



Penerapan sistem reward berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta

Surya Wahyu Utama¹, Eko Prasjo², Retno Kurnianingsih³, Reza Widhar Pahlevi⁴

¹²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

³Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

⁴Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

Article History

Received : 26-Juli-2023
Revised : 16-Juli-2023
Accepted : 04-September-2023
Published : 02-Oktober-2023

Keywords:

Reward 1, Employee Performance 2

Corresponding author:

Suryawahyu810@gmail.com

DOI: -

ABSTRACT

This research discusses the implementation of a performance-based reward system for employees at Maestro Parfum Yogyakarta. The study is motivated by the growth of refillable perfumes and human resource management. It adopts a qualitative research approach, with Maestro Parfum Yogyakarta as the research location, and involves all 92 employees as the research subjects. Data collection is conducted through interviews. Based on the research findings, it can be concluded that the rewards provided by Maestro Parfum Yogyakarta serve as motivation for employees in their work. The rewards offered by Maestro Parfum Yogyakarta include cash, promotion, and tangible items.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penerapan sistem reward berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta. Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya parfum isi ulang dan pengelolaan sumber daya manusia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Maestro Parfum Yogyakarta, adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah seluruh karyawan berjumlah 92 orang, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa reward yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta memberikan motivasi bagi karyawan dalam bekerja. Reward yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa uang tunai, kenaikan jabatan dan berupa barang. Penelitian ini membahas tentang penerapan sistem reward berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta. Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya parfum isi ulang dan pengelolaan sumber daya manusia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Maestro Parfum Yogyakarta, adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah seluruh karyawan berjumlah 92 orang, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa reward yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta memberikan motivasi bagi karyawan dalam bekerja. Reward yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa uang tunai, kenaikan jabatan dan berupa barang.



PENDAHULUAN

Perubahan pada masyarakat yang beragam memberikan suatu konsep perusahaan dibidang parfum impor isi ulang, yang lebih ekonomis dibandingkan dengan parfum original. Peluang usaha ini menarik sejumlah pelaku usaha untuk mengembangkan industri parfum impor isi ulang. Mudahnnya mendapatkan parfum impor isi ulang ini bisa memudahkan masyarakat agar lebih percaya diri untuk aktivitas sehari-hari, dikarenakan akan selalu wangi dan juga harga beli yang ekonomis atau menjangkau semua kalangan.

Kemajuan dalam bidang ekonomi telah membawa perkembangan pesat dalam bidang usaha. Dengan begitu banyak perusahaan dagang yang sudah bergerak, hal ini menimbulkan berbagai persaingan yang terjadi antar perusahaan. Untuk memenangkan persaingan perusahaan menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menguasai pasar. Menjadi penguasa pasar perusahaan menerapkan strategi dan pokok-pokok pekerjaan yang akan dijalankan, dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, berkembang dan mendapatkan laba yang maksimal.

Diera globalisasi yang semakin ketat, persaingan antar perusahaan dan sulit ditebak strategi yang diterapkan oleh perusahaan pesaing, maka pelaku usaha dituntut untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, upaya yang dilakukan perusahaan antara lain dengan memberikan *reward* dengan bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Sebuah perusahaan didirikan berbeda-beda tujuan, visi dan misi untuk mencapai tujuannya, perusahaan memiliki cara sendiri dalam mencapai tujuannya secara maksimal. Dalam rangka pemaksimalan tujuannya, perusahaan tentu saja harus mampu mempertimbangkan berbagai hal komplek supaya strategi yang diambil mampu dilaksanakan dengan maksimal. Salah satu cara perusahaan untuk mencapai tujuannya, perusahaan mengandalkan sumber daya manusia (SDM) pada perusahaannya.

Pada dasarnya masalah kinerja karyawan terletak pada terpenuhinya kebutuhan seseorang. Ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya, seseorang membutuhkan alat-alat pemuas kebutuhan agar terpenuhi kebutuhannya maka mengharuskan mereka bekerja, ketika bekerja mereka akan mendapatkan balas jasa atau kompensasi dari perusahaan. Kecenderungan karyawan berpendapat bahwa besar atau kecilnya kompensasi yang mereka terima tidak terletak pada kinerja yang dilakukan dalam perusahaan. Hal ini mengakibatkan menurunnya semangat kerja yang mempengaruhi kinerjanya.

Dengan memberikan *reward* perusahaan mengharapkan karyawan termotivasi meningkatkan kinerjanya, kinerja karyawan yang baik akan meningkatkan

produktivitas perusahaan. Jadi *reward* merupakan sebuah program yang diberikan oleh perusahaan untuk memotivasi karyawan bekerja lebih giat dan terus meningkatkan potensinya dalam perusahaan tersebut. Keberhasilan perusahaan akan tercapai karena prestasi yang baik yang dimiliki oleh seorang karyawan, sehingga *reward* penting bagi perusahaan karena mencerminkan upaya suatu perusahaan untuk mempertahankan sumber daya manusia (SDM).

Parfum adalah campuran *essential oil* dengan senyawa aroma, fiksatif, pelarut yang digunakan untuk memberikan bau wangi pada tubuh manusia, objek dan ruangan. Parfum sudah dikenal sejak ribuan tahun yang lalu, salah satu bentuk parfum tertua berupa pembakaran dupa dan herbal aromatik yang digunakan dalam pelayanan keagamaan, sering kali untuk aromatik *gums*, kemenyan, dan mur yang dikumpulkan dari pohon. Mesir adalah negara pertama yang memasukkan parfum ke budaya mereka yang diikuti oleh Cina kuno, Hindu, Israel, Carthaginians, Arab, Yunani dan Romawi. Penggunaan awal menggunakan yang botol parfum adalah Mesir yaitu sekitar 1.000 tahun sebelum masehi.

Parfum perlu diencerkan dengan pelarut karena minyak esensial (murni) (baik yang alami maupun yang sintetis) mengandung konsentrasi tinggi dari komponen volatil yang mungkin akan mengakibatkan reaksi alergi dan kemungkinan cedera ketika digunakan langsung ke kulit, fungsi utama dari pelarut adalah menguapkan minyak esensial dan membantu menyebar ke udara.

Sejauh ini pelarut yang paling umum digunakan untuk pengenceran parfum adalah etanol arai campuran antara etanol dan air. Parfum juga dapat diencerkan dengan menetralkan bau lemah menggunakan jojoba, minyak kelapa difraksinasi atau lilin. Persentase volume konsentrasi dalam parfum adalah ekstrak parfum 20% sampai 40% adalah senyawa aromatik, *eau de parfum* (EDP) 1% sampai 30% senyawa aromatik, *eau de toilette* (EDT) 5% sampai 20% senyawa aromatik, *eau de cologne* (EDC) 2% sampai 5% senyawa aromatik, dan *eau de solid* (EDS) 1% senyawa aromatik.

Saat ini banyak sekali ditemukan perusahaan parfum impor isi ulang, hal ini bisa dilihat dari banyaknya para pelaku usaha yang mendirikan usaha parfum impor isi ulang. Salah satu toko parfum impor isi ulang yang sangat berkembang adalah Maestro Parfum. Maestro Parfum didirikan oleh seorang *businessman* yang bernama Arman Budiarto pada bulan maret tahun 2007. Dari begitu banyak produk pabrikan yang menawarkan produknya ke Maestro Parfum, ada beberapa pabrikan produk yang digunakan oleh Maestro Parfum yaitu pabrikan dari Argeville, Parfex, Charabot, Essences, Bell, Iberchem, Macbrame, Parfarome, Technicoflor, Labor, Laverne, General Aromatik dan Benberg.

Dengan adanya *reward* setiap karyawan yang pantas merupakan bentuk menghargai yang diberikan perusahaan atas apa yang telah ia capai. Menurut Malayu Hasibuan (2014, hal 121) *reward* yang layak dan adil akan membuat kinerja karyawan bagus karena adanya ikatan kerja sama dan disiplin kerja. Jadi pemberian *reward* akan

mempengaruhi kinerja karyawan dalam melaksanakan tugasnya, dan akan menjadi motivasi karyawan untuk melakukan tugasnya dengan sebaik mungkin. Hal ini mencerminkan bahwa memberikan *reward* mempengaruhi produktivitas karyawan dalam perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut Apa saja syarat yang harus dicapai untuk mendapatkan *reward* di Maestro Parfum Yogyakarta?; Apa saja bentuk reward yang ada Maestro Parfum Yogyakarta? ; Apakah sistem reward berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta sudah efektif?

LANDASAN TEORI

I. Manajemen Sumber Daya Manusia

A. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan (MSDM) merupakan salah satu bidang manajemen umum yang meliputi segi perencanaan, pengendalian, pelaksanaan, dan pengorganisasian. Di mana proses ini terdapat dalam bidang keuangan, pemasaran, produksi, maupun kepegawaian.

Menurut Malayu Hasibuan (2014, hal 10) manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien untuk membantu mewujudkan tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2015, hal 2) Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah suatu perencanaan, pelaksanaan, pengkoordinasian, pengorganisasian, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, dan pemisahan tenaga kerja untuk mencapai tujuan organisasi.

Dari kedua pendapat di atas pengertian manajemen sumber daya manusia (MSDM) secara umum dapat didefinisikan sebagai manajemen yang berfokus pada bidang personalia, bidang kepegawaian atau tenaga kerja. Pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya manusia dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu keberhasilan perusahaan ditentukan oleh manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam melakukan pendayagunaan tenaga kerja.

B. Fungsi Operatif Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi operatif manajemen sumber daya manusia (MSDM) Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2015, hal 2), yaitu sebagai berikut:

1. Pengadaan sumber daya manusia
 - a. Perencanaan sumber daya manusia

-
- b. Penarikan pegawai
 - c. Analisa jabatan
 - d. Penentuan kerja
 - e. Orientasi kerja
 2. Pengembangan tenaga kerja
 - a. Pendidikan dan pelatihan
 - b. Pengembangan
 - c. Penilaian prestasi kerja
 3. Pemberian balas jasa
 - a. Balas jasa langsung
 - 1) Upah/gaji
 - 2) Insentif
 - b. Balas jasa tak langsung
 - 1) Keuntungan
 - 2) Pelayanan
 4. Integrasi
 - a. Kebutuhan karyawan
 - b. Motivasi kerja
 - c. Disiplin kerja
 - d. Kepuasan kinerja
 - e. Partisipasi kerja
 5. Pemeliharaan tenaga kerja
 - a. Kombinasi kerja
 - b. Kesejahteraan dan keselamatan kerja
 - c. Pengendalian konflik kerja
 - d. Konseling kerja
 6. Pemisahan tenaga kerja
 - a. Pemberhentian tenaga kerja.
- C. Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan sekelompok pekerja yang secara dibentuk oleh sebuah perusahaan untuk membantu sumber daya

manusia (SDM) supaya dapat bekerja secara efektif dan efisien. Manajemen sumber daya manusia memainkan berbagai peranan dan efektif atau tidaknya dalam memainkan perannya para efektivitas kepemimpinan, penataan staf, dan bagaimana mengelola manajemen sumber daya manusia (SDM).

Menurut Cuk Jaka Purwanggono (2020, hal 4) manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan sebagai pelaksana kegiatan pendukung, pemilik wewenang staf, perumus kebijakan tentang sumber daya manusia (MSDM), dan pemroses berbagai saran untuk manajer lini.

D. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Tujuan Manajemen Sumber daya manusia (MSDM) adalah mengelola sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan. Tujuan manajemen sumber daya manusia menurut Sadili Samsudin (2010, hal 30) adalah sebagai berikut:

1. Tujuan sosial merupakan organisasi atau perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan etis untuk kebutuhan masyarakat dengan meminimalkan dampak negatif.
2. Tujuan perusahaan yaitu menciptakan efektivitas maksimal dari suatu perusahaan dengan menggerakkan, mengarahkan, memotivasi dan mengefektifkan sumber daya manusianya.
3. Tujuan fungsional yaitu mempertahankan kontribusi departemen sumber daya manusia pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasinya.
4. Tujuan individu yaitu tujuan tiap anggota organisasi atau perusahaan hendaknya dicapai melalui aktivitas organisasi atau perusahaannya.

II. *Reward*

A. Pengertian *Reward*

Reward merupakan salah satu metode untuk memotivasi seseorang untuk meningkatkan kinerja dalam perusahaan, sebagai apresiasi tertentu yang diberikan perusahaan kepada karyawannya. Seringkali perusahaan tidak tepat waktu dalam mencapai tujuannya, untuk mengantisipasinya biasanya perusahaan memberikan *reward* kepada karyawan untuk memacu karyawan bekerja lebih baik lagi didalam perusahaan agar mencapai target yang telah ditentukan.

Dengan diberikannya *reward* oleh perusahaan karyawan akan merasa lebih dihargai atas pekerjaan yang telah ia kerjakan dengan sebaik mungkin. Sedangkan bagi perusahaan, dalam memberikan *reward* kepada karyawan, perusahaan menginginkan agar karyawan termotivasi untuk bekerja lebih keras dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2016, hal 64) *reward* atau sering disebut juga dengan

kompetensi merupakan bentuk pemberian balas jasa yang diberikan kepada seorang karyawan atas prestasi pekerjaan yang dilakukan, baik berbentuk *finansial* maupun *non finansial*. Reward merupakan suatu sistem yang meliputi *financial reward* yang berupa gaji tetap dan komponen gaji lain serta benefit, dan *reward non finansial* yang berupa penghargaan, pemberian wewenang, kesempatan untuk berkembang, serta peningkatan kemampuan berupa pelatihan atau pengembangan.

Menurut Mohammad Busro (2018, hal 315) salah satu cara memberi *reward* yang sangat efektif bagi perusahaan adalah dengan memberi tunjangan dan insentif, ini terjadi karena setiap pekerjaan yang berhasil mencapai suatu tujuan tertentu sangat layak untuk diberikan imbalan yang sepadan atas pencapaiannya. Pemberian insentif ini lebih efektif daripada perusahaan memberikan bonus yang mungkin hanya satu kali dalam setiap tahun.

Menurut Anshori dan Meithiana (2018, hal 307) *reward* bisa diartikan sebagai penghargaan, imbalan atau hadiah, dan bertujuan agar karyawan menjadi termotivasi dalam bekerja di perusahaan. Pemberian *reward* akan sangat mempengaruhi produktivitas dan kinerja karyawan di perusahaan karena dapat memberi kepuasan materi atau non materi karyawan.

Menurut Onita Sari Sinaga (2020, hal 31) *Reward* adalah bentuk hadiah yang diberikan kepada seseorang ataupun kelompok karena telah berperilaku baik, menghasilkan suatu prestasi, memberikan sumbangan, ataupun melaksanakan tugas dengan sesuai target yang telah ditetapkan. Sistem penghargaan diri dari seluruh komponen pada suatu organisasi yang meliputi orang, proses, serta prosedur pengambilan keputusan untuk mengalokasikan kompensasi dan tunjangan kepada sebagian pegawai yang berprestasi. *Reward* tidak hanya diukur dari materi saja tetapi bisa berupa non materi, namun dipengaruhi oleh interaksi antar manusia dengan lingkungan didalam suatu organisasi.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pemberian *reward* atau penghargaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan motivasi karyawan supaya melakukan hal yang baik dan berprestasi. *Reward* menarik perhatian karyawan karena akan mendapatkan penghargaan dalam bentuk *finansial* maupun *non finansial* yang memberikan kepuasan tersendiri di dalam diri karyawan tersebut.

Pada kenyataannya motivasi dasar bagi orang menjadi karyawan pada perusahaan untuk mencari nafkah, berarti ia mengharapkan imbalan tertentu. Imbalan dipandang sebagai salah satu tantangan yang harus dihadapi manajemen disuatu perusahaan, karena karyawan memiliki kebutuhan materi yang harus dipenuhi untuk memenuhi harkat dan martabatnya. Maka perusahaan memberikan suatu sistem tambahan yang berupa *reward* atau kompensasi untuk mengikat karyawannya serata memberikan nilai lebih perusahaan, bahwa

perusahaan mampu memberikan *reward* untuk karyawannya secara tepat waktu yang sesuai kesepakatan bersama.

B. Bentuk-Bentuk *Reward*

Menurut Herman Sofyadi (2008, hal 160) bentuk-bentuk *reward* atau kompensasi adalah sebagai berikut:

1. *Reward* atau kompensasi langsung (*Direct Compensation*)

Reward atau kompensasi yang diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai imbalan atas suatu pekerjaan yang dilakukan untuk perusahaan. Contohnya bisa berupa gaji, insentif, dan tunjangan jabatan.

2. *Reward* atau kompensasi tidak langsung (*Indirect Compensation*)

Reward atau kompensasi pada karyawan sebagai upaya perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan. Tentunya pemberian kompensasi ini tidak berkaitan langsung dengan pekerjaan yang dilakukan karyawan tersebut. Contohnya adalah tunjangan, keamanan, kenyamanan, fasilitas dan pelayanan perusahaan.

C. Kebijakan *Reward*

Menurut Malayu Hasibuan (2014, hal 123-127) Kebijakan pembayaran *reward* atau kompensasi pada umumnya diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Sisa waktu

Yaitu besarnya *reward* atau kompensasi ditetapkan oleh waktu, seperti jam, hari, minggu, bulan, dan tahun.

2. Hasil (*output*)

Yaitu besarnya *reward* atau kompensasi ditetapkan dalam kesatuan yang dihasilkan, seperti perpotongan, kilogram, liter, dan meter.

3. Borongan

Yaitu besarnya pengupayaan banyaknya jumlah pekerjaan dan jangka waktu dalam mengerjakannya.

4. Kebijaksanaan *reward* atau kompensasi

Yaitu berupa baik besarnya, susunannya, maupun waktu pembayaran dapat mendorong gairah kerja dan keinginan karyawan untuk mencapai prestasi kerja yang optimal untuk mencapai tujuan perusahaan.

5. Waktu pembayaran *reward* atau kompensasi

Yaitu *reward* atau kompensasi harus dibayarkan sesuai dengan waktu yang disepakati supaya kepercayaan tetap terjaga.

D. Indikator *Reward*

Indikator *reward* menurut Mahmudi (2013, hal 187) adalah sebagai berikut:

1. Gaji dan Bonus

Gaji merupakan komponen *reward* yang paling penting untuk karyawan, hal ini meliputi gaji pokok dan gaji tambahan kompensasi keuangan berupa bonus dan pemberian saham (*stock option* atau *stock grant*). Pemberian gaji tambahan berupa insentif memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya. dengan adanya reward yang diberikan perusahaan untuk kinerja yang tinggi dapat diberikan dalam bentuk kenaikan gaji dan pemberian insentif.

2. Kesejahteraan

Kesejahteraan dapat diukur nilainya, berbagai program kesejahteraan karyawan yang ditawarkan organisasi sebagai bentuk tunjangan (tunjangan kesehatan, pendidikan anak, keluarga dan hari tua) dan kesejahteraan rohani (liburan paket ibadah dan sebagainya)

3. Pengembangan Karir

Pengembangan karir merupakan prospek dimasa yang akan datang, pengembangan karir ini penting bagi karyawan yang memiliki potensi yang memuaskan agar nilainya lebih tinggi sehingga mampu memberikan kinerja yang lebih baik.

4. Penghargaan Psikologis dan Sosial

Penghargaan psikologis dan sosialis lebih sulit diukur karena nilai *finansialnya*, namun nilai penghargaan ini penting bagi karyawan yang merasa ingin diterima dan dihargai atas kinerja yang telah ia lakukan.

E. Dampak Pemberian *Reward*

Dampak pemberian *reward* menurut Irham Fahmi (2016, hal 65), adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan dan menjalankan hak dan kewajiban yang diterima oleh karyawan.
2. Untuk memenuhi keinginan yang menjadi keinginan karyawan sesuai dengan kesepakatan yang ditandatangani
3. Untuk menggambarkan wibawa perusahaan karena mampu membayar *reward* dan berbagai bentuk *reward* lainnya secara tepat waktu.
4. Sebagai penjelasan kepada pihak *stakeholders* bahwa perusahaan mampu melaksanakan kewajiban likuiditasnya secara tepat waktu.
5. Mampu menaikkan reputasi perusahaan sebagai perusahaan yang loyal dan berdedikasi tinggi dalam membangun kepedulian dan kesejahteraan karyawan.

F. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Reward*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *reward* menurut Harbani Pasolong (2007, hal 78), adalah sebagai berikut:

1. *Internal Consistency* (konsistensi internal)

Konsistensi internal kadang-kadang disebut dengan keadilan internal yang merujuk pada pekerjaan atau tingkat keahlian di dalam sebuah perusahaan yang membandingkan kontribusi mereka dalam pencapaian tujuan organisasi. Dalam perkara lain konsistensi internal merupakan penetapan pemberian reward yang didasarkan pada jenis-jenis pekerjaan didalam perusahaan. Untuk itu maka perlu dilakukan analisis jabatan (*job analisis*), uraian pekerjaan (*job description*), evaluasi pekerjaan (*job evaluation*) dan struktur pekerjaan (*job structure*), untuk menentukan besarnya imbalan yang tiap-tiap jenis pekerjaan. Konsisten internal menjadi salah satu faktor yang menentukan semua tingkat imbalan pekerjaan yang sama, maupun semua pekerjaan. Pada kenyataannya, perbedaan penghargaan yang diberikan sesuai kinerja masing-masing karyawan merupakan salah satu kunci yang menantang para manajer.

2. *External Competitiveness* (kompetensi eksternal)

Kompetensi eksternal adalah penetapan besarnya penghargaan pada tingkatan dimana perusahaan masih memiliki keunggulan kompetitif dengan perusahaan lain, sehingga perusahaan dapat mempertahankan karyawan yang memiliki keunggulan untuk tetap bekerja di perusahaan.

3. *Employee Contributions* (kontribusi karyawan)

Kontribusi karyawan merupakan penetapan besarnya penghargaan yang merujuk kepada kontribusi yang telah diberikan karyawan kepada perusahaan. Penghargaan dapat ditetapkan berdasarkan senioritas, prestasi kerja, panduan insentif, dan program yang ada dalam perusahaan

4. *Administrator* (administrasi)

Administrasi merupakan faktor yang dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan pemberian penghargaan, aspek perencanaan, anggaran yang tersedia, komunikasi dan evaluasi.

III. Kinerja Karyawan

A. Pengertian Kinerja Karyawan

Kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi perusahaan. Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dihasilkan oleh karyawan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Kinerja yang dicapai

karyawan merupakan suatu hal yang penting dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap karyawan yang ditampilkan sebagai prestasi kerja dalam perannya di dalam perusahaan, kinerja karyawan sangat penting bagi perusahaan karena perusahaan sangat membutuhkan karyawan dalam upaya mencapai tujuannya. Pencapaian sebuah tujuan maksimal perusahaan merupakan buah hasil dari kinerja karyawan. Hal ini juga berpengaruh dengan sebaliknya, kegagalan pencapaian tujuan perusahaan diakibatkan dari kinerja karyawan dalam melakukan pekerjaannya yang telah disetujui bersama.

Menurut Moeheriono (2012, hal 95) Kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan suasana, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Menurut Onita Sari Sinaga (2020, hal 6) Kinerja merupakan cara menentukan sasaran yang lebih terarah, maka dibutuhkan suatu tujuan organisasi yang jelas, strategi untuk pencapaiannya, rencana kinerja serta bagaimana seluruh komunikasi antara pimpinan dan pegawai agar dapat memastikan pencapaian kinerja yang diharapkan perusahaan.

Menurut Bintoro dan Daryanto (2017, hal 106) kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan merupakan hasil kerja karyawan dalam melaksanakan tugasnya dengan tanggung jawab yang sesuai dengan kriteria yang disepakati guna mencapai tujuan perusahaan. Hal ini mencerminkan bahwa sumber daya manusia (SDM) adalah aspek paling penting dari perusahaan, dikarenakan semakin produktif karyawan maka akan menambah tingkat keberhasilan dari perusahaan tersebut.

Perusahaan melihat perkembangan perusahaannya dengan melihat kinerja dari karyawannya, seberapa tingkat kemampuan dalam melaksanakan suatu pekerjaan, kecakapan dalam melakukan pekerjaan yang diberikan perusahaan. Sedangkan perusahaan melakukan evaluasi dengan menggunakan tolak ukur tertentu, menurut standar dari perusahaan tersebut.

B. Jenis-Jenis Kinerja Karyawan

Jenis-jenis Kinerja karyawan menurut Moeheriono (2012, hal 98-99), adalah sebagai berikut:

1. Kinerja Operasional (*Operational Performance*)

Kinerja ini berkaitan dengan efektivitas penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan, seperti modal, bahan baku, teknologi, dan lain sebagainya, dan penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misinya.

2. Kinerja Administratif (*Administrative Performance*)

Kinerja ini berkaitan dengan administratif organisasi, termasuk dalam struktur administratif yang mengatur hubungan otoritas wewenang dan tanggung jawab dari orang yang menduduki jabatan. Selain itu, juga berkaitan dengan kinerja mekanisme aliran informasi antar unit kerja dalam organisasi.

3. Kinerja Strategik (*Strategic Performance*)

Kinerja ini berkaitan atas kinerja perusahaan, dievaluasi ketetapan perusahaan dalam memilih lingkungannya dan kemampuan adaptasi perusahaan, khususnya secara strategi perusahaan dalam menjalankan visi dan misinya.

C. Indikator Kinerja Karyawan

Indikator kinerja karyawan menurut Moehariono (2012, hal 114), adalah sebagai berikut:

1. Efektif

Indikator ini mengukur derajat kesesuaian output dengan mencapai sesuatu yang diinginkan.

2. Efisien

Indikator ini mengukur derajat kesesuaian proses menghasilkan output dengan menggunakan biaya serendah mungkin.

3. Kualitas

Indikator ini mengukur derajat kesesuaian antara kualitas produk atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

4. Ketepatan waktu

Indikator ini mengukur apakah pekerjaan telah disesuaikan secara benar dan tepat waktu.

5. Produktivitas

Indikator ini mengukur tingkat produktivitas suatu organisasi.

6. Keselamatan

Indikator ini mengukur kesehatan organisasi serta lingkungan kerja para

karyawannya ditinjau dari aspek keselamatan.

D. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja Karyawan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2015, hal 67), adalah sebagai berikut:

1. Faktor Kemampuan

Faktor kemampuan secara psikologis, kemampuan (*Ability*) dan kemampuan reality (*Knowledge + Skill*) artinya pegawai yang memiliki IQ rata-rata (iq 110-120) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dengan terampil dalam mengerjakan pekerjaannya sehari-hari, maka ia akan lebih mudah mencapai prestasi kerja yang diharapkan. Oleh karena itu pekerja perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

2. Faktor Motivasi

Faktor motivasi terbentuk dari sikap seorang pekerja untuk menghadapi berbagai situasi kerja, motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pekerja yang terarah untuk mencapai tujuan pekerjaannya.

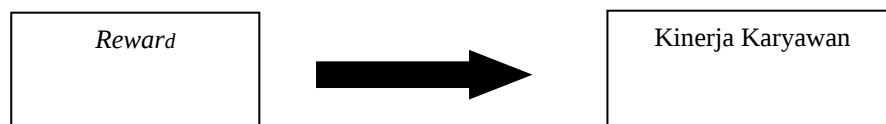
IV. Drigen Penelitian

Reward merupakan kompensasi atau imbalan yang didapatkan yang diberikan perusahaan untuk mengapresiasi dan memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik yang memiliki tujuan untuk memajukan perusahaan. Karena kemajuan perusahaan sangat dipengaruhi oleh produktivitas karyawan, ketika karyawan semakin produktif maka perusahaan akan semakin berkembang.

Kinerja karyawan merupakan hasil kerja karyawan dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan dalam mewujudkan tujuan, visi dan misi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Penetian



Berdasarkan gambar di atas peneliti meneliti tentang penerapan *sistemreward* berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

I. Lokasi Penelitian dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan parfum isi ulang yang bernama Maestro Parfum Yogyakarta di jalan Selokan Mataram Nomor 15, Dusun Gedongan, Kelurahan Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang meneliti tentang hubungan antara reward terhadap kinerja seluruh karyawan yang bekerja di Maestro Parfum Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 mei 2023 sampai dengan 17 juni 2023.

II. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada gagasan atau simpulan umum dari suatu kejadian. Metode penelitian kualitatif menggunakan perspektif informan yang diteliti dalam memandang permasalahan yang diteliti.

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2019, hal 18) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dan pada generalisasinya.

Metode Penelitian Kualitatif Menurut Albi Anggito & Johan Setiawan, (2018, hal. 7) Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengumpulkan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan yang melibatkan berbagai metode yang ada.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dengan sedalam-dalamnya dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan yang terjadi. Pemahaman tersebut diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian.

III. Instrumen Penelitian

A. Reward

Merupakan kompensasi atau imbalan yang didapatkan yang diberikan perusahaan untuk mengapresiasi dan memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik yang memiliki tujuan untuk memajukan perusahaan.

B. Kinerja karyawan

Merupakan hasil kerja karyawan dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan dalam mewujudkan tujuan, visi dan misi perusahaan.

C. Sumber Data

Data merupakan kumpulan informasi yang dibutuhkan untuk mengambil sebuah keputusan tertentu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dilapangan/lokasi penelitian dan didapatkan langsung dari karyawan Maestro Parfum Yogyakarta melalui wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada responden. Data sekunder merupakan data yang di peroleh atau di kumpulkan peneliti secara tidak langsung, data ini di peroleh melalui perantara dari dokumen dan orang lain.

D. Populasi dan Sampel

Populasi sekelompok orang atau objek dan kejadian yang terjadi di suatu tempat yang akan diteliti. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019, hal 285) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu,

Dalam penelitian ini diketahui bahwa karyawan Maestro Parfum Yogyakarta Sejumlah 92 orang. Sehingga peneliti menetapkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah orang.

E. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2019, hal 296) merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan. Karena itu wawancara tidak hanya menangkap permasalahan atau ide, tetapi juga dapat menangkap perasaan, pengalaman, emosi, motif yang dimiliki responden yang bersangkutan.

Wawancara menurut Sugiyono (2019, hal 304) merupakan pertemuan dua orang untuk informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik.

Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus dia bertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara, menentukan materi yang akan diwawancarai, dan kapan akan memulai wawancara dan mengakhiri wawancara. Sedangkan responden adalah orang yang akan diwawancarai, diminta keterangan informasi keterangannya, dikarenakan responden merupakan orang yang diperkirakan yang menguasai data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. Dan materi wawancara merupakan persoalan yang ditanyakan kepada responden, antara masalah atau tujuan dari penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan suatu usaha untuk mengurangi suatu masalah atau memfokuskan menjadi bagian-bagian sehingga susunan atau tatanan bentuk sesuatu yang diurai akan tampak jelas maknanya dan lebih mudah dimengerti.

Analisis data menurut Sugiyono (2019, hal 319) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Peneliti mendapatkan data langsung dari responden melalui wawancara, untuk menganalisis data digunakan cara berpikir induktif yaitu suatu cara berpikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, kemudian fakta tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Daftar pertanyaan penelitian

1. Pertanyaan untuk pimpinan
 - a. Pendahuluan (perkenalan)
 - b. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan maestro parfum?
 - c. Apa saja visi dan misi perusahaan maestro parfum?
 - d. Apa saja syarat yang harus dipenuhi karyawan bapak/ibu supaya mendapatkan *reward* dari perusahaan maestro parfum?
 - e. Bagaimana bentuk/apa saja *reward* yang diberikan perusahaan maestro parfum untuk karyawannya?
 - f. *Reward* yang paling mempengaruhi motivasi karyawan dalam bekerja di perusahaan maestro parfum?
 - g. Bagaimana kinerja karyawan bapak/ibu setelah mendapatkan *reward* tersebut?

- h. Berapa jumlah uang/barang yang paling besar diberikan perusahaan maestro parfum untuk karyawannya?
 - i. Kira-kira apa saja target yang ingin dicapai perusahaan maestro parfum
2. Pertanyaan untuk Karyawan
- a. Pendahuluan (perkenalan)
 - b. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan maestro parfum?
 - c. Apa saja visi dan misi perusahaan maestro parfum?
 - d. Apa saja syarat agar mendapatkan *reward* dari maestro parfum?
 - e. Bentuk reward yg diberikan maestro parfum?
 - f. Reward apa yang paling mempengaruhi motivasi anda dalam bekerja di maestro parfum?
 - g. Bagaimana kinerja anda setelah mendapatkan *reward* tersebut?
 - h. Berapa jumlah uang atau barang yg diberikan perusahaan kepada anda atau karyawan lainnya?
 - i. Apa target yang ingin anda capai di maestro parfum/dicapai maestro parfum?

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Gambaran Umum Maestro Parfum Yogyakarta

A. Sejarah Maestro Parfum Yogyakarta

Maestro Parfum berdiri sejak tahun 2007, didikan oleh seseorang yang bernama Armand Budiarto, toko pertama Maestro Parfum berada di Jalan Pemuda No. 41, Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan di Yogyakarta Maestro Parfum berdiri pada bulan juni tahun 2011 tempatnya di Jalan Perumnas Seturan No. 90, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Seiring berjalannya waktu, bibit *refill* semakin banyak diminati dan diterima disemua kalangan baik remaja maupun dewasa, karena parfum tidak hanya sebagai pelengkap dalam trend mode saat ini.

Dengan banyaknya minat pasar parfum isi ulang maka Maestro Parfum Yogyakarta menggunakan produk Eropa Seperti Argeville, Parfex, Charabo, Essences, Bell, Iberchem, Macbrame, Parfarome, Technicoflor, dan Benberg. Karena mengeluarkan aroma-aroma parfum searah original.

Melihat prospek bisnis isi ulang parfum yang sangat berkembang dan menguntungkan, Maestro Parfum mengembangkan bisnis isi ulang parfum ini di

kota Semarang, Kendal dan Yogyakarta. Untuk lokasi kantor Maestro Parfum Yogyakarta bertempat di Jalan Selokan Mataram No 15, Padukuhan Gedongan, Kelurahan Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Maestro Parfum Yogyakarta berusaha selalu memberikan perkembangan pasar dan usaha untuk meningkatkan kualitas produknya, hingga saat ini Maestro Parfum Yogyakarta sudah mengeluarkan lebih dari 1000 item aroma parfum yang berbeda aroma dan mengeluarkan lebih dari 300 item botol yang berbeda.

Maestro Parfum Yogyakarta memberikan harga kepada *customersrefill* dengan harga Rp. 1.200,-/cc bibit murni, dengan jaminan keaslian pabrik yang *men-support* Maestro Parfum Yogyakarta. Tidak hanya di segi eceran, Maestro Parfum juga membuka grosiran parfum *refill*. Dengan ini Maestro Parfum Yogyakarta memberikan peluang bagi teman-teman yang berminat membuka bisnis parfum *refill* ataupun yang sudah mempunyai toko *refill*, dengan cara mengorder minimal 100 mili liter dengan harga yang kompetitif. Maestro Parfum juga menyediakan botol spray, roll on, pengencer parfum, pencuci botol, injek botol crimping, gelas ukur, spet dan poster-poster untuk interior.

B. Visi dan Misi Maestro Parfum Yogyakarta

1. Visi Maestro Parfum Yogyakarta

Visi Maestro Parfum Yogyakarta adalah *Inspired* parfum termurah di Indonesia.

2. Misi Maestro Parfum Yogyakarta

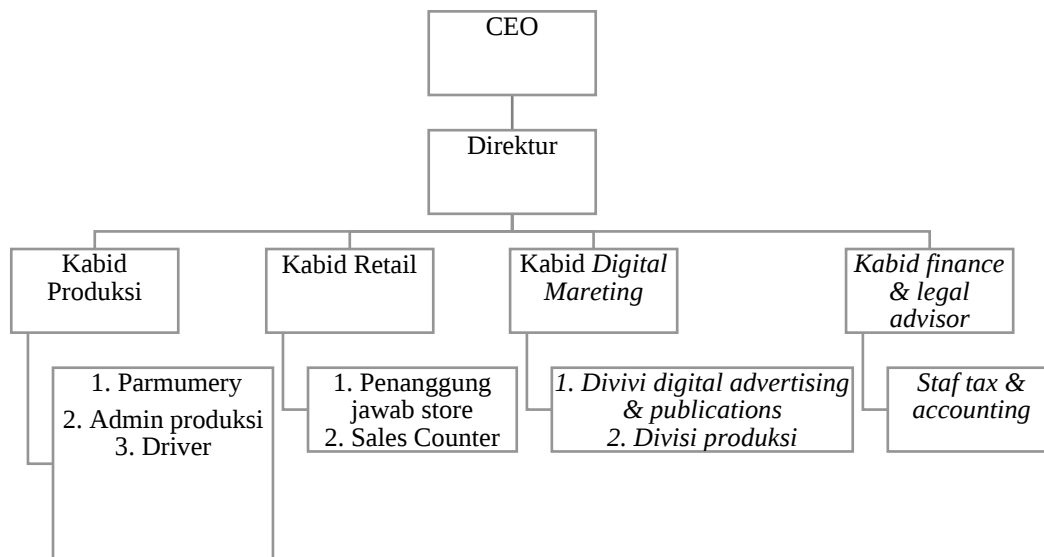
Misi dari maestro parfum adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan 90% *inspired* parfum searah original.
- b. Memberikan pelayanan terbaik kepada setiap *customers*.
- c. Memberikan solusi kepada *customers* yang mempunyai masalah bau badan.
- d. Membuka Store di seluruh Yogyakarta.
- e. Membuat Sosial media Maestro Parfum Yogyakarta sebagai panduan.

C. Struktur Organisasi Maestro Parfum Yogyakarta

Struktur organisasi merupakan suatu gambaran tentang tipe organisasi, kedudukan, wewenang, hubungan pekerjaan, dan tanggung jawab. Struktur organisasi Maestro Parfum Yogyakarta dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2
Struktur Organisasi Maestro Parfum Yogyakarta



CEO pada perusahaan ini membawahi langsung direktur. Direktur membawahi empat kepala bidang yang terdiri dari Kabid Produksi, Kabid Retail, Kabid Digital *Marketing*, dan yang terakhir Kabid Finance & Legal Advisor. Setiap Kepala Bidang membawahi beberapa bidang yang merupakan cakupannya. Seluruh elemen dalam struktur organisasi tersebut bahu-membahu bekerja sama demi mencapai target utama perusahaan.

D. Tupoksi (Tugas Pokok dan Fungsi)

1. Ceo

- a. Mengamati, menganalisa, merencanakan, dan mengelola segala aktivitas fungsional perusahaan.
- b. Merencanakan dan Mengelola proses penganggaran serta menganalisa kejanggalan dalam praktiknya.
- c. Mengelola perusahaan secara efektif dengan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.
- d. Merencanakan dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis untuk jangka pendek dan jangka Panjang.

2. Direktur

- a. Bersama-sama dalam mencapai tujuan, visi, dan misi perusahaan.
- b. Menyusun strategi perusahaan

- c. Mengkoordinasi jalannya perusahaan
- d. Mengawasi dan mengevaluasi jalannya perusahaan.
- e. Menyusun kebijakan perusahaan dengan pertimbangan CEO
- f. Memegang kendali perusahaan

3. Kabid Produksi

- a. Menyuplai kebutuhan barang ke semua offline store, offline store, dan grosir.
- b. Mengkoordinasi semua tim bawahannya
- c. Menginformasikan ketersediaan barang.
- d. Mengadakan riset kebutuhan aroma parfum yang dibutuhkan customers.
- e. Menganalisa Produk yang best seller.
- f. Memanage perputaran barang di Gudang.
- g. Standarisasi produk.
- h. Berpikir kritis dan peka terhadap masalah.
- i. Memahami dan menjalin hubungan baik dengan tim, divisi, dan customers grosir.

4. Kabid Retail

- a. Mengatur dan mengontrol sistem harian yang ada di semua toko.
- b. Mengkoordinasi dan menjaga aset di toko.
- c. Menjaga keharmonisan semua tim store.
- d. Mengembangkan sistem pelayanan.
- e. Mengkoordinasi dan mempersiapkan kebutuhan toko.
- f. Memberikan pelajaran dan informasi tentang toko.
- g. Mengarahkan dan memberikan jobdesk secara detail kepada tim.
- h. Menanggapi, menganalisa, dan menyelesaikan komplain dari customers.
- i. Membangun mental yang kuat dan pola pikir yang profesional.
- j. Menjalankan strategi marketing perusahaan.
- k. Bersikap kritis dan kreatif.

5. Kabid Digital *Marketing*

- a. Mengatur dan mengontrol tim digital *marketing*.
- b. Mengkoordinasi semua bagian tim digital *marketing* secara jelas dan terarah.

- c. Menjaga efisiensi kerja di semua divisi.
 - d. Membuat dan menganalisa strategi secara internet *marketing*.
 - e. Menjadi tangan kedua CEO dan Direktur untuk berbagai.
 - f. informasi kepada tim digital *marketing*.
 - g. Membuat program kerja secara digital.
 - h. Mengarahkan tujuan dan target semua divisi.
6. Kabit Finance & Legal Advisor
- a. Mengontrol dan mengatur semua transaksi yang ada di perusahaan.
 - b. Menganalisa pendapatan dan pengeluaran perusahaan.
 - c. Menjaga semua yang bertentangan dengan keuangan perusahaan.
 - d. Mengurus semua legalitas tentang perusahaan (yang berhubungan dengan birokrasi).

II. Pembahasan

Reward Adalah hadiah, imbalan, kompensasi, atau penghargaan yang diberikan Maestro Parfum kepada karyawan yang berprestasi dalam penjualan maupun non penjualan.

A. Syarat yang harus dicapai karyawan untuk mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta

Maestro Parfum Yogyakarta memberikan beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh karyawannya untuk mendapatkan *reward*. Sebagai salah satu cara untuk memotivasi karyawannya dalam melakukan pekerjaannya perusahaan memberikan *reward* kepada karyawan bukan hanya sekedar memberikan saja tanpa ada effort dari karyawan untuk mendapatkannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Ibu Aries Styani Dhyah Kusuma Dewi Selaku Direktur, Bondan Gunawan Selaku Manager Store, Abdul Kodir Ray Selaku penanggung jawab Maestro Parfum Yogyakarta satu, Wahyu Hamdika Lubis Selaku penanggung jawab store Maestro Parfum dua, dan Nur Hayati selaku admin gudang.

Wawancara dengan Aries Styani Dhyah Kusuma Dewi Selaku Direktur, mengungkapkan bahwa karyawan dinyatakan layak untuk mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta berupa bekerja, berjualan dan melayani *customers* dengan baik. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 26 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Kalo untuk yang pasti bekerja dengan baik ya, bekerja dan berjualan dengan baik, melayani customers dengan baik seperti itu"

Wawancara dengan Bondan Gunawan selaku sebagai manager Store, mengungkapkan bahwa karyawan dinyatakan layak untuk mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta berupa mencapai target dan kinerja karyawan dalam perusahaan. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 25 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Jadi kalo anak-anak itu semuanya berlaku, jadi kalo untuk sales counter itu ya mereka akan mendapatkan reward kalo mereka emmmm dapat target, nah jadi mereka misal di target nih mas, misalnya 50 juta, nah mereka dapat tuh dalam bulan ini nah mereka akan mendapatkan reward bisa berupa uang atau barang, seperti itu jadi untuk baru-baru ini ada uang kemudian kita juga ada pemberian eeee apa namanya sepatu. nah yang kedua karir, jadi kalo di Maestro Parfum ini kalau kita melihat eeee sales counternya apik meludian punya kompeten ya dia bisa naik menjadi pj atau leather, jadi kita selalu membuka itu, ya itu bukan reward lagi ya, ya itu luar biasa ya kita pikir seperti itu jadi kita membuka apa ya namanya kesempatan bagi sc sc sales counter yang memiliki kompetensi yang luar biasa, jadi itu si untuk rewardreward nya."

Wawancara dengan Abdul Kodir Ray Selaku penanggung jawab Maestro Parfum Yogyakarta satu, mengungkapkan bahwa karyawan dinyatakan layak untuk mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta berupa mendapatkan story instagram *customers* dan target omset. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Untuk reward tuh biasanya kita disuruh buat instastory tu dapat reward per instastorynya dan ada juga target bulanan, itu yang ditentukan dari perusahaan."

Wawancara dengan Wahyu Hamdika Lubis Selaku penanggung jawab store Maestro Parfum dua, mengungkapkan bahwa karyawan dinyatakan layak untuk mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta berupa mendapatkan story instagram *customers* dan target omset. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Untuk syaratnya tuh kita ada on point target toko dan untuk seluruh karyawan di targetkan untuk mencari story dengan ada target tersendiri."

Wawancara dengan Nur Hayati selaku admin gudang, mengungkapkan bahwa karyawan dinyatakan layak untuk mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta mencapai target. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Syaratnya mencapai target sih mas."

B. Bentuk reward yang ada di Maestro Parfum Yogyakarta

Bentuk *reward* yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta untuk memberikan apresiasi dan balas jasa untuk karyawannya yang memiliki kinerja yang bagus dalam membantu perusahaan mencapai tujuannya. Bentuk-bentuk reward yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta dapat dilihat dari wawancara yang

dilakukan kepada beberapa staf perusahaan maestro parfum.

Wawancara dengan Aries Styani Dhyah Kusuma Dewi Selaku Direktur, menyatakan bahwa bentuk *reward* yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa fresh money. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 26 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Kalo reward itu biasanya kita gunakan untuk ya seperti fresh money gitu, jadi ucapan terima kasih kami karena sudah loyal terhadap Maestro Parfum gitu, fies money biasanya untuk nominalnya tergantung ya gitu."

Wawancara dengan Bondan Gunawan selaku sebagai manager Store menyatakan bahwa bentuk reward yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa uang tunai dan kenaikan pangkat. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 25 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Itu jadi kalau kita ngomong reward itu sebenarnya ada dua, ada tentang karir kemudian ada satu lagi mengenai target omset. Jadi kalau anak-anak itu semuanya berlaku, jadi kalau sales counter itu ya mereka akan mendapatkan reward."

Wawancara dengan Abdul Kodir Ray Selaku penanggung jawab Maestro Parfum Yogyakarta satu, menyatakan bahwa bentuk *reward* yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa uang tunai. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"reward itu biasanya berbentuk uang."

Wawancara dengan Wahyu Hamdika Lubis Selaku penanggung jawab store Maestro Parfum dua, menyatakan bahwa bentuk *reward* yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa uang tunai dan barang. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Kalo reward yang sudah saya dapatkan itu dalam bentuk uang maupun yang dipakai seperti sepatu."

Wawancara dengan Nur Hayati selaku admin gudang menyatakan bahwa bentuk *reward* yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta berupa uang tunai. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Reward itu dalam bentuk tunjangan iya terus kaya itu kalau yang dari yang kinerja dari kinerja karyawan kalau untuk target nanti dalam bentuk ya buat itu loh kalau mencapai targetnya nanti ada."

- C. Sistem *reward* berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta sudah efektif.

Setelah Maestro Parfum Yogyakarta memberikan *reward* kepada karyawan nya dengan berbagai bentuk *reward* dan syarat yang harus dipenuhi karyawan, Maestro Parfum Yogyakarta mengharapkan timbal balik untuk membantu

tercapainya tujuannya perusahaan. Kita sudah melakukan wawancara dengan beberapa staf di perusahaan Maestro Parfum Yogyakarta, yaitu dengan Bondan Gunawan selaku sebagai manajer Store, Abdul Kodir Ray Selaku penanggung jawab Maestro Parfum Yogyakarta satu, Wahyu Hamdika Lubis Selaku penanggung jawab store Maestro Parfum dua, dan Nur Hayati selaku admin gudang.

Wawancara dengan Bondan Gunawan selaku sebagai manajer Store, menyatakan bahwa dampak dari pemberian *reward* di Maestro Parfum Yogyakarta bahwa timbul motivasi dalam bekerja. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 25 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Jadi kalau kita melihat dari seluruh apa Namanya sales counter yang membuat mereka semangat, salah satunya adalah bagaimana mereka mencapai target omsetnya"

Wawancara dengan Abdul Kodir Ray Selaku penanggung jawab Maestro Parfum Yogyakarta satu, menyatakan bahwa dampak dari pemberian *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta bahwa timbul semangat motivasi dalam bekerja. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Memotivasi, target dan untuk target selanjutnya"

Wawancara dengan Wahyu Hamdika Lubis Selaku penanggung jawab store Maestro Parfum dua, menyatakan bahwa dampak dari pemberian *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta bahwa timbul motivasi semangat dalam bekerja. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa:

"Jadi kalo kita karyawan dapat reward dalam bentuk uang itu kayaknya, kinerja, kinerjanya itu semakin semangat"

Wawancara dengan Nur Hayati selaku admin gudang, menyatakan bahwa dampak dari pemberian *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta bahwa timbul motivasi semangat dalam bekerja. Hal ini diungkapkan dalam wawancara pada tanggal 24 mei 2023, mengungkapkan bahwa

"Setelah mendapatkannya, tetep lebih semangat to lebih semangat lagi"

Reward Adalah hadiah, imbalan, kompensasi, atau penghargaan yang diberikan Maestro Parfum kepada karyawan yang berprestasi dalam penjualan maupun non penjualan. Beberapa pemberian *reward* Maestro Parfum Yogyakarta bagi karyawan adalah dengan ucapan, memberikan tambahan gaji, target harian, tahunan, dan liburan. Pemberian *reward* sangat penting bagi karyawan karena sebagai bentuk apresiasi perusahaan dalam menghargai setiap pekerjaan yang dilakukan karyawannya.

Syarat yang diberikan Maestro Parfum Yogyakarta untuk mendapatkan *reward* dengan cara bekerja, berjualan, melayani *customers* dengan baik, mencapai target perusahaan, kinerja karyawan dan mendapatkan story instagram dari *customers*. Tanggapan karyawan terhadap *reward* yang diberikan sebagai penambah semangat, motivasi karyawan untuk memberikan yang terbaik untuk Maestro Parfum. Karyawan menganggap positif dengan adanya keteraturan lebih terhadap kinerja yang dilakukan karyawan, dan mereka senang serta bersyukur dan juga berantusias dalam bekerja. Bekerja merupakan kegiatan yang dilakukan berturut-turut dengan sadar untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya kegiatan ini dilakukan minimal satu jam perhari dalam satu minggu, berjualan merupakan kegiatan jual beli atau melakukan transaksi antara individu dengan bertujuan untuk mencapai kesepakatan tertentu, melayani *customers* dengan baik merupakan suatu tindakan dengan sadar untuk memberikan pertolongan kepada *customers* perusahaan di mana karyawan memiliki pengetahuan produk dan antusias dalam menyampaikan produk perusahaan dengan hasil akhir positif., Target merupakan keinginan atau sasaran yang ingin dicapai, kinerja karyawan dalam perusahaan merupakan kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan dan instastory instagram merupakan set foto atau video yang akan hilang dalam waktu 24 jam dan hanya bisa dilihat oleh teman atau pengikutnya

Reward yang ada di Maestro Parfum Yogyakarta berupa *fresh money* atau uang tunai, kenaikan pangkat, dan berupa barang. *Reward* yang diberikan Maestro Parfum terasa sesuai bagi karyawan atas kinerja yang telah mereka lakukan. Dikarenakan mereka meyakini bahwa di setiap individu memiliki pekerjaan masing-masing dan karyawan juga memiliki kesadaran akan kelebihan dan kekurangan yang karyawan miliki dalam keseharian melakukan pekerjaannya. *fresh money* atau uang tunai merupakan uang kertas atau logam yang beredar dan diterima di kalangan masyarakat, kenaikan pangkat merupakan kenaikan jabatan yang diberikan kepada karyawan sebagai apresiasi atas kerja keras atau loyalitas yang ia berikan, dan barang merupakan produk fisik yang dapat dilihat, diraba dan dirasakan manfaatnya.

Dalam mendapatkan *reward* Maestro Parfum memiliki kriteria dan aturan tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. *Reward* yang diberikan Maestro Parfum terasa sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Untuk itu tidak ada terdapat iri hati antar karyawan. Adapun ketika mereka mengetahui bahwa *reward* yang diberikan tidak sama atau lebih besar, hal itu dapat sebagai acuan motivasi untuk melakukan pekerjaan dengan lebih baik lagi. Untuk pernah atau tidak pernahnya mendapatkan target, setiap karyawan pasti pernah merasakan tidak mendapatkan, maka usaha yang dilakukan untuk mencapai reward lain dari Maestro Parfum Yogyakarta adalah dengan memiliki kinerja yang baik

seperti memaksimalkan pelanggan yang datang, memaksimalkan promo yang diberikan, lebih bertanggung jawab pekerjaannya, lebih giat dalam bekerja dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggan yang datang, mereka akan mendapatkan *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta. Ketika tidak mendapatkan *reward* karena tidak mencapai target dan kinerja yang buruk mereka akan merasa tidak puas dan di lain sisi juga sebagai pelecut semangat untuk mencapai target yang telah dijanjikan. Dengan adanya ketidakpuasan dalam diri karyawan akan menciptakan timbulnya semangat untuk mencapainya dengan lebih bersamanya, lebih memaksimalkan konsumen yang datang, dan menciptakan sebuah ide-ide untuk mencapai pencapaian yang belum pernah dicapai.

Dengan adanya *reward* dari Maestro Parfum karyawan merasa termotivasi dan merasa senang untuk pekerjaan yang ia lakukan. *Reward* sangat penting dan dianggap sebagai penambah nilai atas kinerja yang dilakukan. Sehingga karyawan akan memiliki nilai lebih dalam perusahaan. Ketika karyawan meningkatkan kinerja, maka akan mendapatkan *reward* tersendiri, hal ini dilakukan Maestro Parfum Yogyakarta untuk memberikan apresiasi kepada karyawannya atas usaha kerja keras yang telah dilaluinya. Tingkat *reward* dari Maestro Parfum Yogyakarta berpengaruh dengan lama atau tidaknya seorang karyawan bekerja di Maestro Parfum, hal ini terdapat penambahan gaji dari perusahaan ketika karyawan bekerja lebih lama dari perusahaan, artinya loyalitas karyawan di hargai oleh perusahaan, Ada Pula dari hasil kerja dan inovasi yang ia berikan untuk kemajuan perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

I. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan antara lain adalah sebagai berikut:

- A. Syarat yang harus dicapai untuk mendapatkan *reward* di Maestro Parfum Yogyakarta dengan bekerja, berjualan, melayani konsumen dengan baik, mencapai target omset, kinerja karyawan, dan mendapatkan instagram story. Maestro Parfum Yogyakarta mengharapkan *effort* lebih untuk semua karyawan agar tercapai tujuan dari perusahaan.
- B. Bentuk *reward* yang ada di Maestro Parfum Yogyakarta berupa *fresh money* atau uang tunai, kenaikan pangkat dan barang. Untuk uang tunai ditentukan oleh lama bekerja atau loyalitas ke Maestro Parfum Yogyakarta.
- C. Sistem *reward* berbasis kinerja karyawan di Maestro Parfum Yogyakarta sudah efektif karena mampu meningkatkan motivasi dan semangat dalam bekerja untuk mencapai target yang diinginkan.

II. Saran

Maestro Parfum Yogyakarta diharapkan untuk lebih memberikan reward untuk karyawan yang berprestasi atau bertanggung jawab dengan baik atas pekerjaannya. Karena reward mempengaruhi secara positif untuk meningkatkan kinerja karyawan dan menjadi bentuk apresiasi Maestro Parfum Yogyakarta untuk memakmurkan karyawannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi., danJohan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Suka Bumi: CV Jejak
- Ansory, H.al Fadjar., dan Meithiana Indasari. 2018. *Manajemen SumberDayaManusia*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka
- Bintoro, M.T., dan Daryanto. 2017. *Manajemen Penilaian KinerjaKaryawan*. Yogyakarta: Gava Media
- Fahmi, Irham., 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta:Alfabeta
- Hasibuan, Malayu., 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Jakarta: BumiAksara
- Herman, Sofyandi. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kuncoro ,Mudrajad, 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta:Airlangga
- Mahmudi, 2013. *Manajemen sektor publik*. Edisi kedua UPP STIM YKPN,Yogyakarta
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2015. *Sumber Daya Manusia Perusahaan*.Bandung: Cetakan Kedua Belas. Remaja Rosda Karya
- Moeheriono. 2012. *Pengukuran kinerja berbasis kompensasi edisi revisi*.Jakarta:Mitra Wacana Media
- Pasolong, Harbani. 2007. *Teory administrasi publik*. Bandung: Alfabeta
- Purwonegoro, Cuk Jaka. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Berpacu DalamPengembangan*. Semarang: Universitas Wahid Hasyim
- Samsudin, Sadili, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung:PustakaSetia
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, danR&D*.Bandung:Alfabeta
- Sumber: IDX (2012)