

HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP PEMBERIAN INSENTIF DENGAN MOTIVASI KERJA PADA KARYAWAN *COFFEE SHOP* DI TEMBALANG KOTA SEMARANG

¹Shafa Mutiara Zahirah, ¹Endah Kumala Dewi

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

shafamutiara@students.undip.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan persepsi terhadap pemberian insentif dengan motivasi kerja pada karyawan *coffee shop* di Tembalang, Semarang. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan positif antara persepsi terhadap pemberian insentif dengan motivasi kerja karyawan *coffee shop* di Tembalang. Subjek dalam penelitian ini adalah 78 orang karyawan *coffee shop* di Tembalang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling* dengan populasi sebanyak 109 orang dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 5% menurut tabel Isaac dan Michael. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan alat ukur Skala Motivasi Kerja (26 aitem, $\alpha = 0,844$) dan menggunakan alat ukur Skala Persepsi Pemberian Insentif (38 aitem, $\alpha = 0,939$). Analisis data dilakukan secara kuantitatif yaitu analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan *software Jeffrey's Amazing Statistics Program* (JASP) versi 19.0. Hasil yang didapatkan adalah adanya hubungan positif yang signifikan antara persepsi pemberian insentif terhadap motivasi kerja ($r = 0,632$, $p < 0,001$). Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi persepsi pemberian insentif yang dimiliki oleh karyawan, maka akan semakin tinggi motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan *coffee shop*, dan sebaliknya jika semakin rendah persepsi pemberian insentif, maka akan semakin rendah motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan.

Kata kunci: persepsi, pemberian insentif, motivasi kerja, karyawan *coffee shop*

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF PROVIDING
INCENTIVES AND WORK MOTIVATION OF COFFEE SHOP
EMPLOYEES IN TEMBALANG SEMARANG CITY**

¹Shafa Mutiara Zahirah, ¹Endah Kumala Dewi

¹*Faculty of Psychology Diponegoro University*

Prof. Mr. Sunario Road, Tembalang, Semarang, 50275

shafamutiara@students.undip.ac.id

ABSTRACT

This study aims to identify the relationship between perceptions of providing incentives and work motivation among coffee shop employees in Tembalang, Semarang. The hypothesis proposed is that there is a positive relationship between perceptions of providing incentives and work motivation among coffee shop employees in Tembalang. The subjects in this study were 78 coffee shop employees in Tembalang. The sampling technique in this study used non-probability sampling, namely convenience sampling with a population of 109 people using a 5% error rate according to the Isaac and Michael table. The data collection method in this study used the Work Motivation Scale (26 items, $\alpha = 0.844$) and the Incentive Perception Scale (38 items, $\alpha = 0.939$). Data analysis was carried out quantitatively, namely simple linear regression analysis using Jeffrey's Amazing Statistics Program (JASP) software version 19.0. The results obtained were a significant positive relationship between perceptions of providing incentives and work motivation ($r = 0.632$, $p < 0.001$). These results explain that the higher the perception of providing incentives given by employees, the higher the work motivation of coffee shop employees, and vice versa, the lower the perception of providing incentives given, the lower the work motivation of employees.

Keywords: *perception, providing incentives, work motivation, coffee shop employees*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber daya manusia memainkan peran yang sangat krusial dalam lingkup usaha. Potensi yang dimiliki oleh sumber daya manusia sangat memengaruhi pencapaian tujuan usaha. Agar perusahaan dapat berfungsi secara efisien dan efektif, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa karyawan sesuai berada pada posisi, waktu yang tepat, dan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan tugas mereka (Halsa dkk., 2022). Selain faktor modal dan fasilitas, keberhasilan sebuah usaha juga bergantung pada adanya sumber daya manusia yang berkualitas (Zenah, 2014).

Secara faktual, pelaku usaha menginginkan pencapaian kinerja optimal atau hasil terbaik dari karyawan. Namun, tercapainya hasil terbaik tersebut tidak selalu memungkinkan secara optimal apabila perusahaan tidak menyediakan fasilitas dan standar kualitas yang memadai. Aspek ini menjadi suatu hal yang krusial bagi perusahaan. Jika suatu saat ditemukan bahwa pencapaian keseluruhan dari para karyawan kurang memuaskan, kemungkinan penyebabnya adalah kurangnya kemampuan dan motivasi dari para karyawan karena disebabkan oleh ketidakcukupan fasilitas dan alokasi anggaran kerja yang diberikan oleh perusahaan. Kinerja karyawan yang tinggi diperlukan untuk menjamin terlaksananya tugas-tugas yang diterima. Hal tersebut bisa

dicapai dengan memberikan motivasi kerja secara profesional kepada karyawan.

Beberapa contoh fenomena permasalahan dalam motivasi kerja yang biasanya muncul dalam berbagai situasi, yaitu seperti kurangnya produktivitas dalam melakukan tugas-tugas sehari-hari. Berdasarkan penelitian menurut Chassanah (2022), jumlah karyawan pada PT. United Pacific Solutions (UNIPAC) yang bergerak dalam bidang pengamanan, pengelolaan dan perawatan bangunan yang melakukan absensi mengalami peningkatan pada tahun 2018 sampai 2020 (Chassanah, 2022). Terlihat bahwa adanya masalah kedisiplinan dan produktivitas para karyawan. Lalu dalam penelitiannya Sugiantari (2023), menemukan bahwa absensi pada tahun 2021 di Kantor Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Gianyar sebesar 3,16%. Menurut Mudiarta, dkk. (2015), absensi karyawan dengan rata-rata 2-3 persen masih dianggap baik secara nasional, tetapi absensi lebih dari 3 persen menunjukkan tingkat disiplin kerja yang buruk di tempat kerja. Hal ini menjelaskan tingginya tingkat absensi karyawan di kantor (Sugiantari dkk., 2023).

Masalah absensi di kedua organisasi tersebut menunjukkan pentingnya kedisiplinan dalam menjaga produktivitas dan kinerja. PT. UNIPAC menghadapi masalah yang lebih serius dengan tren peningkatan absensi, sementara Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Gianyar menunjukkan tingkat absensi yang sedikit di atas ambang batas normal, yaitu sebesar 3,16%. Kedua situasi tersebut memerlukan tindakan serius untuk

meningkatkan disiplin kerja dan mengurangi tingkat absensi. Berdasarkan survey awal oleh peneliti, tujuh dari sepuluh *coffee shop* di Tembalang, para karyawan *coffee shop* merasa bahwa mereka menyelesaikan pekerjaan dengan lambat atau kurang fokus yang mengakibatkan berkurangnya kualitas hasil kerja. Masalah tersebut tidak terlihat adanya pemahaman yang lebih baik tentang kondisi kesejahteraan karyawan, terutama terkait upah, motivasi kerja, dan kelelahan. Penelitian ini juga relevan dalam konteks keseimbangan UMKM di Indonesia. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang beban kerja dan dampaknya terhadap kehidupan pribadi karyawan yang dapat merancang kebijakan untuk mendukung keseimbangan tersebut.

Perbandingan absensi antara Aparatur Sipil Negara (ASN), karyawan swasta, dan karyawan UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa regulasi, pengawasan, dan sistem manajemen sangat mempengaruhi tingkat absensi dan kedisiplinan karyawan. ASN cenderung memiliki kedisiplinan yang lebih tinggi karena dibawah pengawasan yang ketat, sementara karyawan swasta memiliki variasi tergantung pada ukuran dan kebijakan perusahaan. Karyawan UMKM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi, namun hal ini bisa menyebabkan variasi dalam tingkat absensi yang bisa memberikan dampak penurunan produktivitas dan kualitas kerja menurun.

Urgensi penelitian ini adalah tingginya tingkat *turnover* karyawan yang berdampak pada motivasi kerja. Salah satu faktor penyebab *turnover* karyawan adalah motivasi. Motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap *turnover* karyawan (Irwanto & Suwandi, 2020). Masalah tersebut juga didukung oleh

tinggi nya kompetisi para pelaku usaha yang mendirikan *coffee shop*, karena bisnis kopi di Indonesia semakin berkembang pesat (Laeli & Kadarningsih, 2022). Oleh karena itu, pemilik *coffee shop* berencana untuk membuat bisnis mereka seatraktif mungkin dengan menggabungkan konsep modern dan klasik, sehingga *coffee shop* tersebut dapat menarik banyak pengunjung dan mencapai target serta pemasukan yang diinginkan. Namun, hal tersebut mengakibatkan pihak *coffee shop* kurang memperhatikan kesejahteraan karyawannya dalam fasilitas maupun materi. Banyak *coffee shop* yang memangkas biaya kompensasi dengan menggunakan strategi, yaitu mempekerjakan karyawan muda atau generasi Z yang sebagian besar kalangan mahasiswa (Praditya & Sulastri, 2022). Padahal kesuksesan suatu usaha tergantung pada bagaimana karyawan melakukan tugas atau pekerjaan mereka.

Turnover karyawan *coffee shop* merupakan tantangan umum, mengingat lingkungan kerja yang dinamis dan sering kali diisi oleh pekerja paruh waktu atau mahasiswa yang menjadikan pekerjaan tersebut sebagai langkah awal dalam karier mereka (Putridena & Prastika, 2023). Untuk mengatasi masalah *turnover* ini, diperlukan pendekatan yang inovatif dan spesifik terhadap karakteristik industri *coffee shop*. Banyak karyawan *coffee shop* merupakan mahasiswa atau pekerja lepas lainnya dengan memberikan mereka fleksibilitas dalam penjadwalan, termasuk jam kerja yang lebih bisa diatur. Hal tersebut bisa menjadi cara untuk menjaga karyawan tetap loyal yang menjadikan mereka merasa lebih mampu menyeimbangkan pekerjaan dengan tanggung

jawab pribadi mereka, yang membuat mereka cenderung lebih bertahan (Fazila & Emmilia, 2022).

Berbagai faktor dapat memengaruhi kinerja karyawan, termasuk *hard skill* dan *soft skill* yang dimiliki oleh masing-masing individu. Pelaku usaha mungkin mengalami tantangan terkait *soft skill*, seperti kemampuan komunikasi, kecerdasan emosional, etika kerja, serta keterampilan kepemimpinan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan, komunikasi sangatlah penting. Hal ini memungkinkan karyawan untuk bekerja sama dan mengurangi kesalahpahaman (Irawati, 2020). Selain *soft skill*, *hard skill* juga memengaruhi karyawan. Di zaman yang semakin maju ini, karyawan diharapkan tidak hanya memiliki keterampilan teknis yang relevan dengan pekerjaan mereka, tetapi juga memiliki keahlian dalam ilmu pengetahuan lainnya dan ilmu teknologi yang semakin berkembang pesat. Karena tuntutan yang semakin luas dan beragam dari konsumen, perusahaan juga menuntut karyawan memiliki pengetahuan teknologi yang lebih luas untuk melakukan hal-hal yang relevan dengan lingkup usaha tersebut (Putri dkk., 2023).

Sebagian orang menganggap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai solusi untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dan berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu jenis usaha UMKM adalah kedai kopi, yang saat ini dikenal sebagai *coffee shop*. Banyak orang sekarang menjadi konsumen yang konsumtif karena banyaknya *coffee shop*, dan masyarakat sekarang menghadapi masalah waktu luang. Rutinitas sehari-hari membuat orang yang tinggal di perkotaan lelah karena kesibukan yang

tinggi dan adanya perubahan budaya yang terjadi. Akibatnya, orang-orang di perkotaan mulai mencari cara baru untuk melepaskan kepenatannya, salah satunya adalah dengan pergi ke *coffee shop* dan bersantai dengan teman-temannya. Industri makanan dan minuman seperti *coffee shop* tidak hanya berkembang untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, yaitu makan dan minum. Hal tersebut dikarenakan tempat ini telah berkembang menjadi sarana bersosialisasi, mengisi waktu luang, menyelesaikan tugas, dan hal lainnya. Konsumsi kopi di Indonesia meningkat sebagai akibat dari tren kopi modern. Indonesia sekarang bukan hanya sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, usaha ini juga memiliki sejumlah besar konsumen kopi. Industri dan petani kopi melihat kesempatan dengan meningkatnya minat masyarakat untuk menikmati kopi.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2020, sekitar 26,3% dari total tenaga kerja di Indonesia bekerja secara tidak penuh waktu atau *part-time*. Jumlah ini mencakup berbagai sektor, terutama di sektor informal yaitu seperti di kedai kopi. Sebagian besar pekerja *part-time* adalah generasi muda, terutama mahasiswa yang mencari pengalaman kerja atau tambahan penghasilan. Pekerja *part-time* juga berasal dari berbagai tingkat pendidikan, mulai dari yang tidak memiliki pendidikan formal hingga yang memiliki gelar sarjana (Prasetya & Siharis, 2023).

Generasi Z, juga dikenal sebagai generasi post milenial yang lahir antara tahun 1995-2010 adalah generasi termuda di dunia kerja saat ini. Menurut Dwidienawati & Gandasari (2018), diperkirakan ada 2,56 miliar orang generasi

Z di seluruh dunia mulai bekerja di tahun 2020. Hal ini berarti membuktikan bahwa sebanyak 20% dari pekerja di tahun 2020 adalah generasi Z (Ramadhani & Nindyati, 2022). Fleksibilitas dan keseimbangan hidup merupakan hal yang penting bagi Generasi Z di tempat kerja. Forbes menerbitkan artikel pada tahun 2023 yang menyatakan bahwa generasi Z cenderung mencari pekerjaan yang memungkinkan mereka untuk berkembang secara profesional dan pribadi tanpa mengorbankan kehidupan pribadi mereka. Generasi Z memiliki perspektif yang berbeda tentang karier dan cenderung memilih pekerjaan yang memungkinkan mereka untuk menjalani kehidupan pribadi yang seimbang dengan memprioritaskan kebahagiaan dan pengembangan diri.

Setiap perusahaan *coffee shop* berupaya untuk meningkatkan efisiensi kerja para karyawan mereka. Hal tersebut merupakan hal yang wajar dilakukan karena semakin tingginya produktivitas dari tenaga kerja ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu lebih efisien, terutama dalam optimalisasi pemanfaatan sumber daya manusia untuk tenaga kerja. Secara sederhana, dengan memanfaatkan jumlah sumber daya manusia yang tersedia, hasil kerja yang berhasil dicapai juga dapat ditingkatkan. Selanjutnya, jika perusahaan berhasil mengoptimalkan pekerjaannya, maka produktivitasnya akan naik dan hal tersebut diharapkan akan berdampak positif pada pertumbuhan keuntungan perusahaan.

Karyawan memainkan peran yang sangat penting dalam organisasi atau lingkup usaha, baik di sektor perdagangan maupun jasa untuk melaksanakan

strategi perusahaan dan mencapai tujuannya (Hidayati & Saputra, 2018). Dalam lingkup *coffee shop*, karyawan dibagi menjadi dua kategori, yaitu PKWT dan PKWTT. PKWT atau perjanjian kerja waktu tertentu merupakan kontrak kerja dengan durasi yang ditetapkan, sering disebut sebagai karyawan kontrak. Sedangkan PKWTT atau perjanjian kerja waktu tidak tertentu merupakan hubungan kerja yang bersifat permanen tanpa batasan waktu.

Permasalahan dalam riset ini ialah tinggi nya tingkat *turnover* karyawan. Dalam survey sebelumnya oleh peneliti, banyak karyawan yang mengeluhkan bahwa mereka sering berpindah-pindah tempat bekerja dari *coffee shop* ke *coffee shop* lain. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian menurut Sitohang (2022), bahwa jumlah karyawan keluar 20 *coffee shop* di Semarang menunjukkan tingkat *turnover intention* terbilang tinggi, karena pada tahun 2023 mencapai 31%. Robbins dan Judge (2009) menyatakan bahwa *turnover* adalah pengunduran diri karyawan dari pekerjaan mereka secara permanen, baik secara sukarela maupun tidak (Iskandar & Rahadi, 2021). Karyawan biasanya melakukan *turnover intention* sebelum melakukan *turnover*. Menurut Harnoto (2002), tingkat atau intensitas keinginan seseorang untuk meninggalkan perusahaan dikenal sebagai *turnover*. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi hal tersebut adalah keinginan untuk mencari pekerjaan yang lebih baik (Purnama & Syahir, 2022). Beberapa faktor yang dapat menyebabkan *turnover* karyawan meliputi kompensasi, kepuasan kerja, dan motivasi. Karyawan yang menerima kompensasi yang lebih tinggi cenderung lebih berkomitmen untuk bekerja dengan sepenuh hati di perusahaan, karena

merasa lebih dihargai dan kebutuhan mereka terpenuhi. Sebaliknya, kompensasi yang lebih rendah dapat meningkatkan tingkat *turnover karyawan* (Laeli & Kadarningsih, 2022). Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Sartono dkk. (2018), kompensasi memiliki dampak signifikan terhadap niat *turnover*. Dampak ini dirasakan oleh karyawan *coffee shop*, salah satunya adalah penurunan motivasi kerja. Penelitian oleh Dewa dan Mujiati (2019) mengungkapkan bahwa motivasi kerja mempengaruhi niat *turnover* karyawan. Salah satu contoh kompensasi dalam variabel X adalah pemberian insentif.

Salah satu cara untuk mengikat karyawan agar nyaman yang diterapkan oleh perusahaan agar meningkatkan produktivitas karyawan yaitu dengan kebijakan pemberian insentif (Ardian, 2019). Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, sangat penting bagi usaha *coffee shop* untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. Dua variabel yang sering menjadi perhatian utama adalah motivasi kerja dan persepsi pemberian insentif. Menurut Maslow, motivasi kerja adalah dorongan internal seseorang untuk mencapai kepuasan dalam pekerjaannya dan memenuhi berbagai kebutuhan yang ada dalam hierarki kebutuhan manusia. Di sisi lain, pemberian insentif adalah strategi eksternal yang digunakan perusahaan untuk mendorong karyawan agar mencapai kinerja yang optimal, seperti bonus, pengakuan, atau promosi. Implementasi tersebut bertujuan untuk membangkitkan semangat yang lebih tinggi di antara mereka agar dapat meningkatkan hasil kerja yaitu produktivitas dan kinerja yang semakin meningkat. Menurut Nitisemito (2015), semangat kerja adalah kondisi internal seseorang yang memungkinkan

mereka untuk meningkatkan hasil yang lebih baik dan lebih cepat dalam bekerja. Selain itu, semangat kerja adalah sikap individu atau kelompok yang mencerminkan keinginan untuk bekerja sama dengan orang lain secara sukarela (Syihab dkk., 2020).

Pada penelitian menurut Sunardi (2009) menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi pemberian insentif dengan motivasi kerja memiliki hubungan yang tidak terlalu kuat dan positif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi pemberian insentif dengan motivasi kerja karyawan memiliki keterkaitan yang tidak terlalu kuat, meskipun masih tergolong positif. Meskipun terdapat pengaruh antara insentif yang diberikan perusahaan terhadap motivasi kerja, pengaruh tersebut tidak signifikan atau dominan. Faktor-faktor lain yang mungkin lebih kuat, seperti lingkungan kerja, budaya organisasi, atau kepuasan pribadi yang memiliki peran lebih besar dalam mempengaruhi tingkat motivasi kerja karyawan. Hal tersebut menyebabkan peneliti meragukan hubungan antara persepsi pemberian insentif dengan motivasi kerja pada karyawan.

Dorongan internal motivasi kerja sampai kepada persepsi pemberian insentif melibatkan kesadaran individu akan kebutuhan dan dorongan internal, yang memotivasi mereka untuk meningkatkan kinerja dan kontribusi. Ketika kinerja diakui, baik secara sosial maupun intrinsik, individu merespons dengan peningkatan motivasi. *Self-esteem* memainkan peran penting dalam hal ini, karena mereka yang memiliki *self-esteem* tinggi merasa bahwa pekerjaan mereka bernilai dan penting. Sebagai hasilnya, karyawan dengan *self-esteem*

yang tinggi cenderung lebih termotivasi dan berupaya untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka (Herlina & Izzati, 2021). Pemberian insentif eksternal oleh perusahaan dapat memperkuat dorongan internal dan mempertahankan siklus motivasi yang berkelanjutan. Para karyawan lebih mungkin untuk mencari makna dan kepuasan dalam pekerjaan mereka daripada hanya mencari penghargaan eksternal seperti gaji atau promosi. Respons positif terhadap insentif tersebut berkontribusi pada terciptanya lingkungan kerja yang memotivasi dan memuaskan. Motivasi kerja dapat meningkatkan produktivitas, karena karyawan yang termotivasi cenderung memiliki lebih banyak energi, fokus, dan komitmen terhadap pekerjaan mereka. Produktivitas yang lebih tinggi kemudian dapat mengarah pada pencapaian target atau tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan, yang kemudian dapat diakui melalui pemberian insentif. Sebaliknya, insentif yang diberikan kepada karyawan yang produktif juga dapat memperkuat motivasi mereka untuk tetap berkinerja tinggi.

Persepsi pemberian insentif dengan motivasi kerja pada penelitian ini perlu diuji lebih dalam karena persepsi karyawan terhadap pemberian insentif bisa berbeda-beda. Beberapa karyawan mungkin merasa termotivasi dengan insentif yang didapat, sementara yang lain lebih menghargai pengakuan atau insentif non-materi. Hal tersebut dapat membantu perusahaan memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan bagaimana hal tersebut berdampak pada motivasi. Sistem insentif yang efektif dapat membantu perusahaan *coffee shop* menarik dan mempertahankan karyawan berbakat,

mengurangi biaya rekrutmen dan pelatihan, serta memastikan kontinuitas operasional. Pemberian insentif yang tepat bisa meningkatkan persepsi pemberian insentif dan bisa meningkatkan motivasi kerja karyawan yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan kualitas layanan. Kepuasan kerja meningkat melalui insentif yang memadai akan menciptakan lingkungan kerja yang positif, mengurangi tingkat stres, dan meningkatkan kesejahteraan karyawan. Penelitian pada dua variabel tersebut sudah banyak dilakukan, yaitu salah satunya berdasarkan penelitian menurut Riyant, dkk. (2014) dengan hasil secara simultan bahwa insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja. Perusahaan *coffee shop* lebih mampu mencapai tujuan strategisnya, termasuk peningkatan layanan pelanggan, peningkatan efisiensi operasional, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan dibantu oleh karyawan yang termotivasi dan puas terhadap pekerjaannya. Penelitian ini penting karena memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana insentif dapat digunakan secara efektif untuk mendukung tujuan bisnis dan meningkatkan kesejahteraan karyawan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah “apakah terdapat hubungan antara persepsi terhadap pemberian insentif dengan motivasi kerja pada karyawan *coffee shop* di Tembalang?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara persepsi pemberian insentif terhadap motivasi kerja pada karyawan *coffee shop* di Tembalang.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara teoritis, terutama dalam pengembangan sumber daya manusia serta praktik di bidang Psikologi Kewirausahaan.

2. Secara Praktis

a. Bagi pemilik/manajemen *coffee shop* yang diteliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang berharga dan menjadi landasan memperbaiki pengelolaan sumber daya manusia bagi perusahaan *coffee shop* atau kedai kopi di Tembalang terkait dengan motivasi kerja para karyawan dan strategi kebijakan insentif yang mampu meningkatkan motivasi kerja dengan mempertimbangkan peran persepsi karyawan terhadap insentif karyawan.

b. Bagi subjek

Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan yang bermanfaat dan mampu menjaga motivasi dengan menjaga persepsi serta memperbaiki persepsi nya jika motivasi kerja nya rendah.