

BAB II

GAMBARAN UMUM PT JAMISE SYAR'I BANDUNG

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Jamise syar'i adalah perusahaan PT Jamise Syar'i merupakan perusahaan dagang di bidang fashion muslimah yang bergerak dalam produksi dan penjualan busana syar'i, khususnya gamis dan khimar, yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2018 oleh Ceptian Suryana yang memiliki visi untuk menghadirkan busana syar'i yang tidak hanya sesuai dengan kaidah Islam, tetapi juga relevan dengan selera dan gaya hidup muslimah muda modern. Pada awal berdirinya, Jamise Syar'i berangkat dari usaha rumahan dengan skala produksi terbatas, memanfaatkan modal pribadi serta pemasaran sederhana melalui media sosial untuk menjangkau konsumen.

Produk-produk awal Jamise Syar'i dirancang sebagai respons atas persepsi masyarakat bahwa pakaian syar'i cenderung monoton dan kurang menarik, sehingga perusahaan menonjolkan desain yang lebih kekinian, pilihan warna lembut, serta material yang nyaman digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Seiring meningkatnya permintaan pasar dan kepercayaan konsumen, Jamise Syar'i mulai melakukan pengembangan usaha dengan menambah kapasitas produksi, memperluas variasi produk, serta membangun sistem manajemen yang lebih terstruktur, termasuk perekrutan karyawan dan pembagian fungsi kerja yang jelas. Strategi pemasaran digital melalui marketplace dan media sosial menjadi faktor utama dalam mendorong pertumbuhan perusahaan, memungkinkan Jamise Syar'i

menjangkau pasar nasional tanpa ketergantungan pada toko fisik. Dalam perkembangannya, Jamise Syar'i tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan penjualan, tetapi juga berkomitmen menerapkan prinsip bisnis syar'iah dalam pengelolaan keuangan, hubungan kerja, serta budaya organisasi, sehingga mampu membangun citra sebagai brand fashion muslimah yang profesional, bernilai religius, dan berdaya saing di tengah pesatnya perkembangan industri fashion muslim di Indonesia.

2.2 Visi Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

Menjadi brand fashion muslimah yang memudahkan muslimah muda Indonesia tampil syar'i dengan percaya diri melalui produk yang stylish dan sesuai dengan nilai Islam

2.2.2 Misi

1. Memproduksi busana syar'i yang cantik, stylish, dan nyaman dipakai.
2. Menawarkan desain yang unik dan pilihan warna langka yang sulit ditemukan di pasaran.
3. Menjaga kualitas produk yang tinggi tetapi tetap cocok dan terjangkau bagi konsumen muslimah.

2.3 Budaya Perusahaan

Perusahaan menerapkan lingkungan kerja yang berlandaskan nilai-nilai Islam (Islamic work environment) di mana aturan berpakaian, bergaul, dan bekerja mencerminkan prinsip syar'i yang dianut brand sebagai bagian dari budaya internal perusahaan. Dalam praktiknya, ini berarti setiap anggota tim diharapkan memiliki

kesadaran terhadap kewajiban sebagai individu muslim dan menerapkannya dalam keseharian kerja.

Kegiatan pendalaman ilmu agama menjadi bagian dari rutinitas internal sehingga memperkuat nilai religius dalam budaya kerja dan meningkatkan kesadaran tim terhadap tujuan bersama. Budaya ini berpadu dengan semangat tim yang hangat dan suportif, di mana hubungan antar karyawan didorong bersifat kolaboratif dan saling mendukung pertumbuhan karier secara progresif (*progressive career growth*) sebagai bagian dari budaya start-up yang terus berkembang. Secara keseluruhan, Jamise Syar'i menanamkan budaya kerja yang berorientasi pada nilai Islam, kreativitas dalam fashion, serta kerja sama tim yang kuat untuk mencapai kepuasan pelanggan dan pertumbuhan perusahaan

2.4 Filosofi Logo



Gambar 2 1 Logo PT Jamise Syar''i

Logo PT Jamise Syar'i menampilkan tipografi sederhana dengan dominasi huruf "JAMISE" yang dikombinasikan dengan simbol inisial "J" yang terintegrasi dengan elemen daun pada bagian atasnya. Desain tersebut merepresentasikan identitas merek yang modern, minimalis, serta selaras dengan karakter perusahaan sebagai brand fashion muslimah yang mengedepankan nilai kesederhanaan dan

spiritualitas. Secara filosofis, elemen-elemen dalam logo memiliki makna sebagai berikut:

1. Simbol huruf “J” yang menyatu dengan bentuk daun melambangkan pertumbuhan, keberkahan, dan nilai-nilai Islami yang menjadi fondasi perusahaan. Daun sebagai simbol alami mencerminkan kesegaran, keteduhan, dan kesinambungan usaha.
2. Tipografi huruf kapital “JAMISE” menggambarkan ketegasan, profesionalisme, serta komitmen perusahaan dalam membangun identitas merek yang kuat dan terpercaya di industri fashion muslimah.
3. Garis tipis dan bentuk huruf yang bersih (*clean design*) menunjukkan kesan elegan, modern, dan eksklusif, sejalan dengan segmentasi pasar muslimah muda yang mengutamakan estetika minimalis namun tetap syar’i.
4. Dominasi warna biru keabu-abuan (*soft blue-grey*) melambangkan ketenangan, kestabilan, dan kepercayaan. Warna ini juga mencerminkan karakter brand yang lembut, dewasa, serta memberikan kesan premium tanpa terlihat berlebihan.

Secara keseluruhan, logo PT Jamise Syar’i merepresentasikan perpaduan antara nilai spiritual, pertumbuhan bisnis, serta citra profesional yang modern. Identitas visual ini memperkuat positioning perusahaan sebagai brand fashion muslimah yang tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga membangun komunitas yang berlandaskan nilai kesederhanaan dan kebermanfaatannya.

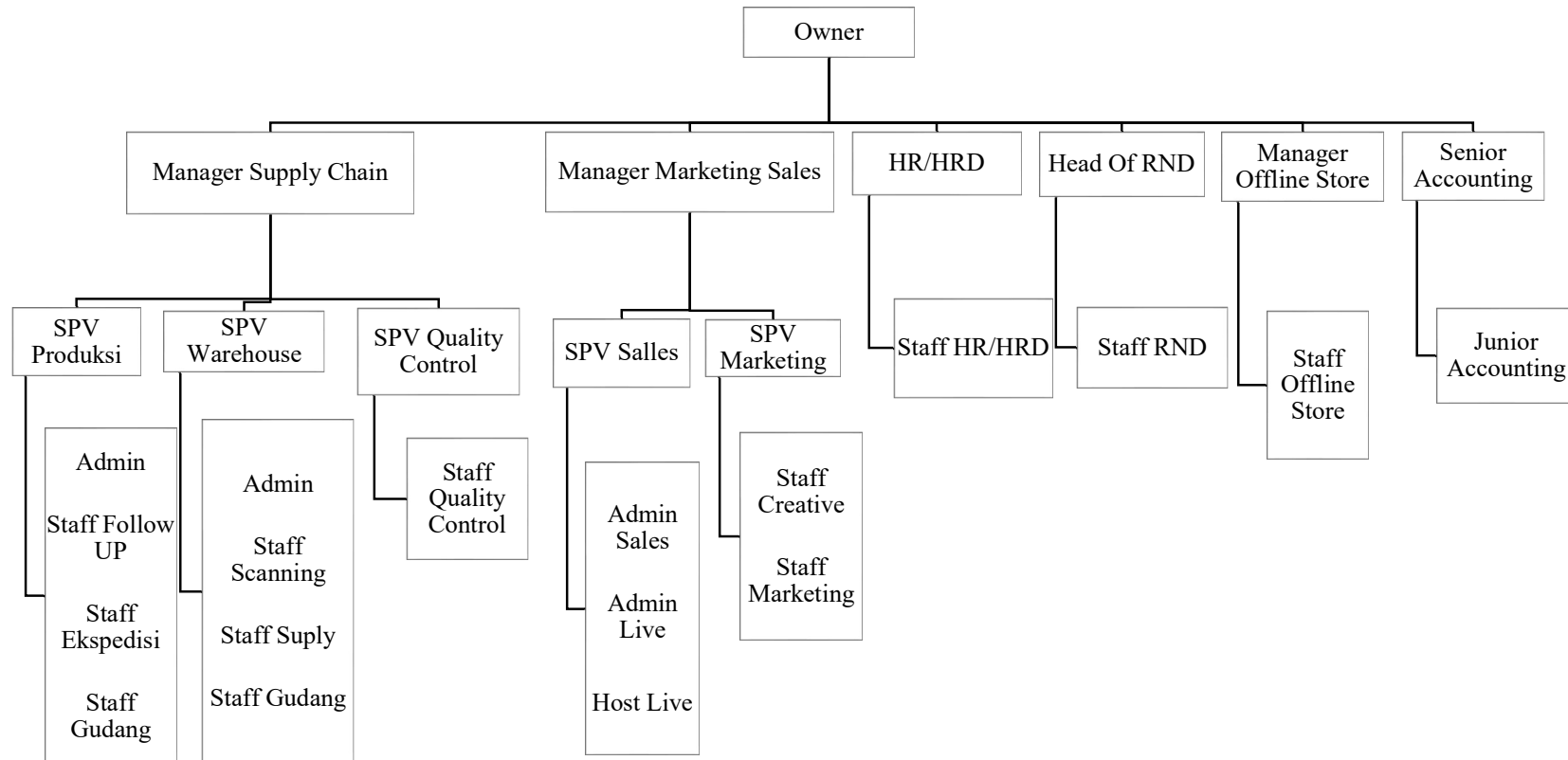
2.5 Bidang Usaha

PT Jamise Syar'i bergerak di bidang usaha industri kreatif dan perdagangan dengan fokus utama pada fashion muslimah berbasis syar'iah. Kegiatan usaha perusahaan meliputi perancangan (*design*), produksi, dan penjualan busana muslimah syar'i, khususnya gamis, khimar, set busana syar'i, serta produk pendukung fashion muslimah lainnya. Selain kegiatan produksi, Jamise Syar'i juga menjalankan usaha di sektor perdagangan ritel dan digital (*e-commerce*) dengan memanfaatkan marketplace dan media sosial sebagai saluran distribusi utama untuk menjangkau konsumen secara nasional.

Dalam operasionalnya, perusahaan mengintegrasikan prinsip bisnis syar'iah pada seluruh rantai nilai, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran dan transaksi dengan konsumen. Dengan demikian, bidang usaha PT Jamise Syar'i dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan fashion muslimah yang mengombinasikan industri manufaktur skala menengah dan perdagangan berbasis digital dalam kerangka ekonomi kreatif.

2.6 Struktur Organisasi PT Jamise Syar'i Bandung

PT Jamise Syar'i Bandung menggunakan struktur organisasi fungsional yang mana karyawan dikelompokkan sesuai dengan spesialisasi atau fungsi mereka. Masing-masing karyawan juga bertanggung jawab atas fungsi dari setiap bagian atau departemen mereka. Berikut struktur organisasi PT Jamise Syar'i Bandung.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Jamise Syar'1

2.7 Deskripsi Jabatan PT Jamise Syar'i Bandung

PT Jamise Syar'i kota Bandung memiliki struktur organisasi dengan tugas dan wewenang masing-masing. Deskripsi struktur organisasi disajikan untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang tugas, wewenang, dan tanggung jawab. Berikut deskripsi posisi pada struktur organisasi PT Jamise Syar'i kota Bandung.

1. Owner

Owner merupakan pimpinan tertinggi dalam struktur organisasi yang memiliki kewenangan penuh dalam menentukan arah kebijakan dan strategi perusahaan. Posisi ini berperan dalam pengambilan keputusan strategis serta pengendalian keseluruhan aktivitas operasional. Tanggung jawab:

- a. Menetapkan visi, misi, dan kebijakan strategis perusahaan.
- b. Mengambil keputusan strategis terkait pengembangan usaha.
- c. Mengawasi kinerja seluruh divisi.
- d. Mengendalikan penggunaan sumber daya perusahaan.

2. Manager Supply Chain

Manager Supply Chain bertanggung jawab atas pengelolaan rantai pasok mulai dari produksi, pergudangan, hingga distribusi barang. Jabatan ini memastikan kelancaran operasional serta efisiensi proses logistik perusahaan. Tanggung jawab:

- a. Mengelola proses produksi dan distribusi.
- b. Mengawasi persediaan bahan baku dan barang jadi.
- c. Mengendalikan kualitas operasional supply chain.
- d. Meningkatkan efisiensi sistem logistik.

3. SPV Produksi

SPV Produksi bertugas mengawasi pelaksanaan kegiatan produksi harian agar berjalan sesuai target dan standar kualitas yang telah ditetapkan. Tanggung jawab:

- a. Mengawasi proses produksi.
- b. Memastikan pencapaian target produksi.
- c. Mengkoordinasikan tim produksi.
- d. Menyusun laporan produksi.

4. Admin Produksi

Admin Produksi mendukung kelancaran administrasi operasional produksi melalui pencatatan dan dokumentasi data.

Tanggung jawab:

- a. Mengelola administrasi produksi.
- b. Mencatat output produksi harian.
- c. Menyusun laporan operasional.

5. Staff Follow Up

Staff Follow Up berperan dalam memantau progres pekerjaan produksi agar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Tanggung jawab:

- a. Memantau progres pesanan produksi.
- b. Berkoordinasi dengan divisi terkait.

6. Staff Ekspedisi

Staff Ekspedisi bertanggung jawab terhadap proses pengiriman barang kepada pelanggan atau distributor.

Tanggung jawab:

- a. Mengatur jadwal pengiriman.
- b. Memastikan ketepatan dan keamanan distribusi.

7. Staff Gudang

Staff Gudang bertugas untuk mengelola penyimpanan dan pergerakan barang di area gudang. Tanggung jawab:

- a. Mengontrol stok barang masuk dan keluar.
- b. Menata barang sesuai sistem penyimpanan.

8. SPV Warehouse

SPV Warehouse mengawasi operasional gudang agar pengelolaan stok berjalan efektif dan akurat. Tanggung jawab:

- a. Mengontrol persediaan barang.
- b. Mengawasi sistem penyimpanan.
- c. Memastikan akurasi data stok.

9. Admin Warehouse

Admin Warehouse bertugas mengelola administrasi dan pencatatan stok barang. Tanggung jawab:

- a. Mencatat mutasi stok.
- b. Menyusun laporan pergudangan.

10. Staff Scanning

Staff Scanning memastikan ketepatan pencatatan barang melalui sistem pemindaian. Tanggung jawab:

- a. Melakukan scanning barang masuk dan keluar.
- b. Memastikan kesesuaian data dengan sistem.

11. Staff Supply

Staff Supply mendukung kelancaran distribusi internal barang antar divisi.

Tanggung jawab:

- a. Menyalurkan barang sesuai permintaan.
- b. Mengontrol ketersediaan stok.

12. SPV Quality Control

SPV Quality Control bertanggung jawab menjaga standar mutu produk sebelum didistribusikan kepada konsumen. Tanggung jawab:

- a. Mengawasi pemeriksaan kualitas produk.
- b. Mengidentifikasi ketidaksesuaian produk.
- c. Melaporkan hasil pengendalian mutu.

13. Staff Quality Control

Staff Quality Control melaksanakan pemeriksaan teknis terhadap produk secara detail. Tanggung jawab:

- a. Melakukan inspeksi produk.
- b. Mendokumentasikan hasil pemeriksaan.

14. Manager Marketing Sales

Manager Marketing Sales memimpin perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran serta penjualan guna meningkatkan pendapatan perusahaan dan memperluas pangsa pasar. Tanggung jawab:

- a. Menyusun strategi pemasaran dan penjualan.
- b. Mengelola target penjualan.
- c. Mengendalikan anggaran promosi.
- d. Mengawasi kinerja tim.

15. SPV Sales

SPV Sales mengoordinasikan aktivitas penjualan agar target perusahaan tercapai secara optimal. Tanggung jawab:

- a. Mengawasi kegiatan penjualan.
- b. Memastikan pencapaian target tim.
- c. Menjaga hubungan dengan pelanggan.

16. SPV Marketing

SPV Marketing mengelola pelaksanaan strategi promosi dan branding perusahaan. Tanggung jawab:

- a. Mengawasi kampanye promosi.
- b. Mengembangkan strategi branding.
- c. Mengevaluasi efektivitas pemasaran.

17. HR/HRD

HR/HRD bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, pengembangan, hingga evaluasi kinerja karyawan. Tanggung jawab:

- a. Mengelola proses rekrutmen dan seleksi.
- b. Mengatur administrasi kepegawaian.
- c. Melaksanakan evaluasi dan pengembangan karyawan.
- d. Menjaga hubungan industrial.

18. Head of R&D

Head of R&D memimpin kegiatan penelitian dan pengembangan produk untuk meningkatkan inovasi dan daya saing perusahaan. Tanggung jawab:

- a. Mengembangkan produk baru.
- b. Melakukan riset pasar.
- c. Menguji kelayakan produk.

18. Manager Offline Store

Manager Offline Store bertanggung jawab atas operasional toko fisik dan pelayanan pelanggan secara langsung. Tanggung jawab:

- a. Mengelola operasional toko.
- b. Mengawasi pelayanan pelanggan.
- c. Mengontrol stok toko.

19. Senior Accounting

Senior Accounting bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan laporan keuangan perusahaan. Tanggung jawab:

- a. Mengelola laporan keuangan.
- b. Mengawasi pencatatan transaksi.
- c. Mengendalikan arus kas.

2.8 Identitas Responden

Identitas responden pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan responden yang diteliti yaitu karyawan PT Jamise Syar'i Bandung. Kriteria yang diberikan untuk bisa menjadi responden adalah karyawan PT Jamise Syar'i Bandung yang telah bekerja minimal selama satu tahun dan merupakan karyawan tetap. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 48 karyawan melalui HR PT Jamise Syar'i Bandung yaitu ibu Fifi pada tanggal Februari 2026 dan membutuhkan waktu selama satu bulan untuk memberikan fleksibilitas bagi karyawan yang sibuk dengan pekerjaan mereka. Sehingga, para responden dapat mengisi kuesioner dengan teliti dan tepat.

Responden pada penelitian ini adalah 43 karyawan PT Jamise Syar'i Bandung yang merupakan seluruh karyawan dari semua atau delapan departemen yang ada dan berkesempatan untuk memberikan persepsi yang berbeda setiap respondennya. Responden mengisi kuesioner mulai dari identitas responden yang meliputi nama, jabatan, usia, jenis kelamin, status marital, pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Selanjutnya, responden mengisi jawaban dari pertanyaan pada seluruh variabel melalui indikator yang ada. Berikut adalah daftar karyawan yang menjadi responden pada penelitian ini.

2.8.1 Responden Berdasarkan Usia

Karyawan PT Jamise Syar'i memiliki usia yang beragam. Berikut data responden berdasarkan usia:

Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
<20 Tahun	1	2,3%
21-24 Tahun	9	20,9%
25-29 Tahun	20	46,5%
30-34 Tahun	7	16,3%
>35 Tahun	5	11,6%
Jumlah	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 25–29 tahun dengan jumlah 20 orang (46,5%). Selanjutnya responden berusia 21–24 tahun sebanyak 9 orang (20,9%), diikuti oleh usia 30–34 tahun sebanyak 7 orang (16,3%), serta usia di atas 35 tahun sebanyak 5 orang (11,6%). Sedangkan responden dengan usia kurang dari 20 tahun merupakan kelompok paling sedikit, yaitu sebanyak 1 orang (2,3%).

2.8.2 Responden Berdasarkan Lama Kerja

Data terkait Masa Kerja disajikan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi masa kerja responden karyawan PT Jamise Syar'I Berikut data :

Tabel 2.2 Berdasarkan Lama Kerja

Lama Kerja	Frekuensi	Presentase
<1 tahun	5	11,6%
≥1 tahun	10	23,3%
2-3 tahun	17	39,5%
4-5 tahun	5	11,6%
>5 tahun	6	14%
Jumlah	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan data lama kerja responden, sebagian besar karyawan memiliki masa kerja 2–3 tahun dengan jumlah 17 orang (39,5%). Selanjutnya responden

dengan masa kerja lebih dari 1 tahun berjumlah 10 orang (23,3%), diikuti oleh masa kerja lebih dari 5 tahun sebanyak 6 orang (14%). Sementara itu, responden dengan masa kerja kurang dari 1 tahun dan 4–5 tahun masing-masing berjumlah 5 orang (11,6%).

2.8.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karyawan pada PT Jamise Syar'i meliputi jenis kelamin pria dan wanita.

Berikut adalah data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.3 Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pria	23	53,5%
Wanita	20	46,5%
Jumlah	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan data jenis kelamin responden, jumlah responden pria sebanyak 23 orang (53,5%), sedangkan responden wanita sebanyak 20 orang (46,5%).

2.8.4 Responden Berdasarkan Status Marital

Karyawan PT Jamise Syar'i terdiri dari status menikah dan single. Berikut data responden berdasarkan status marital:

Tabel 2.4 Berdasarkan Status Marital

Status Material	Frekuensi	Presentase
Lajang	24	55,8%
Menikah	19	44,2%
Jumlah	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan data status perkawinan, sebagian besar responden berstatus lajang sebanyak 24 orang (55,8%), sedangkan responden yang telah menikah berjumlah 19 orang (44,2%).

2.8.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Identitas pendidikan terakhir responden disajikan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi tingkat pendidikan responden karyawan PT Jamise Syar'i. Berikut adalah data pendidikan terakhir responden:

Tabel 2.5 Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA	13	30,2%
Diploma	0	0%
Sarjana S-1	30	69,8%
Jumlah	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.5 tingkat pendidikan terakhir responden, sebagian besar responden merupakan lulusan Sarjana (S-1) dengan latar belakang jurusan yang beragam, seperti Manajemen, Ilmu Komunikasi, Teknik Industri, DKV, dan jurusan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan PT Jamise Syari didominasi oleh lulusan Sarjana (S-1).

2.9 Berdasarkan kondisi kerja Responden

2.9.1 Frekuensi lembur Responden

Untuk mengetahui frekuensi lembur responden dalam satu bulan terakhir, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarkan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai frekuensi lembur responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.6 Frekuensi lembur Responden dalam 1 bulan terakhir periode bulan Ramadhan

Jawaban	Nilai	Frekuensi
Tidak pernah	14	33%
1-2 kali	18	42%
3-4 kali	6	14.0%
>5 kali	5	12%
Total	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.6 mengenai frekuensi lembur responden dalam satu bulan terakhir menunjukkan bahwa sebagian besar responden melakukan lembur sebanyak 1–2 kali. Selain itu, terdapat responden yang tidak pernah lembur, serta sebagian lainnya melakukan lembur lebih dari tiga kali. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas lembur karyawan tergolong cukup rutin.

2.9.2 Alasan Responden melakukan Lembur

Untuk mengetahui alasan responden dalam melakukan lembur, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarkan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai alasan lembur responden disajikan pada tabel berikut

Tabel 2.7 Alasan Responden melakukan Lembur

Jawaban	Nilai	Frekuensi
Sukarela	0	0%
Atas permintaan atasan	25	58%
Karena target belum tercapai	8	19%
Karena kondisi mendesak perusahaan	10	23%
Total	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.7 mengenai alasan responden melakukan lembur menunjukkan bahwa mayoritas responden melakukan lembur atas permintaan atasan. Selain itu, sebagian responden melakukan lembur karena kondisi pekerjaan yang mendesak maupun target yang belum tercapai, dan tidak terdapat responden yang lembur secara sukarela. Hal ini menunjukkan bahwa lembur lebih banyak dipengaruhi oleh tuntutan pekerjaan dari perusahaan.

2.9.3 Dampak lembur terhadap waktu pribadi

Untuk mengetahui dampak lembur terhadap waktu pribadi responden, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai dampak lembur terhadap waktu pribadi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.8 Dampak lembur terhadap waktu pribadi

Jawaban	Nilai	Frekuensi
Tidak mengganggu waktu pribadi	13	30%
Sedikit mengganggu	25	58%
Cukup mengganggu	5	12%
Sangat mengganggu	0	0%
Total	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.8 mengenai dampak lembur terhadap waktu pribadi menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa lembur sedikit mengganggu waktu pribadi. Selain itu, terdapat responden yang merasa tidak mengganggu dan sebagian kecil merasa cukup mengganggu, serta tidak terdapat responden yang merasa sangat mengganggu. Hal ini menunjukkan bahwa lembur memiliki pengaruh terhadap keseimbangan waktu pribadi karyawan, meskipun masih dalam tingkat ringan.

2.9.4 Kondisi Jam Kerja pada Periode Sibuk

Untuk mengetahui kondisi jam kerja responden pada periode kerja yang sibuk, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai kondisi jam kerja pada periode sibuk disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.9 Kondisi Jam Kerja pada Periode Sibuk

Jawaban	Nilai	Frekuensi
Tetap normal	17	40%
Sedikit bertambah	18	42%
Bertambah signifikan	5	12%
Sangat padat dan intens	3	7%
total	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.9 mengenai kondisi jam kerja pada periode sibuk menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengalami sedikit peningkatan jam kerja. Selain itu, terdapat responden yang tetap bekerja normal, serta sebagian kecil mengalami peningkatan yang signifikan maupun kondisi kerja yang sangat padat dan intens. Hal ini menunjukkan bahwa pada periode tertentu terjadi peningkatan beban kerja, namun masih dalam batas yang wajar.

2.9.5 Dasar Pemberian Bonus dan Insentif

Untuk mengetahui dasar pemberian bonus atau insentif yang diterima oleh responden, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarkan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai dasar pemberian bonus atau insentif disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.10 Dasar Pemberian Bonus dan Insentif

Jawaban	Nilai	Frekuensi
Pencapaian target individu	14	33%
Pencapaian target tim	19	44%
Keputusan manajemen	1	2%
Tidak ada bonus/insentif	9	21%
total	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.10 mengenai dasar pemberian bonus atau insentif menunjukkan bahwa sebagian besar responden menerima bonus berdasarkan pencapaian target tim. Selain itu, terdapat responden yang menerima bonus

berdasarkan pencapaian target individu, serta sebagian lainnya tidak menerima bonus atau insentif. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pemberian insentif lebih berorientasi pada kinerja tim.

2.9.6 Pembayaran Upah Lembur

Untuk mengetahui apakah lembur yang dilakukan responden mendapatkan tambahan upah, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai pembayaran upah lembur disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.11 Pembayaran Upah Lembur

Jawaban	Nilai	Frekuensi
Selalu dibayar	43	100%
Kadang dibayar	0	0%
Tidak dibayar	0	0%
Tidak pernah lembur	0	0%
total	43	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.11 mengenai pembayaran upah lembur menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan selalu menerima tambahan upah ketika melakukan lembur. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah konsisten dalam memberikan kompensasi terhadap kerja lembur yang dilakukan karyawan.

2.9.7 Bentuk kompesasi yang diterima

Untuk mengetahui bentuk kompensasi tambahan yang diterima oleh responden selain gaji dan bonus, dilakukan pengukuran melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan. Hasil pengolahan data mengenai bentuk kompensasi tambahan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.12 Bentuk Kompensasi tambahan yang di terima

Kategori	Nilai	Frekuensi
Tidak ada	0	0%
Tunjangan kesehatan (BPJS, dll)	43	100%
Tunjangan transport	6	14%
Pelatihan/pengembangan diri	6	14%
Penghargaan atau apresiasi dari atasan	1	2%

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.12 mengenai bentuk kompensasi tambahan yang diterima menunjukkan bahwa seluruh responden menerima tunjangan kesehatan (BPJS). Selain itu, sebagian responden juga menerima tunjangan transport serta pelatihan atau pengembangan diri. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang menerima penghargaan atau apresiasi dari atasan, dan tidak terdapat responden yang tidak menerima kompensasi tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi tambahan yang diberikan perusahaan masih didominasi oleh tunjangan kesehatan.