



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis Pengaruh *Reward* dan *Promotion* terhadap *Employee Performance* pada Famehotel Gading Serpong, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan deskripsi hasil responden dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan di Famehotel Gading Serpong didominasi oleh karyawan laki-laki sebesar 69%, karyawan berusia <25 tahun, lama bekerja >1 tahun, dan pendidikan terakhir SMA/SMK.
2. Berdasarkan penilaian responden terhadap indikator-indikator variabel *reward* dimensi *extrinsic reward* dan *intrinsic reward* pada tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa *reward* berada dalam kategori ‘setuju’.
3. Berdasarkan penilaian responden terhadap indikator-indikator variabel *promotion* pada tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori ‘setuju’, namun ada satu diantaranya berada dalam kategori ‘netral’.
4. Berdasarkan penilaian responden terhadap indikator-indikator variabel *employee performance* pada tabel 4.8, dapat disimpulkan bahwa *employee performance* berada dalam kategori ‘setuju’.

5. Berdasarkan uji t variabel *reward* dimensi *extrinsic reward*, dimana hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 1,026$  lebih kecil dibandingkan nilai  $t_{tabel} = 2,0322$ , dan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,313. Hal ini berarti variabel *reward* dimensi *extrinsic reward* tidak berpengaruh terhadap variabel *employee performance*.
6. Variabel *reward* dimensi *intrinsic reward* berpengaruh terhadap *employee performance*, dimana variabel *reward* dimensi *intrinsic reward* menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 4,245$  dengan tingkat signifikan 0.000, dan  $t_{tabel} = 2,0322$ , sehingga terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  bernilai positif dan lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  serta signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel *reward* dimensi *intrinsic reward* berpengaruh signifikan terhadap variabel *employee performance*.
7. Variabel *promotion* berpengaruh terhadap *employee performance*, dimana variabel *promotion* menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 2.374$  dengan tingkat signifikan 0.023, dan  $t_{tabel} = 2,0322$ , sehingga terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  bernilai positif dan lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  serta signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel *promotion* berpengaruh signifikan terhadap variabel *employee performance*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan beberapa saran bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden dari hasil kuesioner, rata-rata indikator pada variabel *promotion* masuk pada kategori 'setuju', namun terdapat satu indikator yang berada pada kategori 'netral' yaitu indikator 'saya telah dipromosikan beberapa kali'. Bagi karyawan yang sudah lama bekerja dan karyawan yang kompeten perlu dipertimbangkan untuk mendapatkan promosi sehingga dapat memacu motivasi kerjanya dan meningkatkan *employee performance*. Perusahaan dapat melihat dari *prior performance* karyawan tersebut, perusahaan dapat memberikan tes atau tugas-tugas untuk evaluasi dan identifikasi karyawan yang layak dipromosikan.
2. Berdasarkan struktur organisasi, pada departemen *accounting* hanya terdapat dua tingkat jabatan sehingga sulit bagi karyawan yang ada di departemen *accounting* untuk dipromosikan. Untuk itu di sarankan bagi perusahaan agar bisa menambah tingkat jabatan di departemen *accounting* seperti jabatan supervisor, agar karyawan dapat dipromosikan.
3. a). Sebagai saran kepada perusahaan, penulis memberikan teori mengenai tujuan pemberian *reward* sebagai tolak ukur bagi perusahaan dalam pemberian *reward* kepada karyawan.

Tujuan pemberian *reward* antara lain adalah sebagai ikatan kerja sama, kepuasan kerja, pengadaan efektif, motivasi, disiplin, dan pengaruh pemerintah (Hasibuan, 2013:121):

- Ikatan Kerja Sama

Dengan pemberian *reward* terjalinlah ikatan kerja sama formal antara manajer dan karyawan. Karyawan harus mengerjakan tugas-tugas dengan baik, sedangkan manajer wajib membayar *reward* sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

- *Job Satisfaction*

Dengan *reward*, karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan fisik, status sosial, dan egoistiknya sehingga memperoleh *job satisfaction* dari jabatannya.

- Pengadaan Efektif

Jika program *reward* ditetapkan cukup besar, pengadaan karyawan yang *qualified* untuk perusahaan akan lebih mudah.

- Motivasi

Jika *reward* yang diberikan cukup besar, manajer akan mudah memotivasi bawahannya.

- Disiplin

Dengan pemberian *reward* yang cukup besar maka disiplin karyawan semakin baik. Mereka akan menyadari serta menaati peraturan-peraturan yang berlaku.

- Pengaruh Pemerintah

Jika program *reward* sesuai dengan undang-undang perburuhan yang berlaku maka intervensi pemerintah dapat dihindarkan.

b). Berdasarkan tanggapan responden dari hasil kuesioner, pada variabel *reward* dimensi *extrinsic reward* dan *intrinsic reward*, semua indikator masuk dalam kategori ‘setuju’, namun ada baiknya perusahaan harus tetap mempertahankannya, dalam hal pemberian *reward* yang adil, baik *extrinsic reward* maupun *intrinsic reward*. *Extrinsic reward* dapat berupa pemberian gaji, bonus, dan *benefits* yang adil kepada karyawan, pekerjaan yang aman, serta masing-masing karyawan memiliki kesempatan untuk mendapatkan perkembangan karir. *Intrinsic reward* dapat berupa keadilan perusahaan dalam menilai kinerja karyawan, adanya peluang kemajuan karir di perusahaan, memberikan tanggung jawab yang sesuai dengan kemampuan karyawan, serta perusahaan menyediakan fasilitas dan memberikan dukungan bagi karyawan dalam belajar.

4. Berdasarkan tanggapan responden dari hasil kuesioner, pada variabel *employee performance* semua indikator berada pada kategori ‘setuju’, namun ada baiknya perusahaan harus tetap mempertahankan hal ini, yakni memiliki komunikasi yang baik dan bermanfaat dengan setiap unsur di perusahaan, setiap karyawan harus bisa menyelesaikan tugas yang diberikan, karyawan dapat terus memenuhi apa yang menjadi persyaratan kinerja pekerjaan yang ditetapkan perusahaan, terus membuat saran konstruktif guna untuk meningkatkan fungsi perusahaan, memberikan

dorongan kepada orang lain dalam mengerjakan pekerjaan, karyawan dapat mencari cara baru untuk meningkatkan efektifitas kerja, serta karyawan dapat berinisiatif mengambil tindakan untuk melindungi organisasi dan membantu karyawan baru.

### **5.2.2 Limitasi Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa dalam setiap penelitian terdapat kendala dan hambatan. Kendala yang peneliti alami yaitu terbatasnya waktu dalam memperoleh berbagai informasi mengenai penelitian ini, sehingga menjadikan penelitian ini belum sempurna.

### **5.2.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

- a. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang akan diteliti sehingga hasilnya juga akan semakin relevan.
- b. Penelitian selanjutnya dapat melakukan *in depth interview* kepada sampel di objek penelitian untuk dapat memperoleh data yang lebih jelas yang dapat mendukung penelitian yang dilakukan.
- c. Hasil pada penelitian uji statistik dalam koefisien determinasi menunjukkan pengaruh *reward* terhadap *employee performance* terbilang cukup yaitu sebesar 53.2%, dan pengaruh *promotion* terhadap *employee performance* masih terbilang rendah yaitu sebesar 11.7%, karena untuk

objek penelitian Famehotel Gading Serpong yang terbilang baru beroperasi sehingga kebijakan promosi belum merata. Oleh karena itu penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan untuk menambah variabel lain, seperti variabel *working environment* organisasi (Yasmeen et al. 2013. *Impact Rewards on Organizational Performance: Empirical Evidence from Telcom Sector of Pakistan*).

- d. Apabila penelitian selanjutnya ingin menggunakan model yang sama, ada baiknya jumlah pertanyaan (indikator) dari tiap variabel diperbanyak dari jurnal-jurnal pendukung lainnya.
- e. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian dari bidang yang berbeda, contohnya perusahaan manufaktur, karena kemungkinan besar akan ada perbedaan hasil penelitian jika menggunakan objek penelitian yang bukan dari bidang hotel.

UMMN