama 13 hari yaitu dari tanggal 9 Maret 2018 – 21 Maret 2018.

Dari hasil olah data dapat dikatakan bahwa masing-masingbutir pertanyaan dinyatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai signifikansi dibawah 5%, serta nilai *Cronbach Alpha* >0,60 yang artinya variabel kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja, kompensasi dan prestasi kerja dikatakan reliabel. Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,869, dapat dikatakan normal karena diatas 0,05. Hasil uji multikolonieritas menyatakan bahwa nilai *tolerance* di atas 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolonieritas. Hasil uji heteroskedasitas dalam penelitian ini semua nilai signifikansinya > 0,05, maka regresi yang digunakan terhindar dari masalah heteroskedasitas.

**Tabel 1**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)**

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>AdjustedR Square</b>
<b>0,690</b>	<b>0,477</b>	<b>0,420</b>

Sumber: data primer diolah 2018

Tabel 1 di atas terlihat bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,477 yang artinya bahwa kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi mempengaruhi prestasi kerja marketing sebesar 47,7 %, dan sisanya sebesar 52,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 2**

**Hasil Uji F**

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
--------------	-----------------------	-----------	--------------------	----------	-------------



<b>Regression</b>	<b>137,429</b>	<b>4</b>	<b>34,357</b>	<b>8,420</b>	<b>0,000</b>
<b>Residual</b>	<b>150,976</b>	<b>37</b>	<b>4,080</b>		
<b>Total</b>	<b>288,405</b>	<b>41</b>			

Sumber: data primer diolah 2018

Tabel 2 di atas terlihat bahwa variabel kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi memiliki nilai F sebesar 8,420 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap prestasi kerja marketing.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Hipotesis**

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien Regresi (B)</b>	<b>Sig.</b>
<b>Kedisiplinan</b>	<b>-0,121</b>	<b>0,565</b>
<b>Motivasi</b>	<b>0,796</b>	<b>0,005</b>
<b>Kepuasan Kerja</b>	<b>0,276</b>	<b>0,304</b>
<b>Kompensasi</b>	<b>0,010</b>	<b>0,955</b>
<b>Konstanta</b>	<b>3,289</b>	<b>0,387</b>

Sumber: data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 3 menunjukkan nilai signifikansinya sebesar 0,565. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kedisiplinan tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kedisiplinan terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung. Pada awalnya peneliti menduga bahwa perilaku seseorang tidak akan terlepas dari adanya kedisiplinan. Seseorang yang mempunyai disiplin yang tinggi maka akan mempengaruhi apa yang akan ia kerjakan. Namun pada kenyataannya dugaan peneliti kurang tepat, tidak semua orang melakukan pekerjaannya secara disiplin. Menurut Dinda A (2014:43) kedisiplinan bukan salah satu faktor yang mempengaruhi prestasi kerja karyawan bagian marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, karena variabel prestasi kerja yang diukur dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target, serta pengetahuan dan penguasaan karyawan dalam menyelesaikan tugas tidak harus dengan ketepatan kehadiran dan waktu(rajin dalam bekerja). Karyawan tersebut menaati peraturan perusahaan, tetapi

karyawan masih kurang tertib dalam menjalankan peraturan didalam perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan bahwa kedisiplinan berpengaruh tidak signifikan terhadap prestasi kerja.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 3 motivasi menunjukkan nilai signifikansinya sebesar 0,005. Hal ini berarti motivasi mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh motivasi terhadap prestasi kerja marketing didukung. Pada dasarnya motivasi yang dilakukan oleh seseorang itu berbeda-beda dalam sebuah organisasi. Motivasi yang ada dalam diri karyawan di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta tersebut akan berdampak terhadap prestasi kerja. Dalam hal ini sumber daya manusia (SDM) sangat berperan penting dalam menumbuhkan motivasi karyawan, karena motivasi dapat dilakukan dari seorang pimpinan, rekan kerja, serta kerabat. Sehingga, ketika motivasi karyawan itu tinggi maka akan berdampak dengan apa yang sedang ia kerjakan yaitu prestasi kerja dapat meningkat.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 3 terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,304. Hal ini berarti kepuasan kerja tidak memiliki pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kepuasan kerja terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung. Pada awalnya peneliti menduga bahwa karyawan akan merasa terpuaskan dengan apa yang sudah dikerjakannya. Pada kenyataannya dugaan peneliti kurang tepat, tidak semua karyawan merasakan kepuasan kerja setelah apa yang telah dikerjakannya. Argument alternatif yang mungkin terjadi kepuasan kerja BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yaitu, faktor dari pimpinan. Apabila pimpinan itu tidak sesuai dengan yang diharapkan karyawan maka akan timbul ketidakpuasan dan dapat mempengaruhi prestasi kerja yang didapatkan sehingga prestasi kerja akan menurun. Alasan lain yaitu karena faktor lingkungan. Apabila lingkungan kerja yang dijalani tidak nyaman, maka kepuasan yang didapat dapat menurun dan dapat mempengaruhi prestasi kerja yang ia dapatkan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.15 terlihat bahwa kompensasi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,955. Hal ini berarti kompensasi tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kompensasi terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung. Pada

awalnya peneliti menduga bahawa perilaku seseorang tidak terlepas dari kompensasi. Semua perilaku manusia akan dipengaruhi jika ia mendapatkan apa yang ia inginkan, misalnya kompensasi. Pada kenyataannya dugaan peneliti kurang tepat, tidak semua perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh kompensasi. Dengan melihat karakteristik responden mengenai gaji yang diterima oleh karyawan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta mayoritas dalam kisaran 1 – 2 juta dalam pendapatan yang ia dapatkan, maka karyawan dapat merasa bahwa kompensasi yang diterimanya tergolong rendah.

## **KESIMPULAN**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji hipotesis mengenai prestasi kerja marketing. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh variabel-variabel yang sudah dilakukan dalam penelitian ini yaitu kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap prestasi kerja marketing pada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam penelitian ini maka peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu:

1. Hasil dari analisa kedisiplinan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kedisiplinan tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.
2. Hasil dari analisa motivasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing. Hal ini berarti semakin tinggi motivasi karyawan di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta maka semakin baik prestasi kerja yang akan didapatkan.
3. Hasil dari analisa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing.
4. Hasil dari analisa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kompensasi tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing.

## **KELEMAHAN DAN SARAN PENELITI SELANJUTNYA**

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, diantaranya yaitu :

1. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti hanya menggunakan penilaian pribadi dalam pengumpulan data sehingga dapat menimbulkan bias. Untuk peneliti

selanjutnya diharapkan dapat menambah konfirmasi untuk memperkuat jawaban responden.

2. Objek dalam penelitian ini dilakukan hanya di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, misalkan BMT se Yogyakarta atau yang lainnya.
3. Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengurangi variabel dan memperbanyak tempat untuk penelitian, tidak hanya satu tempat.
4. Penelitian ini pembahasan kurang mendalam tentang prestasi kerja marketing. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk membahas lebih mendalam tentang prestasi kerja marketing.

## **IMPLIKASI MANAJERIAL**

Pemimpin pada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan kedisiplinan yang ada dalam perusahaan atau minimal dapat mempertahankan disiplin yang sudah diterapkan. Dengan disiplin yang sudah diterapkan dalam organisasi, maka akan mempengaruhi terhadap prestasi kerja yang ia capai. Kemudian pemimpin juga harus sebisa mungkin memberikan motivasi kepada karyawan agar karyawan tersebut terus termotivasi untuk melakukan pekerjaannya sehingga akan berdampak baik terhadap prestasi kerjanya. Selain itu pemimpin juga harus memberikan kepuasan yang lebih terhadap karyawan mengenai jabatan yang telah diembannya sehingga karyawan itu melakukan pekerjaan dengan santai dan dapat mencapai kepuasan yang ia rasakan. Begitu juga pemimpin harus dapat mempertahankan para karyawannya. Hal ini dikarenakan kompensasi yang ia dapatkan tidak sebanding dengan apa yang ia kerjakan sehingga prestasi kerja dapat menurun.

## **REFERENSI**

Aris Baharuddin, Taher Alhabsyi, Hamidah Nayati Utami. 2011. Pengaruh Pelatihan, Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan Studi Pada Kantor PT. PLN (Persero) Area Pelayanan dan Jaringan Malang. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Profit*, Vol.6, No.2.

- Dinda A, Wenny D, dan Ratih P. 2014. Pengaruh Kedisiplinan, Lingkungan Kerja, dan Kompensasi terhadap Prestasi Kerja Karyawan PG. Wonolangan Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, Vol.14, No.1, Januari-April. Hal 35-45.
- Handoko, T Hani. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFPE.
- Heny Sidanti. 2015. Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil, di Sekretariat DPRD Kabupaten Madiun. Vol 9 No 1.
- Hesty Suprihatiningsih, Tri Bodroastuti. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prestasi Kerja (Studi Pada Karyawan Kantor Kementrian Agama Provinsi Jawa Tengah). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Ivonne A. S. Sajangbati. 2013. Motivasi, Disiplin, dan Kepuasan Pengaruhnya terhadap Kinerja Pegawai PT. POS Indonesia (PERSERO) cabang Bitung. Vol. 1
- Muhson, Ali. 2012. Analisis Relevansi Lulusan Perguruan Tinggi Dengan Dunia Kerja. Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomia*, volume 8, nomor 1
- Retnani, Bernadetta Dian. 2016. *Pengaruh Disiplin, Stres, Motivasi, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada Karyawan Bagian Administrasi Kantor Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Madiun*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Widodo, Suparno Eko. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.