

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kemampuan sumber daya manusia dalam suatu organisasi akan sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan. Oleh karena itu, setiap organisasi senantiasa berupaya meningkatkan kualitas dan kemampuan sumber daya manusianya. Manusia merupakan sumber daya yang paling penting bagi suatu organisasi, karena keberadaan mereka menjadi faktor utama dalam menjalankan berbagai aktivitas operasional. Organisasi memerlukan sumber daya manusia yang handal dan terampil agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Untuk itu dibutuhkan suatu pengelolaan yang optimal terhadap sumber daya manusia, yang dalam konteks organisasi dikenal dengan istilah Manajemen Sumber Daya Manusia.¹

Manajemen sumber daya manusia merupakan serangkaian keputusan terintegrasi dengan hubungan kepegawaian yang mempengaruhi efektivitas kinerja karyawan dan organisasi secara keseluruhan. Manajemen ini mencakup berbagai aktivitas yang dirancang agar sumber daya manusia dapat digunakan secara optimal dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.²

Ketika karyawan menjalankan tugas dan tanggungjawabnya, mereka menghasilkan apa yang disebut dengan kinerja. Menurut penelitian Naharuddin dan Sadegi yang dikutip oleh Lyta Lestary, kinerja karyawan sangat dipengaruhi

¹ Agus Wahyudi, dkk, “Strategi Peningkatan Motivasi Kerja Melalui Pemberian Incentif Material dan Non Material”, *Jurnal Manajemen Visionist* 3, no. 2 (September 2014): 116.

² Nurani, “Pengaruh Pemberian Incentif terhadap kinerja karyawan Departemen Penjualan CV Logam Indonesia Di Tulungagung”, *Jurnal Benefit* 2, no. 1 (Juli 2015): 2

oleh keinginan mereka sendiri dan keterbukaan dalam bekerja baik secara pribadi maupun dengan orang lain. Kinerja ini dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup pengetahuan, keterampilan, kemampuan, motivasi kerja, serta kepribadian, sikap, dan perilaku yang mempengaruhi cara mereka bekerja. Faktor eksternal meliputi gaya kepemimpinan yang baik hubungan antar karyawan dan lingkungan kerja.³

Dalam hal ini, peran kepemimpinan menjadi unsur penting yang tidak dapat dipisahkan dari upaya peningkatan kinerja karyawan. Seorang pemimpin berperan sebagai pengendali organisasi dan berpengaruh dalam proses perubahan serta pencapaian visi bersama. Kepemimpinan yang efektif ditunjukkan melalui kemampuannya dalam membina hubungan dengan bawahan, memberikan motivasi dan mempengaruhi cara kerja tim. Kepemimpinan yang baik akan berjalan optimal apabila didukung oleh gaya kepemimpinan yang mampu meningkatkan semangat motivasi kerja karyawan.⁴

Motivasi pada dasarnya merupakan dorongan dari dalam maupun luar diri seseorang yang menggerakkan mereka untuk mencapai tujuan tertentu.⁵ Motivasi kerja yang baik akan mendorong karyawan bekerja lebih giat dan maksimal.⁶ Beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi di antaranya adalah gaji, bonus,

³ Lyta Lestary, dkk, “Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan”, *Jurnal Riset Bisnis & Investasi* 3, no. 2 (Agustus 2017): 95

⁴ Sugeng Widakdo, dkk, “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Pendidikan Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (DIKBUDPORA) Kabupaten Bima”, *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 3 (Juli 2022): 546

⁵ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi & Pengukurannya (Analisis di Bidang Pendidikan)* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 1

⁶ Ni Kadek Desy Yasinta Putri dkk, “Pengaruh Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance, Motivasi, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 21, no. 2 (November 2017): 1669

tunjangan, keamanan kerja, dan kesempatan untuk naik jabatan. Tanpa motivasi yang memadai, karyawan cenderung bekerja seadanya. Oleh karena itu, motivasi menjadi aspek yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja individu dalam lingkungan kerja.

Salah satu bentuk motivasi yang umum digunakan perusahaan adalah pemberian insentif. Menurut Pangabean dalam buku manajemen sumber daya manusia, insentif merupakan imbalan langsung yang diberikan kepada karyawan atas kinerjanya yang melebihi standar yang ditetapkan. Bagi sebagian besar karyawan uang tetap menjadi motivasi utama meningkatkan kinerja dalam mendorong kinerja karyawan yang lebih baik, orang yang produktif lebih suka dibayar sesuai dengan pekerjaannya.⁷ Sementara itu, menurut Mangkunegara dalam buku manajemen sumber daya manusia tujuan pemberian insentif ini adalah meningkatkan produktivitas karyawan dan membantu karyawan menjaga produktivitas di perusahaan. Pemberian insentif dapat menciptakan kepercayaan, menciptakan persepsi keadilan dan evaluasi yang objektif untuk memberikan penghargaan kepada karyawan.⁸

Memberikan insentif merupakan aspek penting bagi perusahaan, motivasi karyawan juga dapat dipengaruhi oleh jumlah insentif yang diberikan. Apabila perusahaan memberikan insentif yang sesuai, hal tersebut akan meningkatkan kinerja karyawan. Kinerja merujuk pada hasil dan perilaku kerja yang sesuai dengan peran karyawan dalam organisasi dalam jangka waktu tertentu. Kinerja

⁷ Noor Arifin, *Manajemen Sumberdaya Manusia: Teori dan Kasus* (Jepara: Unisnu Press, 2023),107

⁸ Nur Cahyadi dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Indramayu: Cv. Adanu Abimata, 2022),110

yang baik sangat penting dalam meningkatkan produktivitas, dan memberikan insentif kepada karyawan adalah salah satu cara terbaik untuk mendorong mereka meningkatkan kinerjanya yang lebih besar.⁹

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan strategi pemberian insentif secara konsisten adalah Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) yang berlokasi di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. Perusahaan ini dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki keunikan dan peneliti tertarik dengan pembahasan insentif yang tidak diterapkan di pusat oleh-oleh yang lain. Selain menjual aneka oleh-oleh khas Kediri seperti tahu takwa dan getuk pisang, GTT juga menyediakan fasilitas rest area, toilet, dan mushola untuk pengunjung yang menjadikannya lebih unggul dari pusat oleh-oleh yang lain. Lokasinya sangat strategis, hanya sekitar 2,5 km dari Kantor Pemerintah Kabupaten Kediri. Lokasinya berada di jalur alternatif Kediri-Surabaya sehingga memudahkan pengendara untuk beristirahat sejenak. Di tempat ini pengunjung juga bisa menggunakan toilet dan beribadah di mushola yang tersedia, sehingga mereka bisa beristirahat dengan nyaman tanpa khawatir meninggalkan sholat. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan kuliner tahu di Kabupaten Kediri dan berada di jalur alternatif Kediri-Surabaya, menjadikan GTT ramai dikunjungi wisatawan terutama di akhir pekan.

⁹ Neneng Musyrifatul Amelia dkk, "Analisis Sistem Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT. Berbinar Insightful Indonesia", *Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi* 2, no. 2 (Maret 2024): 23

Tabel 1.1
Perbandingan Pusat Oleh- Oleh Kediri

No.	Nama	Tempat	Jenis Insentif
1.	Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa (GTT)	Jl. Pamenang No. 01, Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri	1. Insentif Ekstrinsik 2. Insentif Intrinsik
2.	Pusat Oleh-Oleh Rumah Madumongso Kediri	Jl. Pare-Wates, Sumontoro, Plosor Lor, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri	1. Insentif Intrinsik
3.	Toko Oleh-Oleh Rahayu	Jl. Rajawali No. 182, Dadapan, Tawang, Kec. Wates, Kabupaten Kediri	1. Insentif Intrinsik

Sumber: Data diolah oleh peneliti melalui observasi tanggal 11 Juni 2025

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa Pusat Oeh-Oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) lebih unggul dibandingkan dua tempat lainnya karena menerapkan dua jenis insentif secara sekaligus, yaitu insentif ekstrinsik dan insentif intrinsik. Sementara itu Rumah Madumongso dan Toko Oleh-Oleh Rahayu hanya memberikan insentif instrinsik, tanpa dukungan insentif ekstrinsik. Hal ini menunjukkan bahwa GTT memiliki cara yang lebih lengkap dalam memberikan penghargaan kepada karyawan, karena tidak hanya memberikan motivasi kerja, tetapi juga dukungan finansial secara langsung.

Perusahaan ini selain sebagai wadah dalam menampung dan memasarkan hasil-hasil UMKM juga dijadikan sebagai lokasi tujuan wisatawan saat mereka mencari oleh-oleh khas Kediri. Beberapa produk yang dijual sangat banyak seperti olahan tahu dan lainnya, seperti tahu goreng pong, stik tahu, gethuk pisang dan masih banyak produk olahan tahu lainnya. Selain itu produk-produk berkualitas juga ditawarkan oleh UMKM Kediri. Sementara itu GTT berkembang menjadi

destinasi pusat oleh-oleh sehingga tidak heran jika jumlah pengunjung terus meningkat terutama di akhir pekan.

Keunggulan lainnya dari GTT adalah penerapan sistem insentif kepada karyawan yang tidak diterapkan di pusat oleh-oleh lainnya. GTT memberikan insentif secara berkala dengan jadwal yang telah ditentukan, yakni setiap bulan, akhir tahun, dan pada hari raya (terpisah dari Tunjangan Hari Raya (THR)). Strategi ini bertujuan untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih produktif dan berkontribusi dalam meningkatkan penjualan perusahaan. Dengan sistem insentif tersebut, karyawan terdorong untuk menjaga kinerja yang baik, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada peningkatan pelayanan dan penjualan produk.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti kemudian menjadikan data perbandingan penjualan dari tiga tempat. Perbandingan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pemberian insentif berkontribusi terhadap peningkatan penjualan masing-masing tempat, serta untuk menilai efektivitas strategi insentif yang diterapkan dalam mendukung produktivitas dan pencapaian target perusahaan

Tabel 1.2
Perbandingan Data Penjualan Toko
Pusat Oleh-Oleh GTT, Pusat Oleh-Oleh Rumah Madumongso Kediri, Toko
Oleh-Oleh Rahayu

Nama Toko Oleh-Oleh	2022	2023	2024
Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa (GTT)	Rp 1.270.984.100	Rp 1.277.265.200	Rp 1.337.292.200
Pusat Oleh-Oleh Rumah Madumongso Kediri	Rp 762.590.460	Rp 766.359.120	Rp 802.375.320
Toko Oleh-Oleh Rahayu	Rp 635.492.050	Rp 638.632.600	Rp 668.646.100

Sumber: Data Hasil Wawancara dengan para pemilik Pusat Oleh-Oleh

Berdasarkan data penjualan dari tahun 2022 hingga 2024, Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) menunjukkan angka penjualan tertinggi dan peningkatan yang paling signifikan dibandingkan dua toko lainnya. GTT mengalami kenaikan dari Rp 1.270.984.100 di tahun 2022 dan meningkat menjadi Rp 1.277.265.200 di tahun 2023, selanjutnya menjadi Rp 1.337.292.000 di tahun 2024, mencerminkan pertumbuhan yang stabil setiap tahunnya. Sementara itu, Rumah Madumongso dan Toko Oleh-Oleh Rahayu juga mengalami peningkatan penjualan, namun dengan nominal dan persentase kenaikan yang lebih kecil. Ini menunjukkan bahwa GTT memiliki kinerja penjualan yang lebih unggul, kemungkinan dipengaruhi oleh strategi manajemen, kualitas produk, serta sistem insentif yang lebih lengkap dan efektif dalam mendorong produktivitas karyawan.

Pada pusat Oleh-Oleh GTT dalam meningkatkan penjualannya tidak hanya mengandalkan kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga menerapkan strategi pemberian insentif kepada karyawan. Pemberian insentif ini terbukti sangat mempengaruhi kinerja karyawan dalam mencapai target penjualan. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan GTT yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, menunjukkan bahwa strategi insentif yang diterapkan berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan penjualan produk secara keseluruhan.

Tabel 1.3

Laporan Penjualan Pusat Oleh-Oleh GTT Tahun 2022-2024

No.	Tahun	Penjualan (Rp)
1.	2022	1.270.984.100

2.	2023	1.277.265.200
3.	2024	1.337.292.200

Sumber: Data Penjualan Pusat Oleh-Oleh GTT

Berdasarkan data penjualan dari tahun 2022 hingga 2024, terlihat adanya tren peningkatan yang konsisten. Peningkatan penjualan ini dapat diindikasikan sebagai hasil dari perbaikan kinerja karyawan yang didorong oleh penerapan strategi insentif yang efektif. Pemberian insentif terbukti menjadi salah satu faktor motivasi yang mendorong karyawan untuk bekerja lebih optimal, meningkatkan produktivitas, dan berkontribusi pada pencapaian target perusahaan. Kenaikan penjualan selama tiga tahun terakhir mencerminkan adanya hubungan positif antara pemberian insentif dengan kinerja karyawan dalam mendorong pertumbuhan penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk membahas dan meneliti lebih dalam mengenai strategi pemberian insentif dan dampaknya terhadap kinerja dan penjualan di perusahaan ini. Maka, penelitian ini mengambil judul: **“Strategi Pemberian Insentif Kepada Karyawan dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemberian insentif kepada karyawan di pusat oleh-oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri?

2. Bagaimana penjualan di pusat oleh-oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana strategi pemberian insentif kepada karyawan dalam meningkatkan penjualan di pusat oleh-oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemberikan insentif kepada karyawan di pusat oleh-oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri
2. Untuk mengetahui penjualan di pusat oleh-oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri
3. Untuk mengetahui strategi pemberian insentif kepada karyawan dalam meningkatkan penjualan di pusat oleh-oleh Gudange Tahu Takwa (GTT) di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mendalami topik tentang strategi pemberian insentif kepada karyawan dan bagaimana hal itu dapat meningkatkan penjualan

2. Secara Praktis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman baru tentang pentingnya strategi pemberian insentif dalam meningkatkan penjualan khususnya di pusat oleh-oleh GTT

b. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi karya ilmiah yang berharga, serta menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa dan peneliti di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri. Penelitian ini juga dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya mengenai strategi pemberian insentif dalam meningkatkan penjualan di pusat oleh-oleh GTT

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam mengembangkan keterampilan dalam melakukan penelitian, sekaligus menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang ini. Pengalaman yang diperoleh dari penelitian ini juga akan bermanfaat untuk penelitian-penelitian di masa mendatang

d. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran yang berguna bagi perusahaan khususnya pusat oleh-oleh GTT untuk lebih memahami dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi dorongan bagi perusahaan untuk lebih efektif dalam

memberikan insentif yang mampu memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik.

E. Definisi Konsep

1. Insentif

Insentif adalah tambahan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan selain dari gaji pokok mereka. Tujuan dari pemberian insentif ini adalah untuk memotivasi karyawan agar lebih aktif dan berusaha keras dalam pekerjaannya. Insentif ini diberikan sebagai bentuk penghargaan kepada karyawan yang berhasil melampaui target atau standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Insentif dapat berupa uang, barang, atau bahkan promosi jabatan dan biasanya diberikan kepada mereka yang menunjukkan kerja keras dan prestasi yang luar biasa.¹⁰

2. Kinerja

Kinerja adalah hasil dari apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Menurut Sutrisno dalam buku budaya organisasi dan peningkatan kinerja karyawan, kinerja karyawan dinilai dari beberapa aspek seperti jumlah dan kualitas hasil kerja waktu yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan, serta kemampuan bekerja sama dengan orang lain. Kinerja ini sangat penting karena menjadi ukuran seberapa efektif seorang karyawan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.¹¹

¹⁰ Noor Arifin, *Manajemen Sumberdaya Manusia: Teori, Studi Kasus, dan Solusi* (Jepara: Unisnu Press, 2023), 103

¹¹ Adding Rahman Sukmara, *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Karyawan* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 46

3. Penjualan

Menurut Sadeli yang dikutip oleh Darma Wijaya, penjualan adalah suatu tindakan untuk menukar barang atau jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau membeli barang yang ditawarkan sehingga kedua belak pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan.¹²

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan dan untuk menghindari pengulangan topik yang sama. Dalam menyusun penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang relevan di antaranya:

1. Skripsi Correna Moralisa Azminingtyas dari Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun 2024 “*Strategi Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Getuk Pisang Sari Madu Desa Ngadiluwih Kabupaten Kediri*”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi produk (*product*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik yaitu dengan memperhatikan indikator produk meliputi merek, kemasan, label, jaminan produk, dan daya tahan. 2) Strategi harga (*price*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik yaitu dengan menerapkan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga antar produk

¹² Darma Wijaya, dkk, “Prosedur Administrasi Penjualan *Bearing* Pada Usaha Jaya Teknika Jakarta Barat, *Jurnal Perspektif* XVI, no. 1 (Maret 2018): 27

sejenis. 3) Strategi tempat (*place*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik yaitu dengan menerapkan indikator saluran distribusi meliputi ketersediaan produk, jangkauan distribusi, dan tingkat kemudahan. 4) Strategi promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik dengan memperhatikan pesan promosi yang disampaikan, media promosi yang digunakan, dan waktu promosi.¹³

Persamaan skripsi ini dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas mengenai strategi dalam upaya peningkatan penjualan di perusahaan dan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya pada skripsi ini dan penelitian saya adalah jika skripsi ini fokus terhadap strategi marketing syariah dalam meningkatkan penjualannya sedangkan penelitian saya fokus ke strategi pemberian insentif kepada karyawan dan meningkatkan penjualannya.

2. Skripsi Hardianti Randi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare tahun 2022 yang berjudul “*Dampak Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di PT. PLN Bakaru (Perspektif Manajemen Keuangan Syariah)*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; Pertama, kinerja karyawan rata-rata sudah mencapai target malahan ada beberapa karyawan melebihi standar yang telah ditentukan dan karyawan dituntut untuk

¹³ Correna Moralisa Azminingtyas, *Strategi Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Getuk Pisang Sari Madu Desa Ngadiluwih Kabupaten Kediri*, Skripsi Sarjana, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2024

bekerja lebih baik lagi dan bagi karyawan yang telah mencapai target maka insentif yang diberikan cukup besar namun jika karyawan yang tidak mencapai target maka insentif yang diterima hanya sedikit, dan jumlah karyawan yang ada di PT. PLN UPDK Bakaru sebanyak 91 orang dan memikiki tugas dan pekerjaan masing-masing ;Kedua, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pemberian insentif terhadap karyawan yaitu, besarnya insentif, kinerja, lama kerja, keadilan, kebutuhan, evaluasi jabatan. Jika insentif yang diterima oleh karyawan cukup besar maka karyawab akan sangat bersemangat untuk kerja dan jika kinerja karyawan baik atau mencapai target maka insentif yang diperoleh culup besar kinerja karyawan sangat berpengaruh terhadap pemberian insentif tersebut. Ketiga, dampak pemberian insentif dalam meningkatkan kinerja karyawan sangatlah berdampak karena insentif dapat mendorong dan karyawan lebih motivasi untuk bekerja sehingga dapat meningkatkan kinerjanya dan akan menambah nilai dari perusahaan sendiri.¹⁴

Persamaan skripsi ini dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas mengenai pemberian insentif di suatu perusahaan dan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya pada skripsi ini dengan penelitian saya adalah jika skripsi ini lebih fokus pada dampak pemberian insentif dalam meningkatkan kinerja karyawannya sedangkan penelitian saya fokus terhadap strategi pemberian insentif kepada karyawan dalam meningkatkan penjualannya.

¹⁴ Hardianti Randi, *Dampak Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di PT.PLN Bakaru (Perspektif Manajemen Keuangan Syariah)*, Skripsi Sarjana, IAIN Parepare, 2022

3. Skripsi Mukamat Fais Nawawi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri tahun 2023 yang berjudul “*Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri)*”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon atau juga yang sering dikenal sebagai potongan harga merupakan alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen agar timbul keinginan calon konsumen untuk memberli barang atau jasa yang ditawarkan. Diskon merupakan pengurangan harga langsung yang diberikan atas transaksi pembelian yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi diskon pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri dan mengetahui peran strategi diskon dalam meningkatkan volume penjualan pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri.¹⁵

Persamaan skripsi ini dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas mengenai peningkatan penjualan di suatu perusahaan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan pada skripsi ini dengan penelitian saya adalah jika skripsi ini lebih fokus kepada peranan dari strategi diskon dalam meningkatkan volume penjualan sedangkan penelitian saya fokus ke strategi pemberian insentif kepada karyawan dalam meningkatkan penjualan

¹⁵ Mukamat Fais Nawawi, *Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri)*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2023

4. Skripsi Ahmad Ni'am Arafat dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri tahun 2024 yang berjudul *“Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”*.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Strategi diferensiasi produk yang diterapkan oleh CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) telah berhasil dalam meningkatkan omset penjualan. Strategi diferensiasi produk yang diterapkan tersebut antara lain: strategi bentuk produk, kualitas bahan baku yang digunakan, teknologi yang digunakan, cita rasa khas, ketahanan produk, gaya kemasan produk, antisipasi kerusakan produk, keunikan produk dan penetapan harga produk. Strategi diferensiasi produk yang diterapkan oleh CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) tersebut dapat memberikan pengaruh yang baik salah satunya ialah masyarakat dapat memenuhi keinginannya untuk bisa menikmati produk perusahaan dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau sedangkan perusahaan dapat meningkat omset penjualannya dari tahun ke tahun. 2) Strategi diferensiasi produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam meningkatkan omset penjualan yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sudah cukup baik. Strategi diferensiasi produk yang dilakukan oleh CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) yang sesuai dengan perspektif Islam antara lain strategi diferensiasi produk yang ditinjau dari aspek kehalalan produk yang diperjual belikan, kejujuran dalam proses produksi serta keadilan dalam

menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan daya beli masyarakat.¹⁶

Persamaan skripsi ini dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai penikatan omset penjualan di perusahaan yang sama yaitu di CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan pada skripsi ini dengan penelitian saya adalah jika skripsi ini lebih fokus kepada strategi diferensiasi produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam meningkatkan omset penjualan ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam, sedangkan penelitian saya fokus kepada strategi pemberian insentif kepada karyawan dalam meningkatkan penjualan.

5. Skripsi Sherdian Daryl Hakim dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri tahun 2022 yang berjudul *“Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi RM Nirwana Nganjuk Jl. K.H. Wahid Hasim 135 Nganjuk)”*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif yang diberikan kepada karyawan di RM Nirwana Nganjuk masuk dalam kategori cukup. Hubungan antara insentif dan kinerja karyawan memiliki nilai toleransi korelasi sebesar 0,535, yang menunjukkan hubungan yang cukup kuat, karena nilai tersebut berada dalam interval koefisien 0,40 – 0,599. Dari hasil analisis statistik, diperoleh nilai Sig. (two-tailed) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai korelasi Pearson sebesar 0,535, yang berarti

¹⁶ Ahmad Ni'am Arafat, *Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2024

terdapat hubungan positif antara pemberian insentif (X) dan kinerja karyawan (Y). Berdasarkan analisis regresi, nilai t hitung yang diperoleh adalah 4,951 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,667 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel insentif terhadap kinerja karyawan, selain itu, angka koefisien determinasi (r square) menunjukkan nilai 0,661, yang berarti insentif memberikan pengaruh sebesar 66,1% terhadap kinerja karyawan. Sisa 33,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa insentif memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja yang perlu diperhatikan lebih lanjut. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian insentif yang tepat dapat menjadi salah satu cara efektif untuk mendorong karyawan bekerja lebih baik.¹⁷

Persamaan skripsi ini dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas mengenai pemberian insentif di suatu perusahaan kepada karyawan. Sedangkan perbedaananya pada skripsi ini dengan penelitian saya adalah dari metode penelitian, dan fokus dari penelitian. Jika skripsi ini lebih ke pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian saya fokus ke strategi pemberian insentif dalam meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.

¹⁷ Sherdian Daryl Hakim, *Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi RM Nirwana Nganjuk Jl. K.H. Wahid Hasim 135 Nganjuk, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2022*