

Hubungan antara Persepsi Tentang Insentif dengan Motivasi Kerja Karyawan

 Oleh: Lanny Nathalia (05810091)

Psicology

Dibuat: 2010-05-07 , dengan 7 file(s).

Keywords: Kata Kunci : persepsi tentang insentif, motivasi kerja

ABSTRAKSI

Perusahaan harus mampu menciptakan kondisi yang dapat memotivasi dan memungkinkan karyawan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan serta keterampilan yang dimiliki secara optimal. Pemberian insentif di berbagai perusahaan begitu marak, terutama di perusahaan besar. Berbagai macam jenis insentif yang diberikan mulai dari yang financial sampai non-financial. Penguatan motivasi dengan memberikan insentif dilakukan oleh hampir setiap perusahaan atau instansi. Perusahaan berharap pemberian insentif ini dapat meningkatkan motivasi kerja karyawannya. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu adakah hubungan antara persepsi tentang insentif dengan motivasi kerja karyawan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subyek dari penelitian ini seluruh pegawai tetap Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Marthadinata Malang sebanyak 47 orang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan skala. Uji validitas menggunakan korelasi product moment, uji reliabilitas menggunakan analisa alpha. Analisa datanya menggunakan korelasi product moment.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif dan sangat signifikan antara persepsi tentang insentif dengan motivasi kerja dengan korelasi (r) sebesar 0,530 dan nilai probabilitas kesalahan (p) sebesar 0,000. Artinya semakin positif persepsi pegawai tetap tentang insentif yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Marthadinata Malang maka semakin tinggi pula motivasi kerja mereka. Adapun sumbangan efektif persepsi tentang insentif dengan motivasi kerja karyawan sebesar 28,1%.

ABSTRACT

Companies must be able to create conditions that can motivate and enable employees to develop and improve the ability and skills possessed optimally. Provision of incentives in various companies so rampant, especially in large companies. The various types of incentives provided starting from the financial to the non-financial. Reinforcement the motivation to provide incentives made by almost every company or agency. The company hopes these incentives can increase employee motivation to work. Problems in this study is there a relationship between the perception of incentives to motivate employees.

This research is quantitative research. Subjects of this study all permanent employees of Bank Rakyat Indonesia (BRI) Marthadinata Malang Branch of 47 people. Data collection methods using scales. Test the validity of using the product moment correlation, test of reliability using alpha analysis. Analysis of data using product moment correlation.

From the results of this study can be concluded that there was a positive relationship and highly significant between the perception of incentives to motivate the work with the correlation (r) of 0.530 and an error probability value (p) of 0.000. This means that the more positive perceptions

of employees remained on the incentives provided by the Bank Rakyat Indonesia (BRI) Branch of Malang Marthadinata the higher the motivation of their work. The effective contribution to the perception of incentives to motivate employees work for 28,1%.