

Pengaruh pemberian insentif perjalanan wisata terhadap motivasi dan kinerja agen asuransi (Studi pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo)

Aracelli Evalia¹, Miko Andi Wardana², I Wayan Eka Sudarmawan³

^{1,2,3}Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Bali, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 12 August 2022

Received in revised form

29 August 2022

Accepted 11 November 2022

Available online 30

November 2022

Kata Kunci:

Motivasi Kerja, Kinerja

Karyawan, Insentif

Perjalanan Wisata

ABSTRAK

Pemberian insentif perjalanan wisata sebagai bentuk apresiasi adalah cara yang sering dipergunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan motivasi karyawannya, yang juga dapat berpengaruh terhadap kinerja yang lebih baik. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan pengaruh insentif perjalanan wisata terhadap kinerja; pengaruh insentif perjalanan wisata terhadap motivasi kerja; pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja agen; dan menjabarkan peran motivasi sebagai pemediasi antara insentif perjalanan wisata dan kinerja agen. Data dari penelitian kuantitatif ini didapatkan melalui metode kuesioner dan studi dokumentasi, dan selanjutnya diolah menggunakan teknik analisis deskriptif statistik serta analisis inferensial menggunakan aplikasi SmartPLS3. Sampel dari penelitian ini adalah para agen asuransi pada PT. AXA Financial Indonesia (AFI) Sales Office Cabang Solo. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa insentif perjalanan wisata tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja agen. Akan tetapi insentif perjalanan wisata berpengaruh dengan sangat signifikan terhadap motivasi kerja, dan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja agen. Dengan nilai *t-statistics* antara variabel insentif perjalanan wisata terhadap motivasi kerja adalah 12,231 dan nilai *t-statistics* antara variabel motivasi kerja terhadap kinerja agen adalah 6,497. Selain itu, motivasi kerja memiliki peran sebagai pemediasi parsial antara variabel insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen dengan nilai *Variance Accounted For* (VAF) sebesar 0,78.

ABSTRACT

Providing travel incentives as a form of appreciation is one of many ways used by companies to boost their employee's motivation that could be resulting in a better performance. This research aims to identify the significant influence of travel incentive towards employee performance; influence of travel incentive towards work motivation; influence of work motivation towards employee performance; and to explain the mediating role of employee motivation between travel incentives and employee performance. The data provided for this research is collected through questionnaires and document study, whilst the analysis technique for this quantitative research is using statistic descriptive and inferential analysis using SmartPLS3. Samples of this research are the insurance agent of AXA Financial Indonesia (AFI) Ltd. Surakarta Branch. The result of this research shows that there is no direct influence between travel incentive towards employee performance. However, travel incentive has strong significance influence towards work motivation and work motivation has significance influence towards employee performance. With *t-statistics* of travel incentive towards work motivation is 12,231 whilst *t-statistics* of work motivation towards employee performance is 6,497. Moreover, work motivation has a role as partial mediator between travel incentive and employee performance with a *Variance Accounted For* (VAF) value of 0,78.

Keywords: Employee Motivation, Employee Performance, Travel Incentives

Pendahuluan

Saat ini, pariwisata sudah digolongkan menjadi kebutuhan sehari-hari manusia. Di Indonesia, berwisata sudah menjadi kesadaran dan kebutuhan berbagai kalangan (Petriella, 2018). Sayangnya, seperti yang dapat dilihat pada tabel 1, dibandingkan dengan negara tetangga, yakni Singapura dan Thailand,

¹ Corresponding author.

E-mail: ara27eva@gmail.com

jumlah *outbond* dari Indonesia tertinggal cukup jauh. Hal ini dikarenakan masih banyak dari masyarakat Indonesia yang belum berkesempatan dalam melakukan perjalanan wisata ke luar negeri.

Tabel 1.
Perbandingan Jumlah Penduduk dan Jumlah *Outbond* Masyarakat Indonesia

Tahun	Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia (dalam juta orang)	Jumlah <i>Outbond</i> Wisatawan Nusantara (dalam juta orang)	Presentase Perbandingan (%)
2014	255,13	8,07	3,16
2015	258,38	8,18	3,16
2016	261,55	8,34	3,19
2017	264,65	8,86	3,35
2018	267,66	9,47	3,54
Rata-rata	261,48	8,58	3,28

Sumber: BPPNBPS (2013) dan Petriella (2018)

Didasari oleh data pada tabel 1, banyak perusahaan yang berusaha memanfaatkan kesempatan ini untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawannya dengan cara memberikan bonus insentif berupa perjalanan wisata. Insentif perjalanan wisata merupakan salah satu bentuk dari *non-mentary incentives*, yang menurut Manurung et al. (2017) diartikan sebagai paket perjalanan wisata yang diberikan oleh suatu perusahaan sebagai bentuk hadiah untuk memberikan penghargaan dan rekognisi kepada sumber daya manusia yang berprestasi. Konsep insentif perjalanan wisata sendiri tampaknya berkembang menjadi salah satu cara yang digemari perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan pencapaian dan kontribusi dari para karyawan (Thomas, 2018). Dimana Fenich et al. (2015) menilai bahwa program pemberian insentif perjalanan wisata dapat lebih mudah memotivasi para karyawan karena mereka dapat dengan mudah melakukan visualisasi. Tidak seperti uang tunai, ketika mendapatkan insentif perjalanan wisata, karyawan memiliki kebanggaan sendiri yang bisa diingat hingga kapanpun (Heathfield, 2019). Hal inilah yang pada akhirnya menjadikan insentif perjalanan wisata menjadi suatu pilihan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan dari suatu perusahaan.

Motivasi sendiri diartikan sebagai suatu hal yang dapat berpengaruh terhadap perilaku manusia supaya dapat bekerja secara antusias dan giat dalam rangka pencapaian hasil yang optimal (Hasibuan, 2014). Sedangkan kinerja diartikan sebagai suatu bukti atau hasil yang berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas (Manurung et al., 2017). Suatu perusahaan yang memberikan insentif dengan adil dan sesuai tentu dapat mendorong atau memotivasi karyawannya dalam pelaksanaan tugas serta mengampu tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan bersama. Salah satu jenis perusahaan yang sering memanfaatkan hal ini adalah perusahaan asuransi.

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu perusahaan asuransi yang terletak di Kota Solo, yakni PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan pada bidang asuransi dan merupakan perusahaan yang menerapkan pemberian insentif dalam bentuk perjalanan wisata sebagai usaha untuk meningkatkan motivasi dan sekaligus kinerja karyawannya. Kantor cabang Solo ini telah dirintis dari tahun 2010 dan telah berhasil melakukan lebih dari 40 perjalanan insentif. Penerapan sistem pemberian insentif perjalanan wisata ini digunakan sebagai komplemen dari sistem kompensasi yang ada, sekaligus untuk memenuhi kebutuhan wisata agen penjualannya. Melihat hal ini, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh insentif perjalanan wisata secara simultan terhadap motivasi dan kinerja dari para agen PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo. Peneliti juga ingin mengidentifikasi pengaruh pemberian motivasi kerja terhadap kinerja dari para agen, serta peran mediator dari motivasi kerja sebagai pemediasi antara insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu oleh Nasution (2016) dengan judul "*Effectiveness of Incentive Travel Program More Meaningful, Motivational, and Memorable*" yang mengkaji mengenai efektivitas pemberian insentif dalam bentuk perjalanan wisata, peneliti juga ingin mengkaji mengenai pengaruh yang dihasilkan dari pemberian insentif berupa perjalanan wisata. Apabila dibandingkan, penelitian terdahulu hanya memaparkan kajian secara teoritis dan bukan dengan data yang ada. Sehingga penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasi dengan perusahaan sejenis. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan saat ini akan mengkaji data yang diambil dari PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo, sehingga penelitian ini akan menghasilkan data yang lebih akurat karena menggunakan data statistik. Pada penelitian lain oleh Mustofa (2017) dengan judul "Pengaruh Insentif terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Agen PT. Jiwasraya

Kantor Cabang Malang Kota)” mengkaji pengaruh insentif secara umum dengan mengumpulkan data dari PT. Jiwasraya Kantor Cabang Malang Kota. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh insentif secara umum, yaitu insentif material dan non-material, penelitian yang akan dilakukan peneliti saat ini difokuskan pada pengaruh insentif perjalanan wisata secara spesifik. Mengingat bahwa saat ini, perjalanan wisata merupakan salah satu kebutuhan esensial manusia.

Dari kajian literatur dan kajian penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut: 1) Bagaimana pengaruh pemberian insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen? 2) Bagaimana pengaruh pemberian insentif perjalanan wisata terhadap motivasi kerja agen? 3) Bagaimana pengaruh pemberian motivasi kerja terhadap kinerja agen? Serta, 4) Bagaimana peran motivasi kerja sebagai variabel mediasi antara insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen di PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui pengaruh dari pemberian insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen; 2) untuk mengetahui pengaruh dari pemberian insentif perjalanan wisata terhadap motivasi kerja agen; 3) untuk mengetahui pengaruh dari pemberian motivasi kerja terhadap kinerja agen; dan 4) untuk mengetahui peran motivasi kerja sebagai variabel mediasi antara insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen di PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo. Penelitian ini akan membahas kajian literatur mengkaji konseptual teori guna memperkuat analisis dan argumen sebagai berikut:

1.1. Insentif

Insentif diartikan sebagai suatu bentuk balas jasa tambahan yang diberikan kepada sumber daya manusia atau karyawan yang telah mencapai prestasi tertentu (Hasibuan, 2014). Insentif adalah imbalan, bisa berupa *tangible* ataupun *intangible*, yang diberikan guna memotivasi satu atau sekelompok orang agar berperilaku dengan cara tertentu (Khan et al., 2020). Tujuan pemberian insentif adalah untuk memberikan dorongan dan rasa tanggung jawab kepada karyawan (Firman, 2017). Jenis-jenis insentif oleh Wibowo (2017) dibagi menjadi 9 yaitu: 1) *commissions*; 2) *executive incentives*; 3) *international incentives*; 4) *maturity curves*; 5) *merit raises*; 6) *non-mentary incentives*; 7) *pay-for-skill/pay-for-knowledge compensations*; 8) *pieceworks*; dan 9) *production bonuses*.

1.2. Insentif Perjalanan Wisata

Insentif perjalanan wisata merupakan salah satu bentuk dari *non-mentary incentives* atau insentif non-material. Li et al. (2018), mengartikan insentif perjalanan wisata sebagai liburan atau rekreasi yang dibayarkan oleh perusahaan sebagai penghargaan atas performa karyawan. Perjalanan insentif sendiri telah lama dilakukan dan dapat dikatakan menjadi motivasi yang tepat dalam meningkatkan kinerja karyawan (Meiditami & Sunuharyo, 2018). Konsep insentif perjalanan wisata sendiri tampaknya berkembang menjadi salah satu cara yang digemari perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan pencapaian dari kontribusi dari para karyawan (Thomas, 2018). Pemberian insentif perjalanan wisata bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan sehingga perusahaan dapat mencapai target yang diinginkannya.

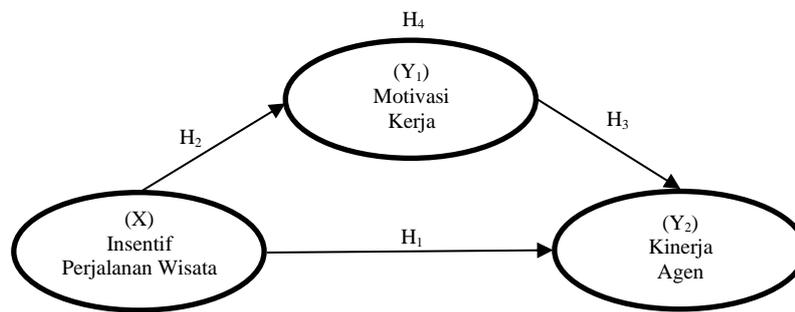
1.3. Motivasi

Motivasi merupakan suatu faktor yang mempengaruhi tingkah laku individu dalam bekerja secara antusias dan giat agar mencapai hasil yang optimal (Meiditami & Sunuharyo, 2018). Motivasi merupakan sebuah konsep rangsangan terhadap perilaku individu yang berkaitan dengan kebutuhan biologis maupun psikis (Li et al., 2018). Motivasi penting karena dapat mendorong individu untuk melakukan usaha terbaiknya. Motivasi perlu diperhatikan agar sejalan dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan sehingga umumnya, motivasi perlu terus diperbarui. Hasibuan (2014) menyatakan motivasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: 1) pekerjaan itu sendiri; 2) tanggung jawab; 3) penghargaan; dan 4) pengembangan serta kemajuan.

1.4. Kinerja

Kinerja diartikan sebagai suatu bukti atau hasil yang berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas (Manurung et al., 2017). Kinerja karyawan merupakan perwujudan hasil usaha yang dilakukan karyawan untuk mencapai tujuannya dalam jangka waktu ditetapkan sebelumnya. Handoko (2016) menyampaikan bahwa terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja. Faktor-faktor tersebut adalah: 1) motivasi; 2) kepuasan kerja; 3) tingkat stress; 4) kondisi pekerjaan; 5) sistem pemberian kompensasi; dan 6) desain pekerjaan.

Sesuai dengan pembahasan dalam penelitian ini dikembangkan kerangka konseptual sebagai berikut,



Gambar 1. Kerangka konseptual peneliti

1.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu dan penggambaran kerangka konseptual peneliti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis berikut:

1.5.1 Hubungan insentif perjalanan wisata terhadap kinerja

Pada beberapa penelitian terdahulu, ditemukan bahwa insentif perjalanan wisata berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan (Firman, 2017; Khan et al., 2020; Manurung et al., 2017; Mustofa, 2017). Dimana pemberian insentif yang sesuai dengan harapan dari para karyawan, akan dapat mempengaruhi hasil kinerja karyawan. Selain itu, insentif perjalanan wisata juga dikatakan sebagai salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan penghasilan yang dinilai menarik dan efektif (Mair, 2015; Shinew & Backman, 1995). Sehingga dikembangkan hipotesis berikut:

H1: Variabel insentif perjalanan wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja agen

1.5.2. Hubungan insentif perjalanan wisata terhadap motivasi kerja

Insentif perjalanan wisata memiliki pengaruh positif signifikan dalam proses peningkatan motivasi kerja karyawan (Li et al., 2018; Nasution, 2016; Supatn, 2016). Insentif perjalanan wisata juga berperan dalam membangun visualisasi dalam benak para karyawan yang secara efektif dapat meningkatkan motivasi mereka (Fenich et al., 2015; Heathfield, 2019). Sehingga dikembangkan hipotesis berikut:

H2: Variabel insentif perjalanan wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel motivasi kerja

1.5.3. Hubungan motivasi kerja terhadap kinerja

Motivasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan (Firman, 2017; Supatn, 2016; Wardana, 2017; Wardana, 2021). Pemberian dan peningkatan motivasi akan berpengaruh pula terhadap kinerja karyawan. Dimana karyawan yang memiliki motivasi yang sejalan dengan tujuan perusahaan akan cenderung lebih giat dalam bekerja (Hasibuan, 2014). Sehingga dikembangkan hipotesis berikut:

H3: Variabel motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja agen

1.5.4. Peran motivasi kerja sebagai variabel mediasi

Motivasi kerja terbukti dapat berperan sebagai pemediasi antara insentif perjalanan wisata terhadap kinerja (Meiditami & Sunuharyo, 2018; Mustofa, 2017; Supatn, 2016). Insentif yang merupakan suatu bentuk penghargaan merupakan salah satu faktor pembentuk motivasi seseorang, sehingga motivasi dapat berperan sebagai pemediasi hubungan antara pemberian insentif terhadap kinerja karyawan (Martin et al., 2017; Puri et al., 2016). Sehingga dikembangkan hipotesis berikut:

H4: Peran variabel motivasi kerja sebagai pemediasi hubungan antara variabel insentif perjalanan wisata terhadap variabel kinerja agen

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dalam praktiknya penelitian ini memanfaatkan data berupa angka atau *scoring* (Sugiyono, 2015). Penelitian dilaksanakan di kantor PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo yang terletak di Jalan Pratanggapati Nomor 11,

Purwodiningratan, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan, yaitu pada bulan Januari 2022 hingga bulan Juni 2022.

Definisi operasional variabel diartikan sebagai suatu variasi atribut dari suatu objek dan/atau kegiatan yang ditentukan oleh peneliti untuk selanjutnya ditelaah dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Indikator insentif adalah adanya variasi pemberian penghargaan, objektivitas pemberian penghargaan, serta frekuensi pemberian penghargaan. Indikator motivasi kerja adalah rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan, keinginan untuk berprestasi, keinginan untuk mengungguli rekan kerjanya, dan niat untuk mengembangkan dan memaksimalkan potensi yang dimiliki. Sedangkan indikator untuk kinerja adalah kualitas, kuantitas, efisiensi waktu kerja, dan kerja sama

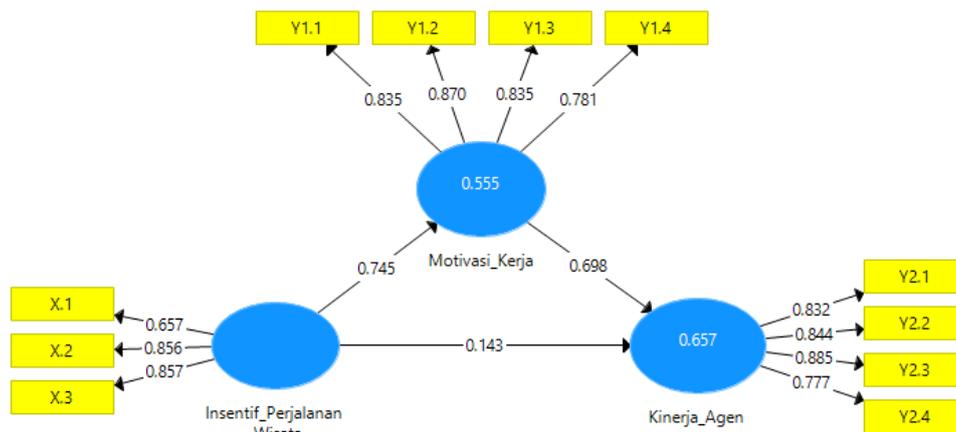
Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert 5 tingkat. Populasi pada penelitian ini adalah agen pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo yang berjumlah 78 agen. Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Sampel penelitian ini adalah agen aktif yang berada pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo. Dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS maka sampel yang digunakan yakni sebanyak 78 responden sesuai dengan pendekatan variabel jumlah indikator dikali dengan 5 sampai 10, yaitu 11 indikator yang digunakan dalam penelitian ini (Solimun, 2002). Sedangkan menurut Arikunto (2019), apabila jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka dilakukan penelitian sensus yaitu keseluruhan populasi digunakan sebagai sampel. Maka digunakanlah 78 agen tersebut sebagai sampel penelitian.

Untuk mengolah dan menganalisis data digunakan SmartPLS, dengan teknik analisa data statistik untuk mendapatkan nilai:

- a. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) yaitu mendefinisikan hubungan antara variable laten dengan indikatornya. *Outer model* digunakan untuk mengukur validitas dan realibilitas model. *Convergent validity*, jika nilai AVE diatas 0,5 atau nilai *loading factor* di atas 0,6 maka model dinyatakan valid (Chin, 1998). *Composite reliability*, jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* di atas 0,7 maka model dinyatakan reliabel (Ghozali & Latan, 2015; Wardana & Parwati, 2021).
- b. Evaluasi model struktural (*inner model*) merupakan gambaran hubungan antar variable laten berdasarkan teori substantif penelitian. Nilai R^2 untuk konstruk dependen, apabila $R^2 \geq 0,67$ berarti model kuat, $R^2 \geq 0,33$ berarti model sedang, dan $R^2 \geq 0,19$ berarti model lemah (Chin, 1998). *Stone-Geisser Q^2 test*, apabila $Q^2 > 0$ berarti model memiliki *predictive relevance*, sedangkan $Q^2 < 0$ berarti model tidak memiliki *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015).
- c. Prosedur *bootstrapping* dilakukan sebagai proses untuk menilai signifikansi pengaruh antar variabel. Melalui prosedur ini, diperoleh nilai *t-statistic* dan *p-value*, dimana apabila *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$ berarti hipotesis diterima. Sebaliknya jika *t-statistic* $< 1,96$ dan *p-value* $> 0,05$ berarti hipotesis ditolak (Chin, 1998).
- d. Uji efek mediasi dilakukan dengan rumus *Variance Accounted For (VAF)* dengan tujuan untuk menunjukkan adanya peran variabel mediator antara variabel independen dan dependen. Pada pengujian VAF, apabila $VAF > 0,8$ maka variabel mediasi berperan penuh, apabila VAF bernilai di antara 0,2-0,8 maka variabel mediasi berperan parsial, dan jika $VAF < 0,2$ maka variabel tidak memiliki efek mediasi (Chin, 1998; WARDANA et al., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan jawaban yang diberikan terhadap kuesioner yang dibagikan, peneliti mengolah data dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Langkah awal dalam penelitian ini adalah dengan melakukan evaluasi model pengukuran dan dihasilkan diagram jalur berikut ini:



Gambar 2. Evaluasi model pengukuran

Pada gambar 2, dapat dilihat hubungan kausalitas yang menghubungkan figur dari masing-masing variabel, bersamaan dengan masing-masing indikatornya. Terlihat bahwa terdapat 3 variabel laten dan 11 indikator yang dipergunakan oleh peneliti. Pada tabel 2, terlihat bahwa nilai AVE dari setiap variabel memiliki nilai melebihi standar 0,6 yang berarti, setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini telah mencakup semua kriteria dari validitas konvergen. Didukung pula dengan nilai *outer loading factor* pada setiap indikator yang digunakan juga bernilai di atas 0,6. Sehingga tiap indikator yang digunakan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Indikator	Outer Loading Factor	Keterangan
Insentif Perjalanan Wisata (X)	0,633	X.1	0,657	Valid
		X.2	0,856	Valid
		X.3	0,857	Valid
Motivasi Kerja (Y1)	0,690	Y1.1	0,835	Valid
		Y1.2	0,870	Valid
		Y1.3	0,835	Valid
		Y1.4	0,781	Valid
Kinerja Agen (Y2)	0,698	Y2.1	0,832	Valid
		Y2.2	0,844	Valid
		Y2.3	0,885	Valid
		Y2.4	0,777	Valid

Berikutnya pada tabel 3, terlihat bahwa semua nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* melebihi 0,7. Maka dari itu, semua variabel dalam instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel karena telah memenuhi seluruh kriteria.

Tabel 3. Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Insentif Perjalanan Wisata (X)	0,836	0,704	Reliabel
Motivasi Kerja (Y1)	0,902	0,855	Reliabel
Kinerja Agen (Y2)	0,899	0,850	Reliabel

Pada tabel 4, terlihat bahwa nilai dari R² untuk variabel motivasi kerja adalah 0,555 atau 55,5 persen. Sedangkan nilai dari R² untuk variabel kinerja agen adalah 0,657 atau 65,7 persen. Hal ini berarti kedua variabel memiliki model moderat. Hasil perhitungan R² dari kedua variabel menunjukkan pengaruh moderat, dengan rata-rata R² sebesar 0,606 dan R² *Adjusted* sebesar 0,5985. Hal ini berarti terdapat 0,394 atau 39,4 persen nilai variabel di luar variabel insentif perjalanan wisata dan motivasi kerja yang juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi variabel kinerja agen.

Tabel 4.
Hasil Uji *Coefficient of Determination*

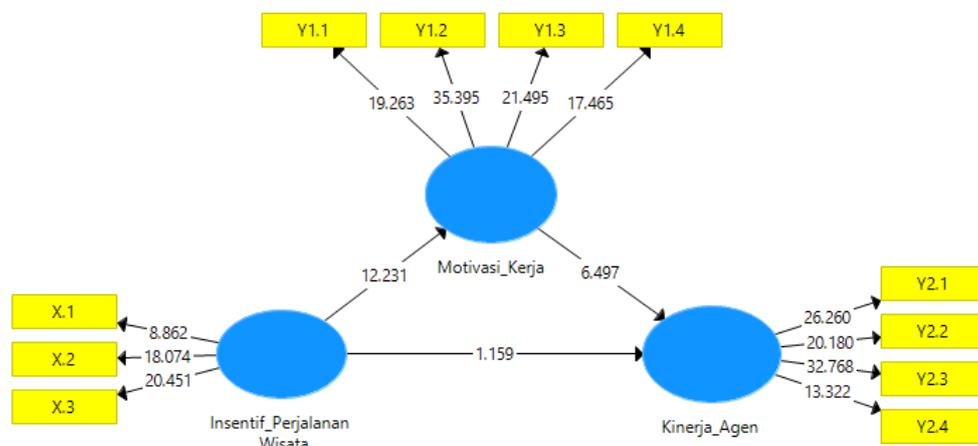
Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	Keterangan
Motivasi Kerja (Y1)	0,555	0,550	Moderat
Kinerja Agen (Y2)	0,657	0,647	Moderat
Rata-rata	0,606	0,5985	Moderat

Pengujian Q^2 *predictive relevance* dilakukan untuk melihat kesesuaian model. Pada tabel 5, terlihat bahwa nilai Q^2 setiap variabel memiliki nilai melebihi 0 (nol). Dengan demikian, variabel motivasi kerja dan kinerja agen mempunyai *predictive relevance* yang baik.

Tabel 5.
Hasil Uji Q^2 *Predictive Relevance*

Variabel	Q-Square
Motivasi Kerja (Y1)	0,370
Kinerja Agen (Y2)	0,447
Rata-rata	0,4085

Pada pengujian hipotesis, digunakan prosedur *bootstrapping* menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Prosedur tersebut menghasilkan diagram jalur seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Hasil uji *bootstrapping*

Diagram tersebut kemudian dijabarkan menjadi tabel 6. Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwasanya hipotesis 1 ditolak karena terdapat nilai *t-statistic* yang lebih kecil dari 1,96 dan nilai *p-value* melebihi nilai standar 0,05. Akan tetapi, masih terdapat nilai original 0,143 yang berarti masih ada pengaruh positif dari insentif perjalanan wisata terhadap kinerja agen. Hanya saja pengaruh tersebut tidak signifikan, sehingga apapun pilihan insentif perjalanan wisata yang diberikan, tidak mampu mempengaruhi kinerja agen pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo.

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Puri et al. (2016) dan Putra & Susanti (2019) yang menyatakan bahwa insentif tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa insentif yang besarnya tidak sesuai dengan beratnya pekerjaan yang dilakukan tentu tidak akan berpengaruh terhadap kinerja seperti yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam penelitian yang telah dilakukan, disebutkan bahwa penyebab tidak signifikannya insentif terhadap kinerja adalah karena karyawan merasa tugas dan tanggung jawab yang harus diampu tidak sebanding dengan insentif yang diberikan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2017) dan Khan et al. (2020) menghasilkan pernyataan bahwa insentif yang sesuai dengan harapan dari para karyawan, dapat berpengaruh terhadap hasil kinerja karyawannya. Dengan demikian, nilai insentif perjalanan wisata yang diberikan oleh PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo belum memenuhi harapan dari para agennya, sehingga tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja para agen. Pemberian insentif perjalanan wisata dinilai tidak sebanding dengan usaha yang harus dikeluarkan, sehingga meskipun terdapat respon positif, insentif perjalanan wisata yang diberikan tetap tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja yang dihasilkan para agen.

Tabel 6.

Hasil Uji *Bootstrapping*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P-Values
Insentif Perjalanan Wisata → Kinerja Agen	0,143	0,145	0,123	1,159	0,247
Insentif Perjalanan Wisata → Motivasi Kerja	0,745	0,744	0,061	12,231	0,000
Motivasi Kerja → Kinerja Agen	0,698	0,700	0,107	6,497	0,000

Pada tabel 6 juga dapat dilihat hasil dari pengujian hipotesis 2 yang menunjukkan nilai *t-statistic* melebihi 1,96 serta *p-value* bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis 2 diterima. Hal ini berarti insentif perjalanan wisata yang merupakan suatu bentuk penghargaan yang disediakan oleh PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo memiliki pengaruh secara langsung dalam meningkatkan motivasi dari para agennya. Sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Sutrisno (2017), dimana salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap motivasi adalah keinginan untuk memperoleh penghargaan. Insentif perjalanan wisata yang ditawarkan juga merupakan salah satu cara agar para agen dapat menikmati liburan yang difasilitasi penuh oleh perusahaan, yang juga merupakan salah satu faktor yang memberikan pengaruh terhadap motivasi, yaitu pemenuhan kebutuhan psikis dan biologis.

Sesuai pula dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Li et al. (2018), dimana insentif dengan jumlah yang baik dan sesuai dapat memotivasi karyawan dalam bekerja. Karena insentif perjalanan wisata dinilai dapat memberikan kesempatan bertumbuh bagi para karyawan. Sama halnya seperti yang dilakukan oleh PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo, pemberian insentif perjalanan wisata dinilai mampu mempertahankan serta meningkatkan motivasi dari para agennya. Terlebih lagi, tidak seperti insentif berupa uang tunai yang hanya masuk ke kantong pribadi dan dinikmati oleh diri sendiri, insentif perjalanan wisata memiliki nilai gengsi yang bisa dipertontonkan kepada orang lain. Yang mana hal ini dapat membantu dalam pembentukan motivasi dari dalam diri seseorang.

Hipotesis 3 juga diterima karena pada tabel 6 ditunjukkan bahwa nilai *t-statistic* melebihi 1,96 dan *p-value* bernilai kurang dari 0,05. Hal ini berarti pemberian motivasi kerja yang telah dilakukan PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo telah bekerja dengan baik dalam meningkatkan kinerja agen secara signifikan. Motivasi yang sesuai dapat mempengaruhi kinerja karyawan, sebaliknya pemberian motivasi yang salah dapat berakibat pada kinerja yang buruk. Yang mana hal ini dapat berakhir dengan tujuan perusahaan tidak tercapai karena karyawan tidak bekerja sesuai dengan keinginan yang dimaksud oleh perusahaan. Sebanding dengan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Putra & Susanti (2019), dimana dihasilkan pernyataan bahwa motivasi merupakan faktor pembentuk sikap yang dapat menggerakkan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo, dimana pemberian motivasi kepada para agen terbukti dapat meningkatkan hasil kinerja para agennya. Dimana dalam hal ini, motivasi yang diberikan adalah berupa adanya jenjang karir yang jelas, pemberian pelatihan, fasilitas konsultasi, serta pemberian pengakuan dan apresiasi atas hasil pekerjaan seorang karyawan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firman (2017) juga memiliki hasil yang serupa, yaitu dimana kinerja karyawan secara signifikan dipengaruhi oleh adanya pemberian dan peningkatan motivasi. Dimana hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi motivasi yang diberikan terhadap seorang karyawan, maka semakin meningkat pula kinerjanya. Dengan intensitas pemberian motivasi yang sesuai pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo, tentu dapat memberikan pengaruh positif terhadap hasil kinerja para agennya. Motivasi agen yang sejalan dengan target dari perusahaan juga akan sangat membantu perusahaan dalam mencapai targetnya karena kinerja baik yang dihasilkan agen.

Sedangkan untuk hipotesis 4 digunakan rumus VAF untuk mengetahui efek mediasi, yaitu dengan perhitungan sebagai berikut:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung (indirect effect)}}{\text{Pengaruh total (total effect)}}$$

$$VAF = \frac{0,745 \times 0,698}{(0,745 \times 0,698) + 0,143}$$

$$VAF = 0,7843169786 \approx 0,78$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa hipotesis 4 diterima. Dengan nilai perhitungan VAF sebesar 0,78, berarti variabel motivasi kerja memiliki peran sebagai pemediasi parsial antara variabel insentif perjalanan wisata terhadap variabel kinerja agen. Hal ini terjadi karena variabel insentif perjalanan wisata masih memiliki nilai positif terhadap variabel kinerja agen. Namun, variabel insentif perjalanan

wisata tanpa diberikan motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja agen. Maka dari itu, variabel motivasi bekerja sebagai variabel strategis yang menjembatani antara kedua variabel. Dimana hal ini berarti, dengan adanya variabel motivasi kerja, maka variabel insentif perjalanan wisata yang diberikan oleh PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo menjadi berpengaruh terhadap kinerja para agennya.

Hal ini sesuai dengan hasil dari penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Martin et al. (2017), dimana dalam penelitiannya dihasilkan pernyataan bahwa motivasi berprestasi terbukti mampu memediasi insentif dengan kinerja karyawan. Hal ini berarti motivasi berprestasi yang dipengaruhi oleh insentif yang diberikan oleh perusahaan mampu berfungsi dalam menggerakkan perilaku karyawannya, sehingga mampu menghasilkan kinerja yang baik. Sama halnya dengan yang terjadi pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo, dimana pemberian motivasi yang berkaitan dengan insentif perjalanan wisata yang diberikan, baik secara langsung maupun tak langsung, dapat berpengaruh terhadap kinerja agen. Didukung pula oleh penelitian dari Mustofa (2017) yang menghasilkan pernyataan serupa, yaitu bahwa insentif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja yang dimediasi oleh motivasi. Ini berarti semakin baik insentif yang diberikan, apabila diimbangi dengan pemberian motivasi yang baik pula, maka kinerja yang dihasilkanpun akan semakin baik pula.

Simpulan dan saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh insentif perjalanan wisata terhadap motivasi dan kinerja pada agen asuransi, maka peneliti menarik simpulan dari hasil uji hipotesis sebagai berikut: 1) Insentif perjalanan wisata memiliki pengaruh positif terhadap kinerja agen pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo, akan tetapi tidak secara signifikan; 2) Insentif perjalanan wisata memiliki pengaruh positif signifikan terhadap motivasi kerja dari agen PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo; 3) Motivasi kerja memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja agen pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo; dan 4) Motivasi kerja berperan sebagai pemediasi parsial antara insentif perjalanan wisata dengan kinerja agen dengan nilai VAF 0,78.

Saran untuk PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo agar melakukan pertimbangan ulang mengenai jumlah target yang seharusnya diberikan agar seimbang dengan usaha yang dilakukan oleh para agen. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa insentif perjalanan wisata yang diberikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja agen. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel-variabel di luar yang sudah digunakan dalam penelitian ini.

Ucapan Terimakasih

Melalui tulisan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan penelitian ini. Terkhusus kepada responden yang telah menyediakan waktu untuk mengisi kuesioner, dan juga kepada pihak PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo yang telah mengizinkan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini. Serta kepada para pembimbing yang telah membantu dalam proses pelaksanaan penelitian dan juga kepada penelitian sebelumnya yang telah menjadi acuan penelitian ini.

Daftar Rujukan

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Chin, W. W. (1998). The Partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Fenich, G. G., Vitiello, K. L., Lancaster, M. F., & Hashimoto, K. (2015). Incentive travel: A view from the top. *Journal of Convention and Event Tourism*, 16(2), 145–158. <https://doi.org/10.1080/15470148.2015.1022917>
- Firman, D. (2017). *Pengaruh insentif dan motivasi terhadap kinerja karyawan PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung*. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/295>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen edisi kedua*. BPFE Press.
- Hasibuan, H. M. S. P. (2014). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Heathfield, S. M. (2019). Develop incentive travel programs for your workplace. In *The Balance Careers*. <https://www.thebalancecareers.com/incentive-travel-programs-for-the-workplace-4584834>
- Khan, M., Daniyal, M., & Ashraf, M. Z. (2020). The relationship between monetary incentives and job performance: Mediating role of employee loyalty. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research*, 2(6), 12–21. www.ijmcer.com
- Li, X., Lu, L., & Chi, C. G. Q. (2018). Examining incentive travelers: How motivation affects organizational commitment. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 830–842. <https://doi.org/10.1002/jtr.2235>
- Mair, J. (2015). Incentive travel: A theoretical perspective. *Event Management*, 19(4), 543–552. <https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512803>
- Manurung, J. S., Rismawati, & Simanjuntak, P. (2017). Pengaruh faktor-faktor perjalanan insentif terhadap motivasi dan kinerja sumber daya manusia pada perusahaan asuransi di Kotamadya Medan. *Human Resource Management*. <https://www.researchgate.net/publication/332072448>
- Martin, G., Taufiq, M., & Darsono. (2017). Peningkatan kinerja melalui insentif dan komunikasi yang di mediasi motivasi berprestasi pada PT. Rajawali Nusindo Area Jawa Tengah. *Bingkai Manajemen*, 202–218.
- Meiditami, R., & Sunuharyo, B. S. (2018). Pengaruh insentif terhadap prestasi kerja karyawan dengan variabel mediator motivasi kerja (Studi pada karyawan divisi individual customer business development (ICD) kantor pusat PT Bank Central Asia, Tbk). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 60(2)*.
- Mustofa, G. (2017). Pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel moderasi (Studi pada agen PT. Jiwasraya Kantor Cabang Malang Kota). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(02), 139–148.
- Nasution, H. P. (2016). *Effectiveness of incentive travel program more meaningful, motivational and memorable*. Proceedings ICERVED (Revitalization of Vocational in Free Trade Era)
- Petriella, Y. (2018). Orang Indonesia makin sering ke luar negeri, bisnis wisata outbond. In *Ekonomi Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181001/12/844135/orang-indonesia-makin-sering-ke-luar-negeri-bisnis-wisata-outbound-menjanjikan>
- Puri, K. P., Suddin, A., & Suprayitno. (2016). Pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel mediasi (Survei pada karyawan PD. BPR Bank Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16, 150–158.
- Putra, P. D., & Susanti, F. (2019). Pengaruh pemberian insentif dan motivasi terhadap kinerja karyawan PT. FIFGROUP Pos Painan. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hu4mn>
- Shinew, K. J., & Backman, S. J. (1995). Incentive travel: An attractive option. *Tourism Management*, 16(4), 285–293. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00018-J](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00018-J)
- Solimun. (2002). *Structural equation modeling lisrel dan amos*. Fakultas MIPA Universitas Brawijaya.
- Statistik, B. P. (2013). *Proyeksi penduduk Indonesia 2010-2035*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.
- Supatn, N. (2016). Roles of travel incentives on employee motivation and performance. *Business Administration Journal of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 5(1).
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Thomas, S. N. (2018). Market study of the outbound incentive travel from Kerala. *Intercontinental Journal of Marketing Research Review*, 6(12), 7–15. <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=3357744917856646377&btnI=1&hl=en>
- Wardana, M. A. (2017). Pengaruh pertimbangan, pengetahuan, sikap nasabah terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah di kota Denpasar. *Forum Manajemen STIMI Handayani Denpasar*, 14(1), 79–88.
- Wardana, M. A. (2021). Faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah mandiri KC Banyuwangi. *Forum Manajemen STIMI Handayani Denpasar*, 19(1), 29–34.
- Wardana, M. A., & Parwati, K. S. M. (2021). Integrasi faktor niat berkunjung wisatawan lokal di Bali pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(1), 50–58.
- Wardana, M. A., Rahyuda, I. K., Sukaatmadja, I., & Giantari, I. (2021). Antecedents and consequences of intention to become a customer: A case study of islamic banks in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 827–839.
- Wibowo. (2017). *Manajemen kinerja*. Rajawali Pers.