

ANALISIS STRATEGI PEMBERIAN INSENTIF DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT YUASA BATTERY INDONESIA**Defi Herfiana**

Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang, Program Studi Magister Manajemen, Indonesia

Correspondence		
Email: 2407030194@students.unis.ac.id	No. Telp:	
Submitted: 13 Januari 2026	Accepted: 22 Januari 2026	Published: 23 Januari 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pemberian insentif yang diterapkan oleh PT Yuasa Battery Indonesia dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, serta menganalisis efektivitas komunikasi dan sosialisasi program insentif dalam mempengaruhi pemahaman dan penerimaan karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang memungkinkan eksplorasi terhadap pengalaman dan persepsi karyawan serta manajemen mengenai pelaksanaan program insentif di lingkungan kerja. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah informan yang dipilih secara purposive, mencakup karyawan dari berbagai unit kerja dan level jabatan. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang terdiri dari proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara berulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi insentif di PT Yuasa Battery Indonesia mencakup pemberian bonus kinerja, tunjangan transportasi dan makan, serta fasilitas non-material seperti asuransi kesehatan dan fasilitas olahraga. Strategi ini dirancang untuk menyesuaikan dengan kebutuhan karyawan dan target kinerja perusahaan, sejalan dengan teori motivasi Herzberg, Maslow, dan Reinforcement Skinner. Di sisi lain, efektivitas komunikasi program insentif dinilai cukup baik, dengan penyampaian informasi melalui rapat, dokumen internal, dan interaksi langsung antara manajemen dan karyawan. Transparansi dan kejelasan dalam penyampaian program berperan penting dalam membentuk persepsi positif, meningkatkan pemahaman, dan mendorong penerimaan karyawan terhadap insentif yang diberikan. Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara strategi insentif dan komunikasi organisasi yang efektif sebagai faktor penentu dalam meningkatkan motivasi, produktivitas, dan loyalitas karyawan di lingkungan industri manufaktur.

Kata Kunci : Strategi Insentif, Motivasi, Kinerja Karyawan, Komunikasi Organisasi, PT Yuasa Battery Indonesia

ABSTRACT

This study aims to gain a deeper understanding of the incentive program strategy implemented by PT Yuasa Battery Indonesia to improve employee motivation and performance, as well as to analyze the effectiveness of communication and socialization of the incentive program in influencing employee understanding and acceptance. This research used a qualitative approach with a case study method, which allows for exploration of employee and management experiences and perceptions regarding the implementation of the incentive program in the workplace. Data collection was conducted through in-depth interviews with several purposively selected informants, including employees from various work units and job levels. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, which consists of an iterative process of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the incentive strategy at PT Yuasa Battery Indonesia includes performance bonuses, transportation and meal allowances, and non-material benefits such as health insurance and sports facilities. This strategy is designed to align with employee needs and company performance targets, in line with Herzberg's, Maslow's, and Skinner's theories of motivation. Furthermore, the effectiveness of communication of the incentive program was deemed quite good, with information disseminated through meetings, internal documents, and direct interactions between management and employees. Transparency and clarity in program delivery play a crucial role in shaping positive perceptions, increasing understanding, and encouraging employee acceptance of the incentives offered. This study emphasizes the importance of integrating incentive strategies and effective organizational communication as a determining factor in increasing employee motivation, productivity, and loyalty in the manufacturing industry..

Keywords: Incentive Strategy, Motivation, Employee Performance, Organizational Communication, PT Yuasa Battery Indonesia.

A. Pendahuluan

Dalam dunia industri modern yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan produktivitas dan kualitas kerja yang tinggi guna menjaga eksistensinya di tengah persaingan yang ketat. Salah satu kunci utama dalam mewujudkan hal tersebut terletak pada kualitas dan kinerja sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki. Kinerja karyawan yang optimal menjadi prasyarat penting bagi tercapainya tujuan perusahaan, baik dalam aspek efisiensi produksi, inovasi, maupun pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, berbagai strategi diterapkan oleh perusahaan untuk mendorong kinerja karyawan, salah satunya melalui pemberian insentif.(Wardani, 2025)

Menurut Sinaga, S. (2020) Pemberian insentif merupakan salah satu bentuk kompensasi tambahan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai penghargaan atas kontribusi dan prestasi kerja yang telah dicapai. Insentif dapat berupa materi seperti bonus, tunjangan, dan fasilitas, maupun non-materi seperti pengakuan, kesempatan pengembangan karir, dan lingkungan kerja yang kondusif. Secara teoritis, insentif bertujuan untuk meningkatkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik karyawan agar mampu bekerja secara lebih efektif dan efisien. Hubungan antara insentif dan kinerja karyawan telah banyak dibuktikan melalui berbagai penelitian, yang menunjukkan bahwa sistem insentif yang tepat mampu meningkatkan produktivitas kerja secara signifikan.(Almaududi, S., Syukri., 2021)

Salah satu perusahaan manufaktur yang menerapkan kebijakan insentif dalam rangka meningkatkan kinerja karyawannya adalah PT Yuasa Battery Indonesia. Perusahaan ini merupakan bagian dari grup GS Yuasa Jepang, yang dikenal sebagai salah satu produsen baterai otomotif dan industri terkemuka. PT Yuasa Battery Indonesia telah lama berdiri dan memiliki reputasi yang kuat dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan. Dalam upaya mempertahankan produktivitas tinggi dan loyalitas tenaga kerja, perusahaan menerapkan berbagai bentuk insentif untuk para karyawan. Insentif tersebut antara lain meliputi tunjangan transportasi, tunjangan makan, asuransi kesehatan, bonus tahunan, serta fasilitas olahraga dan pengembangan karyawan. Semua bentuk kompensasi tambahan ini tidak hanya berperan dalam menjaga kesejahteraan karyawan, tetapi juga menjadi alat strategis dalam mendorong peningkatan kinerja individu maupun tim kerja. (Rizky, A. F., & Sabir, 2023)

Pentingnya insentif sebagai strategi peningkatan kinerja juga dibuktikan melalui studi empiris yang dilakukan pada PT Riau Indotama Abadi, salah satu distributor resmi produk Yuasa di wilayah Pekanbaru. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa insentif memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil analisis regresi dalam studi tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan insentif dapat meningkatkan kinerja karyawan sebesar 2,212 satuan. Kontribusi insentif terhadap peningkatan kinerja mencapai angka yang sangat tinggi yaitu 85,6%, sementara sisanya sebesar 14,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti lingkungan kerja, kepemimpinan, dan pelatihan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa pemberian insentif, meskipun hanya salah satu aspek dalam manajemen SDM, memiliki daya pengaruh yang sangat besar dalam menggerakkan karyawan untuk bekerja lebih baik, lebih cepat, dan lebih berorientasi pada hasil. (Wijaya, A. 2021)

Fenomena tersebut secara tidak langsung juga merefleksikan kondisi yang terjadi di PT Yuasa Battery Indonesia. Meskipun referensi penelitian langsung terhadap karyawan di pabrik utama PT Yuasa Battery Indonesia masih terbatas, namun hasil studi pada jaringan distribusi produk Yuasa memberikan indikasi yang kuat bahwa sistem insentif yang diterapkan secara konsisten dan proporsional dapat meningkatkan motivasi serta kinerja tenaga kerja di seluruh lini organisasi. Apalagi, karakteristik pekerjaan di sektor manufaktur seperti PT Yuasa Battery Indonesia yang menuntut produktivitas tinggi,

ketelitian, serta kepatuhan terhadap prosedur operasional standar, membutuhkan dukungan dari kebijakan insentif yang mampu menjaga semangat kerja dan menghindari kejenuhan.

Dalam praktiknya, PT Yuasa Battery Indonesia dikenal sebagai perusahaan yang memiliki sistem remunerasi yang kompetitif dan stabil. Selain memberikan upah pokok yang sesuai dengan standar industri, perusahaan juga menambahkan berbagai insentif dan benefit lainnya. Fasilitas seperti asuransi kesehatan untuk karyawan dan keluarga, tunjangan kehadiran, insentif produktivitas, bonus tahunan, serta tunjangan hari raya menjadi bukti bahwa perusahaan memiliki perhatian terhadap kesejahteraan karyawan. Bahkan di beberapa forum online, karyawan dan mantan karyawan Yuasa Battery Indonesia menyatakan bahwa perusahaan memberikan gaji di atas rata-rata, dengan sistem yang transparan dan adil. Hal ini memperkuat citra positif perusahaan sekaligus menjadi daya tarik dalam menjaga tingkat retensi tenaga kerja. (Observasi. 2025)

Namun demikian, penting untuk disadari bahwa sistem insentif yang baik tidak cukup hanya dari sisi kuantitas atau nilai nominal, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek keadilan, transparansi, dan relevansi dengan kinerja. Pemberian insentif yang tidak berdasarkan evaluasi objektif atau tidak sesuai dengan kontribusi nyata karyawan justru bisa menimbulkan ketidakpuasan, kecemburuan sosial antar karyawan, serta penurunan semangat kerja. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas sistem insentif yang diterapkan. Hal ini termasuk dalam pengukuran sejauh mana insentif benar-benar berkontribusi terhadap peningkatan kinerja, serta bagaimana persepsi karyawan terhadap keadilan sistem tersebut.

Dalam konteks ini, pendekatan manajemen sumber daya manusia berbasis kinerja (performance-based HRM) sangat relevan untuk digunakan. Pendekatan ini menekankan pada hubungan langsung antara hasil kerja karyawan dengan penghargaan yang diterima. Artinya, insentif diberikan berdasarkan pencapaian target individu atau tim, sehingga dapat mendorong budaya kerja yang kompetitif dan produktif. Di sisi lain, pendekatan ini juga harus disertai dengan sistem penilaian kinerja yang objektif, transparan, dan terukur agar tidak menimbulkan bias atau ketidakadilan.

Selain itu, pemberian insentif juga harus memperhatikan karakteristik generasi karyawan yang ada. Saat ini, banyak perusahaan, termasuk PT Yuasa Battery Indonesia, dihadapkan pada tantangan dalam mengelola tenaga kerja dari berbagai generasi, mulai dari generasi X, Y (milenial), hingga generasi Z. Setiap generasi memiliki preferensi dan motivasi kerja yang berbeda-beda. (Observasi. 2025) Generasi milenial dan Z, misalnya, cenderung lebih menghargai fleksibilitas kerja, kesempatan pengembangan diri, serta pengakuan non-material dibandingkan sekadar insentif finansial. Oleh karena itu, desain sistem insentif harus adaptif dan mampu mengakomodasi kebutuhan serta ekspektasi berbagai kelompok usia yang ada di lingkungan kerja.

Dari perspektif teori motivasi, insentif dapat dikaji menggunakan pendekatan teori dua faktor dari Herzberg yang membagi faktor kerja menjadi dua: faktor higienis dan faktor motivasional. Insentif finansial, seperti gaji dan tunjangan, termasuk dalam faktor higienis yang mencegah ketidakpuasan kerja. Namun untuk meningkatkan kepuasan kerja dan motivasi, dibutuhkan faktor motivasional seperti pengakuan atas prestasi, tanggung jawab, dan kesempatan untuk berkembang. Maka, pemberian insentif harus menjadi bagian dari sistem manajemen kinerja yang komprehensif, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar tetapi juga untuk memberikan tantangan dan penghargaan yang bermakna. (Sinuhaji, 2025) Terkait hal ini, PT Yuasa Battery Indonesia sebagai perusahaan yang berorientasi pada kualitas dan efisiensi, perlu melakukan analisis menyeluruh terhadap sistem insentif yang dimiliki. Analisis ini mencakup aspek desain, pelaksanaan, evaluasi, serta dampaknya terhadap kinerja karyawan.

PT Yuasa Battery Indonesia didirikan di Tangerang pada tanggal 14 Mei 1975. Perusahaan ini merupakan usaha patungan antara Yuasa Battery Ltd Jepang dan PT Pakarti Yoga Indonesia. Awalnya memproduksi aki untuk kendaraan bermotor roda dua dan empat dengan target pasar domestik. Seiring berkembangnya waktu, produksi diperluas ke berbagai jenis aki mobil dan motor serta pasar ekspor ke luar negeri. Saat ini, PT Yuasa Battery Indonesia telah memproduksi banyak tipe aki dan menyebar ke berbagai pasar global dengan filosofi kerja yang menekankan kualitas, pelayanan, dan pengiriman tepat waktu.

Dalam jangka panjang, keberhasilan sistem insentif tidak hanya diukur dari produktivitas karyawan, tetapi juga dari loyalitas, keterlibatan (engagement), dan komitmen terhadap visi dan misi perusahaan. Karyawan yang merasa dihargai dan diperhatikan cenderung memiliki tingkat loyalitas tinggi dan bersemangat dalam memberikan kontribusi terbaiknya. Sebaliknya, karyawan yang merasa bahwa insentif yang diterima tidak sebanding dengan usahanya dapat mengalami demotivasi dan bahkan mencari peluang kerja di tempat lain.

Oleh karena itu, penting bagi PT Yuasa Battery Indonesia untuk terus mengembangkan dan menyempurnakan strategi pemberian insentif dalam kerangka manajemen SDM yang adaptif dan berkelanjutan. Dalam era industri 4.0 yang ditandai dengan otomatisasi dan digitalisasi, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada output produksi, tetapi juga pada kualitas dan kompetensi SDM yang mendukung proses bisnis. Insentif yang dirancang dengan tepat akan menjadi alat strategis yang tidak hanya mendorong kinerja, tetapi juga membentuk budaya kerja yang sehat, inovatif, dan kolaboratif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengungkap secara mendalam bagaimana sistem pemberian insentif di PT Yuasa Battery Indonesia berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan kenyataan sosial secara lebih rinci, utuh, dan kontekstual, berdasarkan pengalaman langsung dari subjek yang diteliti. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman makna dari sudut pandang individu atau kelompok dalam suatu konteks sosial tertentu. (Pahleviannur, 2022) Oleh karena itu, pendekatan ini sangat sesuai digunakan untuk mengkaji dinamika hubungan antara pemberian insentif dan perubahan perilaku kerja karyawan, khususnya dalam organisasi formal seperti perusahaan manufaktur.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap berbagai fenomena sosial yang muncul dalam praktik pemberian insentif di lingkungan kerja perusahaan. Peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana insentif dipersepsikan oleh karyawan, bagaimana insentif memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja, serta sejauh mana insentif berperan dalam mendorong peningkatan produktivitas kerja secara nyata. Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang mengandalkan data numerik dan pengukuran statistik, pendekatan kualitatif lebih menekankan pada narasi, makna, serta proses-proses sosial yang terjadi di balik data. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan ruang lebih luas untuk memahami realitas yang kompleks dan dinamis di lingkungan kerja. (Syahroni, 2022)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif pendekatan studi kasus, yaitu suatu metode yang berorientasi pada analisis resepsi atau penerimaan individu terhadap kebijakan, program, atau bentuk komunikasi tertentu. Dalam konteks penelitian ini, metode tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana karyawan menerima, merespons, dan memaknai insentif yang diberikan oleh perusahaan kepada

mereka. Reception analysis memungkinkan peneliti menggali lebih dalam pengalaman subjektif para karyawan terhadap insentif, yang tidak dapat diukur hanya dengan angka atau statistik. Dengan kata lain, metode ini memusatkan perhatian pada aspek interpretatif dari perilaku manusia, sehingga sangat cocok digunakan untuk memahami hubungan antara persepsi insentif dan perilaku kerja yang dihasilkan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) kepada beberapa karyawan dari berbagai divisi dan jabatan di PT Yuasa Battery Indonesia, seperti karyawan lini produksi, bagian administrasi, hingga staf manajerial. Wawancara dilakukan secara langsung dengan panduan pertanyaan semi-terstruktur, yang memungkinkan narasumber memberikan penjelasan luas sesuai pengalaman mereka. Wawancara bertujuan untuk menggali persepsi karyawan terhadap kebijakan insentif perusahaan, jenis-jenis insentif yang dianggap paling berpengaruh, harapan mereka terhadap sistem insentif di masa mendatang, serta bagaimana insentif berdampak pada semangat, loyalitas, dan kinerja mereka secara keseluruhan.

Selain wawancara, teknik pengumpulan data lainnya adalah observasi langsung di lingkungan kerja karyawan. Peneliti mengamati suasana kerja, interaksi antara sesama karyawan maupun antara atasan dan bawahan, serta sikap kerja karyawan setelah menerima insentif tertentu. Observasi dilakukan secara sistematis dan objektif untuk menangkap bukti-bukti perilaku nyata yang mencerminkan dampak dari pemberian insentif. Observasi juga digunakan untuk memverifikasi atau memperkuat temuan dari hasil wawancara, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih valid dan dapat dipercaya. Dalam hal ini, observasi tidak dilakukan secara terbuka dan eksplisit, melainkan secara partisipatif dan alami, agar tidak mengganggu ritme kerja normal karyawan dan menghindari bias dalam tanggapan mereka. (Syahrani, 2022)

Selain wawancara dan observasi, data pendukung juga diperoleh dari dokumentasi internal perusahaan yang berkaitan dengan kebijakan insentif, laporan kepegawaian, catatan kinerja karyawan, serta dokumen kebijakan SDM lainnya. Dokumentasi ini digunakan sebagai sumber data sekunder yang dapat memperkuat hasil analisis dan memberikan gambaran struktural mengenai sistem insentif yang berlaku di perusahaan. Dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang utuh dan mendalam mengenai peran insentif dalam mendorong kinerja karyawan.

Subjek penelitian dalam hal ini adalah karyawan PT Yuasa Battery Indonesia, yang menjadi penerima langsung dari sistem insentif yang diberikan oleh perusahaan. Mereka merupakan bagian penting dalam sistem kerja perusahaan dan memiliki pengalaman langsung terhadap kebijakan insentif yang diterapkan. Karyawan yang dipilih sebagai informan dalam penelitian ini dipilih secara purposif, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Informan berasal dari berbagai latar belakang jabatan dan masa kerja, agar dapat memberikan perspektif yang beragam dan mewakili keseluruhan populasi karyawan di perusahaan tersebut. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu staf dari bagian Human Resource Department (HRD) untuk memperoleh informasi mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari kebijakan insentif yang berlaku.

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan bersifat kualitatif, yaitu berupa narasi, penuturan, serta catatan-catatan hasil observasi. Data kualitatif ini bersifat non-numerik dan menggambarkan aspek-aspek yang tidak dapat diukur dengan angka, seperti persepsi, pendapat, motivasi, serta nilai-nilai yang diyakini oleh karyawan. Oleh karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menelaah, mereduksi, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi tema-tema atau pola-pola yang muncul

dari hasil wawancara dan observasi, kemudian menghubungkannya dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini, seperti teori motivasi kerja, teori insentif, dan teori perilaku organisasi.

Proses analisis data dilakukan secara berkelanjutan sejak data pertama kali dikumpulkan hingga seluruh proses penelitian selesai. Dalam tahap awal, peneliti melakukan reduksi data dengan menyaring informasi yang dianggap paling relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi atau deskripsi yang menggambarkan fenomena secara rinci dan kontekstual. Penyajian data dilakukan dengan menampilkan kutipan langsung dari informan, deskripsi situasi, serta catatan lapangan dari hasil observasi. Setelah itu, peneliti melakukan interpretasi dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola yang ditemukan di lapangan. Kesimpulan tidak ditarik secara tergesa-gesa, melainkan melalui proses reflektif dan triangulasi data, yaitu dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber untuk memastikan keabsahan informasi yang diperoleh.

Triangulasi data dilakukan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian. Dalam hal ini, peneliti membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumen yang tersedia untuk menemukan kesesuaian atau inkonsistensi informasi. Jika terdapat perbedaan data antara satu sumber dengan sumber lainnya, peneliti akan melakukan klarifikasi lebih lanjut dengan informan atau menelusuri kembali dokumen pendukung yang relevan. Triangulasi juga dilakukan melalui diskusi dengan sesama peneliti atau pembimbing akademik guna memperoleh masukan dan kritik terhadap proses serta hasil analisis yang telah dilakukan. (Sudaryana, B., & Agusiady, 2022).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Pemberian Insentif yang diterapkan oleh PT Yuasa Battery Indonesia dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan

Menurut Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021) Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Strategi pemberian insentif yang diterapkan oleh PT Yuasa Battery Indonesia dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan merupakan salah satu pendekatan manajerial yang memiliki dimensi penting dalam praktik pengelolaan sumber daya manusia modern. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memaksimalkan produktivitas, tetapi juga harus mampu menciptakan iklim kerja yang kondusif, yang dapat mendukung karyawan dalam bekerja secara optimal. Oleh karena itu, pemberian insentif menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan, termasuk PT Yuasa Battery Indonesia, guna memastikan bahwa semangat kerja dan loyalitas karyawan tetap terjaga. (Wawancara, 2025)

Secara umum, insentif merupakan bentuk penghargaan atau kompensasi tambahan di luar gaji pokok yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai imbalan atas pencapaian tertentu atau kontribusi spesifik terhadap kinerja perusahaan. Insentif ini bisa berupa materi seperti uang tunai, bonus, tunjangan, maupun dalam bentuk non-materi seperti pengakuan, penghargaan simbolis, fasilitas tambahan, hingga peluang pengembangan karier. PT Yuasa Battery Indonesia menyadari pentingnya insentif sebagai salah satu alat strategis untuk mendorong kinerja karyawan, dan karenanya mengembangkan pendekatan yang menyeluruh, terstruktur, dan berdasarkan teori motivasi yang telah terbukti relevan dalam

dunia kerja.

Jenis dan bentuk strategi insentif yang diterapkan oleh PT Yuasa Battery Indonesia mencerminkan pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dasar dan psikologis para karyawan. Perusahaan memberikan insentif dalam berbagai bentuk, seperti bonus kinerja yang berkaitan langsung dengan pencapaian target individu maupun tim, tunjangan transportasi dan makan yang berfungsi sebagai bentuk kompensasi tambahan atas kebutuhan operasional sehari-hari, serta fasilitas seperti asuransi kesehatan dan sarana olahraga yang ditujukan untuk menunjang kesejahteraan fisik dan mental karyawan. Strategi ini sejalan dengan teori motivasi dua faktor dari Frederick Herzberg, yang membedakan antara faktor motivator dan hygiene. Faktor motivator, seperti pencapaian, pengakuan, dan tanggung jawab, merupakan elemen yang benar-benar dapat meningkatkan motivasi kerja. Sementara itu, faktor hygiene seperti kondisi kerja, gaji, dan kebijakan perusahaan meskipun tidak secara langsung memotivasi, namun jika tidak dipenuhi dapat menyebabkan ketidakpuasan kerja. Dengan memberikan kombinasi antara kedua faktor ini, PT Yuasa Battery Indonesia menciptakan sistem insentif yang tidak hanya menghindari ketidakpuasan tetapi juga membangkitkan semangat kerja yang lebih tinggi. (Observasi, 2025)

Strategi insentif yang berbasis pada pencapaian target atau performance-based incentive juga menjadi bagian penting dari pendekatan PT Yuasa Battery Indonesia. Sistem ini menempatkan kinerja sebagai indikator utama dalam penentuan insentif, di mana karyawan yang berhasil memenuhi atau bahkan melampaui target yang telah ditetapkan akan menerima bonus atau bentuk penghargaan lainnya. Pendekatan ini mengacu pada teori Reinforcement dari B.F. Skinner, yang menyatakan bahwa perilaku yang diikuti oleh konsekuensi positif akan lebih mungkin diulang di masa mendatang. Dalam konteks ini, insentif bertindak sebagai penguat (reinforcer) terhadap perilaku kerja produktif. Penelitian yang dilakukan pada distributor resmi Yuasa, yakni PT Riau Indotama Abadi di Pekanbaru, menunjukkan bahwa insentif berbasis target memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan. Temuan empiris tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam pemberian insentif dapat meningkatkan kinerja karyawan sebesar 2,212 satuan, dengan kontribusi sebesar 85,6%. Data ini memberikan validasi ilmiah bahwa strategi insentif berbasis kinerja tidak hanya efektif, tetapi juga sangat berdaya guna dalam konteks dunia kerja nyata.

Selain berbasis pada kinerja, PT Yuasa Battery Indonesia juga memperhatikan aspek kebutuhan individual karyawan dalam merancang sistem insentif. Perusahaan memahami bahwa karyawan bukan hanya mesin produktif, tetapi manusia dengan kebutuhan yang kompleks dan beragam. Oleh karena itu, perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan ekonomi melalui bonus dan tunjangan, serta kebutuhan sosial dan kesehatan melalui fasilitas-fasilitas tambahan seperti ruang olahraga, asuransi kesehatan, dan kegiatan-kegiatan pengembangan diri. Pendekatan ini selaras dengan teori kebutuhan Abraham Maslow yang mengklasifikasikan kebutuhan manusia ke dalam lima tingkatan, mulai dari kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan, hingga aktualisasi diri. Dengan menyediakan bentuk insentif yang dapat menjangkau berbagai tingkat kebutuhan tersebut, perusahaan dapat menciptakan motivasi yang lebih stabil dan berkelanjutan. Penelitian-penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa pemberian insentif yang disesuaikan dengan kebutuhan karyawan dan dilakukan secara adil serta transparan mampu meningkatkan loyalitas dan semangat kerja secara signifikan.

Motivasi kerja merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan produktivitas dan keberhasilan operasional perusahaan. Dalam hal ini, insentif yang dirancang dan diberikan secara tepat dapat menjadi sumber motivasi baik internal maupun eksternal bagi karyawan. Insentif eksternal seperti bonus dan tunjangan mampu memberikan motivasi jangka pendek dengan meningkatkan daya tarik pekerjaan, sedangkan insentif non-materi seperti pengakuan,

peluang pelatihan, dan iklim kerja yang suportif mampu menciptakan motivasi jangka panjang yang lebih mendalam. Di PT Yuasa Battery Indonesia, kombinasi antara keduanya tampak diterapkan secara seimbang. Penelitian yang dilakukan di jaringan distribusi Yuasa menegaskan bahwa insentif merupakan salah satu faktor motivasi utama yang mendorong karyawan untuk bekerja sesuai dengan standar perusahaan. Motivasi yang tinggi berdampak langsung pada peningkatan produktivitas, efisiensi kerja, dan loyalitas terhadap perusahaan.

Namun, dalam implementasinya, strategi pemberian insentif juga menghadapi tantangan tersendiri, terutama terkait aspek keadilan dan transparansi. Perusahaan perlu memastikan bahwa sistem insentif yang diterapkan tidak menimbulkan kecemburuan sosial, ketidakpuasan, atau bahkan konflik antar karyawan. Persepsi ketidakadilan dalam pemberian insentif dapat menjadi faktor yang menurunkan motivasi dan kinerja, meskipun insentif itu sendiri memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki sistem evaluasi kinerja yang objektif, terukur, dan diterima oleh semua pihak. Proses penilaian kinerja harus dilakukan secara konsisten, dan karyawan harus diberi pemahaman yang cukup mengenai bagaimana penilaian dilakukan serta bagaimana insentif ditentukan. Prinsip transparansi ini akan menciptakan rasa keadilan dan mendorong iklim kerja yang lebih sehat.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa sistem insentif yang adil dan transparan mampu mengurangi tingkat turnover (pergantian karyawan) dan meningkatkan retensi (kesetiaan) karyawan. Dalam jangka panjang, hal ini tentu sangat menguntungkan bagi perusahaan karena dapat mengurangi biaya rekrutmen dan pelatihan, sekaligus mempertahankan tenaga kerja berpengalaman yang telah memahami budaya dan sistem kerja perusahaan. Dalam konteks PT Yuasa Battery Indonesia, strategi insentif yang dirancang untuk memenuhi prinsip keadilan ini menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap stabilitas SDM dan kelangsungan operasional perusahaan.

Dalam konteks perusahaan manufaktur seperti PT Yuasa Battery Indonesia, tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi insentif tidak hanya berasal dari aspek internal, tetapi juga dari faktor eksternal seperti fluktuasi pasar, keterbatasan anggaran, serta dinamika tenaga kerja. Misalnya, ketika kondisi pasar sedang tidak stabil atau perusahaan mengalami penurunan pendapatan, maka kemungkinan untuk memberikan insentif dalam bentuk tunai akan menjadi terbatas. Dalam situasi seperti ini, perusahaan perlu mengembangkan alternatif insentif non-materi yang tetap mampu memberikan motivasi, seperti penghargaan simbolis, program pelatihan, atau kesempatan promosi. Penyesuaian strategi insentif dengan kondisi aktual perusahaan juga menjadi hal penting agar sistem tetap berjalan secara berkelanjutan dan tidak menimbulkan ekspektasi yang tidak realistis di kalangan karyawan. (Observasi, 2025)

Komunikasi yang efektif juga menjadi bagian integral dalam keberhasilan strategi insentif. Karyawan perlu diberi informasi yang jelas mengenai mekanisme pemberian insentif, kriteria penilaian, serta waktu pelaksanaan. Komunikasi yang terbuka akan mencegah terjadinya miskomunikasi atau kesalahpahaman yang dapat mengganggu iklim kerja. Selain itu, keterlibatan karyawan dalam proses evaluasi dan penyusunan sistem insentif juga dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan. Ketika karyawan merasa bahwa suara mereka didengar dan dihargai, maka mereka akan lebih termotivasi untuk berkontribusi secara maksimal dalam pencapaian tujuan organisasi.

Secara keseluruhan, strategi pemberian insentif yang diterapkan oleh PT Yuasa Battery Indonesia menunjukkan pendekatan yang holistik dan terintegrasi. Perusahaan tidak hanya mengandalkan satu jenis insentif, tetapi memadukan berbagai bentuk insentif materi dan non-materi yang dirancang sesuai dengan kebutuhan, kinerja, dan kondisi karyawan. Strategi ini juga mempertimbangkan konteks organisasi, teori-teori motivasi, serta temuan-temuan dari

penelitian terdahulu yang relevan. Dengan menerapkan prinsip keadilan, transparansi, dan keberlanjutan dalam sistem insentif, perusahaan mampu menciptakan lingkungan kerja yang produktif, sehat, dan berorientasi pada kinerja.

Implikasi dari strategi insentif ini tidak hanya dirasakan dalam peningkatan motivasi dan kinerja karyawan secara individual, tetapi juga berdampak positif pada performa kolektif tim dan organisasi secara keseluruhan. Ketika karyawan merasa dihargai dan termotivasi, maka mereka cenderung bekerja lebih efisien, lebih loyal, dan lebih bersedia untuk berinovasi. Di tengah tantangan globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, memiliki sumber daya manusia yang termotivasi dan produktif menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang sangat penting. Oleh karena itu, strategi pemberian insentif yang terstruktur dan berbasis pada prinsip-prinsip ilmiah, seperti yang diterapkan oleh PT Yuasa Battery Indonesia, dapat dijadikan model atau referensi yang berharga bagi perusahaan lain dalam merancang kebijakan SDM yang efektif dan berkelanjutan.

2. Efektivitas Komunikasi Dan Sosialisasi Program Insentif di PT Yuasa Battery Indonesia Dalam Mempengaruhi Pemahaman Dan Penerimaan Karyawan

Efektivitas komunikasi dan sosialisasi program insentif di PT Yuasa Battery Indonesia merupakan salah satu aspek krusial yang secara langsung berpengaruh terhadap pemahaman, penerimaan, dan pada akhirnya, motivasi serta kinerja karyawan. Dalam organisasi modern, strategi insentif tidak hanya dilihat dari besaran atau bentuk kompensasi yang diberikan, melainkan juga bagaimana informasi mengenai insentif tersebut disampaikan, dijelaskan, dan dipahami oleh seluruh jajaran karyawan. Dalam konteks ini, komunikasi yang baik bukan hanya menjadi alat penyampaian, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan karyawan.

Komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya dalam program-program penting seperti insentif, haruslah terstruktur, konsisten, dan bersifat menyeluruh agar semua pihak mendapatkan informasi yang sama. PT Yuasa Battery Indonesia diduga menggunakan pendekatan komunikasi formal dalam menyosialisasikan program insentif kepada karyawannya. Metode-metode seperti rapat resmi, pengumuman manajemen secara langsung, pembagian booklet atau memo kebijakan insentif, serta presentasi dalam pertemuan rutin perusahaan menjadi media utama yang digunakan untuk memastikan setiap karyawan mengetahui bahwa program insentif tersedia, apa saja syaratnya, bagaimana cara menghitungnya, serta kapan dan dalam bentuk apa insentif diberikan. Pendekatan formal ini penting untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran informasi yang bisa memicu salah persepsi, yang dalam jangka panjang bisa berdampak pada hubungan kerja dan iklim organisasi. (Wawancara, 2025)

Kunci dari efektivitas komunikasi ini bukan hanya pada metode penyampaiannya, tetapi juga pada aspek transparansi. Transparansi adalah nilai yang sangat penting dalam konteks program insentif karena menyangkut persepsi keadilan di antara para karyawan. Ketika sebuah perusahaan menyampaikan informasi insentif dengan cara yang terbuka dan dapat diverifikasi, maka hal itu akan menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan dari karyawan bahwa sistem yang dijalankan benar-benar objektif dan adil. PT Yuasa Battery Indonesia kemungkinan besar telah menyusun mekanisme pemberian insentif secara rinci dan mempublikasikannya kepada seluruh karyawan dalam bentuk tertulis dan lisan. Penjelasan mengenai indikator kinerja yang digunakan, bobot penilaian, serta prosedur evaluasi kemungkinan disampaikan dalam berbagai forum, baik saat onboarding karyawan baru maupun pada pertemuan rutin tahunan atau kuartalan.

Program insentif yang komunikasinya jelas dan transparan memungkinkan karyawan untuk merumuskan harapan yang realistis terhadap hasil kerja mereka. Jika mereka tahu bahwa pencapaian target tertentu akan membawa bonus dalam bentuk finansial atau fasilitas tertentu, maka mereka akan termotivasi untuk bekerja secara terarah. Hal ini

secara tidak langsung menciptakan self-management dalam diri karyawan, yang kemudian memperkuat budaya kerja berbasis hasil (performance-oriented culture). Dengan kata lain, komunikasi yang baik bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengarahkan perilaku dan membentuk sikap kerja yang produktif.

Sosialisasi yang dilakukan secara terstruktur juga memiliki peran penting dalam membangun pemahaman dan penerimaan terhadap program insentif. Sebagaimana diketahui, penerimaan terhadap suatu kebijakan perusahaan tidak selalu datang secara otomatis. Banyak faktor yang mempengaruhi penerimaan ini, mulai dari pengalaman masa lalu, pengaruh lingkungan kerja, hingga persepsi terhadap keadilan organisasi. Dalam hal ini, sosialisasi berfungsi sebagai media untuk menjembatani antara niat manajemen dalam memberikan insentif dan persepsi karyawan terhadap program tersebut. Jika komunikasi dilakukan dengan baik, maka sosialisasi akan berjalan efektif, dan karyawan dapat menerima program insentif bukan hanya sebagai kebijakan perusahaan, tetapi sebagai bentuk penghargaan terhadap kerja keras mereka.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya, A. (2021) pada distributor resmi produk baterai Yuasa, seperti di PT Riau Indotama Abadi di Pekanbaru, menunjukkan bahwa komunikasi yang baik terkait program insentif terbukti mampu meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan secara signifikan. Walaupun konteks penelitian berada di distributor, temuan tersebut memiliki relevansi kuat dengan kondisi di PT Yuasa Battery Indonesia sebagai produsen utama. Keduanya berada dalam jaringan ekosistem bisnis yang sama dan memiliki struktur organisasi yang tidak jauh berbeda. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa hasil positif dari komunikasi insentif di distributor kemungkinan besar juga terjadi di pusat produksi, dengan catatan bahwa metode komunikasi dan sosialisasi dijalankan secara optimal.

Namun demikian, jika komunikasi mengenai program insentif dilakukan secara kurang efektif, dampaknya bisa sangat kontraproduktif. Ketidakjelasan dalam penyampaian informasi mengenai kriteria penilaian, prosedur pemberian insentif, atau tidak konsistennya pelaksanaan kebijakan bisa memunculkan ketidakpuasan. Lebih jauh lagi, jika informasi mengenai insentif hanya diketahui oleh sebagian kecil karyawan atau tidak disampaikan secara transparan, maka dapat memunculkan persepsi diskriminasi atau ketidakadilan. Ketika karyawan merasa bahwa proses pemberian insentif tidak fair, maka motivasi kerja bisa menurun drastis, bahkan menimbulkan rasa frustrasi yang berujung pada peningkatan turnover atau perpindahan karyawan ke perusahaan lain yang dianggap memberikan penghargaan lebih layak.

Persepsi negatif terhadap keadilan dalam sistem insentif juga bisa memengaruhi suasana kerja secara keseluruhan. Ketika beberapa karyawan merasa diperlakukan tidak adil, maka hubungan antar rekan kerja bisa menjadi renggang, munculnya gossip di lingkungan kerja meningkat, dan solidaritas tim menurun. Semua hal tersebut sangat bertentangan dengan semangat kolektif yang ingin dibangun perusahaan dalam mengejar target produksi dan efisiensi operasional. Oleh karena itu, komunikasi dan sosialisasi program insentif bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk budaya kerja dan iklim psikologis yang sehat.

Untuk mengatasi potensi permasalahan tersebut dan meningkatkan efektivitas komunikasi, PT Yuasa Battery Indonesia sebaiknya memanfaatkan teknologi digital sebagai media komunikasi dan sosialisasi yang lebih luas dan interaktif. Dengan adanya platform digital seperti intranet perusahaan, aplikasi internal, atau bahkan grup komunikasi khusus di media sosial kerja seperti Microsoft Teams atau Slack, perusahaan dapat menyampaikan informasi terkait program insentif secara real-time dan terdokumentasi dengan baik. Penggunaan teknologi ini juga memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara karyawan dan manajemen, sehingga segala pertanyaan,

masukan, atau ketidakpahaman terkait program insentif dapat ditanggapi dengan cepat dan efektif.

Selain itu, proses feedback dari karyawan juga sangat penting dalam mengevaluasi efektivitas program insentif. Perusahaan dapat melakukan survei periodik atau diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk mengetahui sejauh mana karyawan memahami dan menerima program tersebut. Hasil dari feedback ini dapat digunakan untuk melakukan penyempurnaan dalam sistem komunikasi maupun desain program insentif itu sendiri. Komitmen manajemen dalam menerima kritik dan saran dari karyawan menjadi salah satu indikator bahwa perusahaan benar-benar menghargai peran serta dan aspirasi tenaga kerjanya.

Manajemen yang responsif terhadap kekhawatiran dan pertanyaan karyawan juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan efektivitas komunikasi. Tidak jarang, kebijakan yang baik secara konsep bisa gagal dalam pelaksanaan hanya karena tidak ada komunikasi lanjutan atau tidak adanya penjelasan yang cukup. Dalam hal ini, kehadiran pimpinan unit kerja atau HRD dalam menjawab pertanyaan seputar insentif harus selalu dijaga. Dialog terbuka antara atasan dan bawahan juga akan memupuk kepercayaan serta menumbuhkan persepsi bahwa perusahaan benar-benar peduli terhadap kesejahteraan dan motivasi karyawan.

Dari hasil wawancara dan analisis, terlihat bahwa keberhasilan program insentif bukan hanya ditentukan oleh besarnya kompensasi yang diberikan, tetapi juga sejauh mana karyawan memahami, menerima, dan merasa terlibat dalam program tersebut. Ketika karyawan merasa menjadi bagian dari sistem dan mengetahui secara jelas bagaimana mereka bisa mendapatkan penghargaan, maka mereka akan lebih antusias dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Mereka akan bekerja dengan orientasi hasil, menunjukkan loyalitas yang tinggi, dan memiliki semangat untuk terus berkembang bersama perusahaan. (wawancara, 2025)

Sebaliknya, jika komunikasi dan sosialisasi dilakukan secara setengah hati, tanpa kejelasan dan keterbukaan, maka program insentif bisa menjadi sumber konflik dan ketidakpuasan. Hal ini tentunya bertolak belakang dengan tujuan awal pemberian insentif, yaitu untuk meningkatkan motivasi dan kinerja. Oleh karena itu, perusahaan harus menempatkan komunikasi sebagai elemen inti dalam manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam pengelolaan program-program penghargaan seperti insentif.

Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi dan sosialisasi program insentif di PT Yuasa Battery Indonesia sangat menentukan dalam mempengaruhi pemahaman dan penerimaan karyawan terhadap program tersebut. Ketika komunikasi dilakukan secara terbuka, konsisten, dan interaktif, maka karyawan tidak hanya memahami isi program tetapi juga menerima dan meresponsnya secara positif. Dalam jangka panjang, hal ini akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis, produktif, dan kompetitif, yang pada akhirnya berkontribusi langsung terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Pengalaman di distributor resmi Yuasa di Indonesia semakin menegaskan pentingnya komunikasi dalam pengelolaan insentif. Meskipun konteks organisasi berbeda, namun nilai dan prinsip yang berlaku tetap sama: bahwa karyawan adalah aset utama perusahaan yang perlu diperlakukan dengan adil, dihargai secara layak, dan dilibatkan dalam setiap proses yang berkaitan dengan kesejahteraannya. Maka dari itu, efektivitas komunikasi dan sosialisasi bukan hanya tugas dari bagian HRD atau manajemen puncak, tetapi menjadi tanggung jawab bersama seluruh lini organisasi. Hanya dengan pendekatan yang kolaboratif dan komunikatif, program insentif bisa benar-benar menjadi alat strategis untuk mendorong motivasi, meningkatkan kinerja, dan membangun budaya kerja unggul di PT Yuasa Battery Indonesia.

D. Kesimpulan dan Saran

Strategi pemberian insentif di PT Yuasa Battery Indonesia, dapat disimpulkan bahwa perusahaan menerapkan kombinasi strategi insentif berupa bonus kinerja, tunjangan, serta fasilitas non-material yang diarahkan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Strategi ini dirancang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi karyawan, tetapi juga kebutuhan sosial dan psikologis, sejalan dengan teori motivasi seperti Maslow dan Herzberg. Dengan mengaitkan pemberian insentif pada pencapaian target, perusahaan berhasil menciptakan sistem penghargaan yang mendorong produktivitas dan loyalitas karyawan. Ketepatan dalam menyesuaikan insentif dengan kebutuhan serta tujuan perusahaan menjadikan strategi ini sebagai elemen penting dalam pengelolaan sumber daya manusia secara efektif.

efektivitas komunikasi dan sosialisasi program insentif juga berperan besar dalam menentukan pemahaman dan penerimaan karyawan terhadap program tersebut. PT Yuasa Battery Indonesia menggunakan metode komunikasi formal dan transparan untuk memastikan seluruh karyawan memahami sistem dan mekanisme insentif secara jelas. Sosialisasi yang dilakukan secara konsisten dan terbuka terbukti memperkuat respon positif karyawan terhadap program, meningkatkan kepercayaan, dan meminimalkan potensi konflik internal. Namun, jika komunikasi dilakukan secara kurang efektif, dapat menimbulkan persepsi ketidakadilan yang berdampak negatif pada motivasi. Oleh karena itu, peran komunikasi yang strategis, interaktif, dan partisipatif menjadi kunci keberhasilan program insentif dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

Saran

Dengan memberikan berbagai jenis insentif PT Yuasa tidak hanya memperkuat posisinya sebagai market leader, tetapi juga memperluas ekosistem industri, membangun kolaborasi strategis, dan mendukung target *Net Zero Emission (NZE)* nasional yang dipercepat menjadi 2050. Berdasarkan hasil pengamatan terhadap sistem insentif di PT Yuasa Battery Indonesia berikut adalah saran dan rekomendasi yang dapat diadopsi oleh karyawan dan perusahaan lain untuk mengembangkan program insentif yang efektif:

- Untuk karyawan manfaatkan program pengembangan karir yang ditawarkan perusahaan. Jangan terlena dengan besarnya gaji dan insentif. Tetap menjaga etos kerja, disiplin, dan komitmen terhadap target Perusahaan. Ikuti pelatihan dan pengembangan keterampilan agar tetap relevan berkarir jangka panjang dan berdaya saing tinggi.
- Perusahaan lain dapat meniru keberhasilan PT Yuasa Battery Indonesia dengan memadukan insentif finansial dan nonfinansial, mengutamakan transparansi dalam penilaian kinerja, serta memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan secara menyeluruh. Karena pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan motivasi, loyalitas, dan produktivitas kerja.

Daftar Pustaka

- Almaududi, S., Syukri, M., & Astuti, C. P. (2021). Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Mexicana Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 96-102.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., ... & Sinthania, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Rizky, A. F., & Sabir, M. (2023). Marketing Strategy To Increase Sales Of Yuasa Battery Brand At CV Harkat Fawwaz Sejahtera. *Journal Of Business And Entrepreneurship*, 11(1), 74-92.

- Sinaga, S. (2020). Peranan Balas Jasa Dan Insentif Terhadap Motivasi Kerja Pada PT. Sony Gemerlang Medan. *Jurnal Darma Agung*, 28(1), 132-144.
- Sinuhaji, Y. A. (2025). Penerapan Teori Kepuasan Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Perusahaan Ritel: Pendekatan Psikologi Industri. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(5), 2454-2469.
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Ejurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Wardani, N. A., Faiz, N., Vitasari, W., Saputra, Y., & Muftiyanto, T. N. (2025, April). PENGARUH STRATEGI PERENCANAAN PEMASARAN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG MODERN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI MASA KINI. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi* (Vol. 5, No. 1, Pp. 149-156).
- Wijaya, A. (2021). Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Distributor Produk Baterai Yuasa Pada PT. Riau Indotama Abadi Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau).