



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

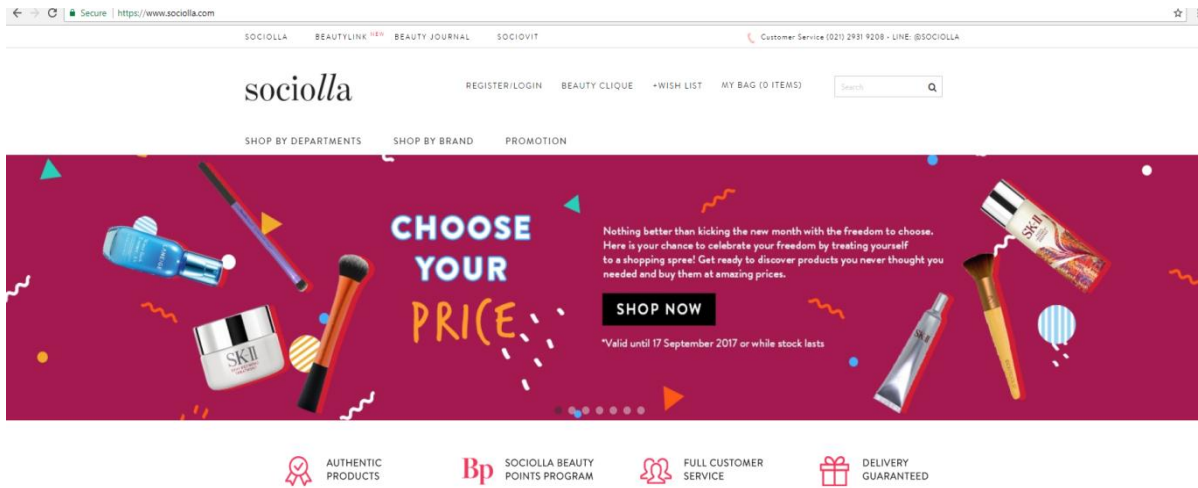
2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Deskripsi Perusahaan

PT Social Bella Indonesia (Sociolla) merupakan sebuah perusahaan *e-commerce* yang bergerak dalam ritel produk kecantikan online yang pertama di Indonesia. Diluncurkan pada awal Maret tahun 2015, berawal dari kekhawatiran para pendiri mengenai maraknya produk kosmetik *illegal* dan tidak resmi yang dijual di Indonesia. Sociolla menjual produk kecantikan seperti make up, perawatan kulit, perawatan rambut, wewangian dan serta alat kecantikan untuk wanita Indonesia. PT Social Bella Indonesia (Sociolla) tidak hanya menganut bisnis model B2C tetapi juga B2B. Sociolla bekerja sama dengan berbagai distributor resmi dan pemilik brand . Hingga saat ini telah menjadi brand partner resmi lebih dari 100 brand dan 3000 produk. Selain itu, Sociolla juga telah memiliki perjanjian resmi penjualan eksklusif dengan beragam brand premium internasional seperti Elizabeth Arden, Philosophy, Guerlain, Anna Sui, Menard, Hugo Boss, dan Bvlgari (<http://nova.grid.id>).

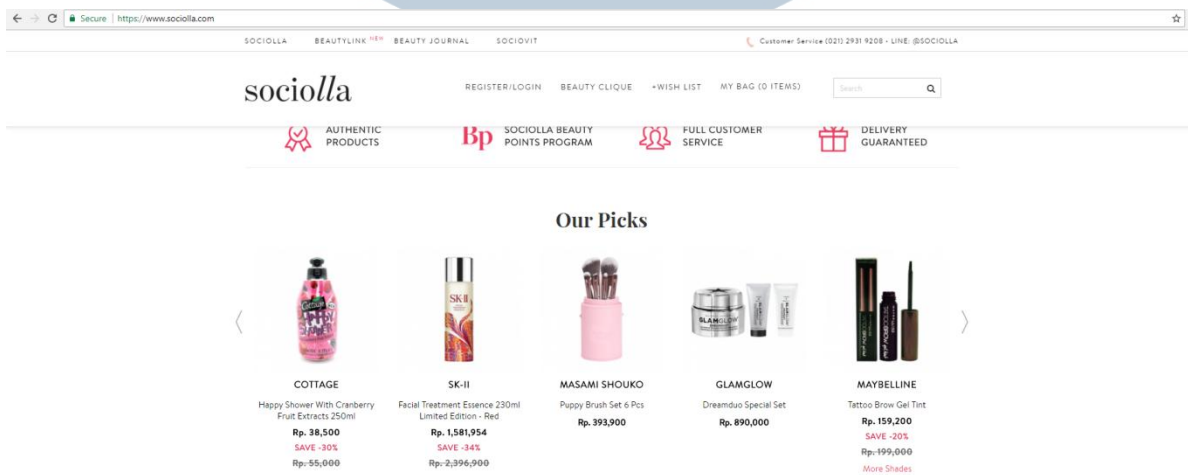
Pada awal tahun 2017 yaitu pada tanggal 19 Januari 2017, Sociolla mendapatkan pendanaan Seri B dengan jumlah yang tidak disebutkan dari perusahaan *fashion* asal Jepang “*Istyle*”, serta *East Ventures*. Sebelumnya pada tahun 2015 di bulan November, PT Social Bella Indonesia juga telah mendapatkan pendanaan Seri A sebanyak tujuh digit (dalam dolar) yang dipimpin oleh Venturra Capital (<http://uzone.id>).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber : Website Sociolla, 2017
Gambar 2.1 Tampilan utama website

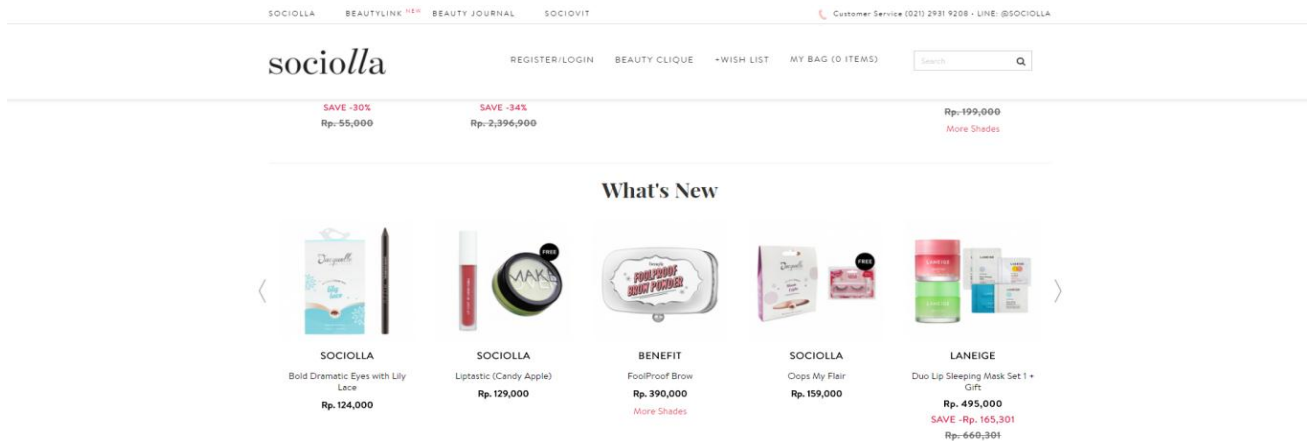
Tampak halaman utama dari website Sociolla yang menjadi media berbelanja dimana konsumen jika ingin membeli suatu produk dapat langsung mengunjungi website Sociolla.



Sumber : Website Sociolla, 2017
Gambar 2.2 Beberapa produk yang dijual

Pada halaman utama website juga ditampilkan sekilas beberapa produk yang tersedia di sociolla.com.

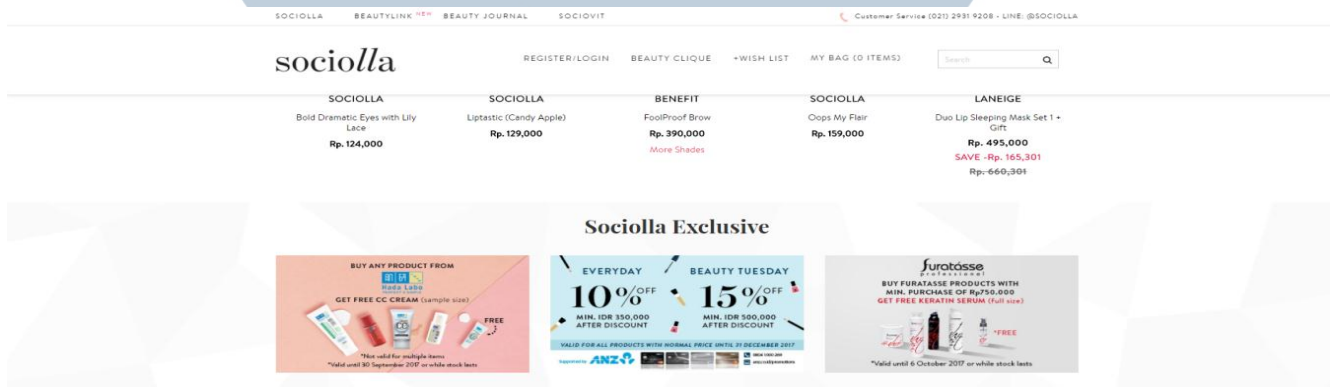
UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Sumber : Website Sociolla,2017

Gambar 2.3 Beberapa Produk Terbaru

Untuk mempermudah pencarian sekaligus mempromosikan dan menginformasikan beberapa produk terbaru maka ditampilkan beberapa jenis produk pada halaman utama website agar konsumen akan lebih cepat dan mudah mengetahui.



Sumber : Website Sociolla, 2017

Gambar 2.4 Tawaran Eksklusif berupa promo

Selain itu, Sociolla juga memiliki beberapa unit usaha diantaranya *Beauty Clique*, *Beautylink*, *Beauty Journal* dan *Sociovit*. *Beauty Clique* adalah suatu bentuk apresiasi yang diberikan Sociolla kepada para konsumennya berupa program membership yang terdiri dari 3 kategori yaitu *Pink*, *Gold*, dan *Diamond*. Kategori tertinggi yaitu *Diamond*, pada kategori tersebut anggota akan mendapatkan keuntungan premium yaitu berupa tiket gratis untuk menghadiri acara-acara spesial yang diadakan oleh Sociolla dengan *brand partner*, juga berkesempatan menghadiri *beauty class*, mendapatkan hadiah saat hari ulang tahun serta pengiriman ekspres setiap berbelanja di Sociolla.

Welcome to our most exclusive membership.

BEAUTY POINTS

Earning the Points - For each multiple of RP 50,000 in your purchases with Sociolla, you would be rewarded with 1 (one) Beauty Point. For instance, when you purchase a deep maroon lipstick for RP 325,000, you would earn 6 (six) Beauty Points. At the same time, your bestfriend's purchase of RP 730,000 in value would entitle her with 14 Beauty Points. Please visit 'My Account' for the latest update on your points and membership profile.

Benefits for you - Simply enjoy your Beauty Points as a token of Sociolla's sincere appreciation to reduce the total RP amount in your next shopping bag. Note: We are preparing something very special to all Beauty Points owners in the near future and you would want to start stashing your Beauty Points today.

BEAUTY CLIQUES

Every member is part of our exclusive clique and loyalty is highly valued by Sociolla. Once a member graduates to GOLD and DIAMOND Clique, we would welcome you with the next level of convenient shopping experience and importantly, much faster



Leave a message

Sumber : Website Sociolla, 2017

Gambar 2.5 Halaman Beauty Clique

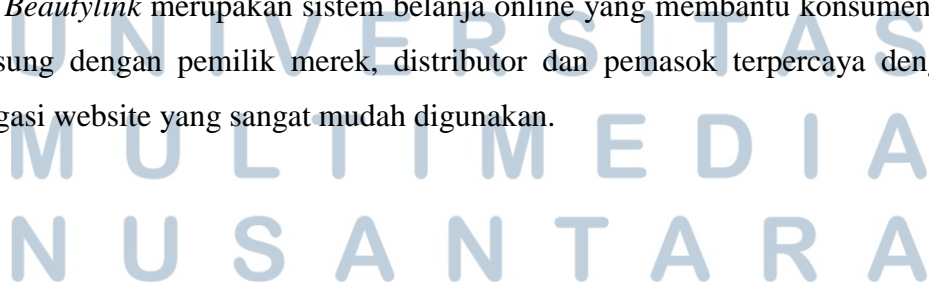
BeautyClique

<p>PinkClique</p> <p><i>Beauty is essential and a reflection on how you define yourself.</i></p> <p>BENEFITS</p> <ul style="list-style-type: none"> START ACCUMULATING BEAUTY POINTS EXCLUSIVE PRODUCT OFFERS AND SAMPLES PARTICIPATE IN MEMBER-ONLY EVENTS 	<p>GoldClique</p> <p><i>You've tasted the sweetness of success: enjoy the benefit of being Golden.</i></p> <p>BENEFITS</p> <ul style="list-style-type: none"> SPECIAL BIRTHDAY GIFT FREE BEAUTY CLASSES 30% BEAUTY POINT BONUS FOR EACH PURCHASE EXPRESS DELIVERY FOR ANY PURCHASE ABOVE RP 500,000 FIRST TO SAMPLE FROM OUR PREMIUM PARTNERS 	<p>DiamondClique</p> <p><i>The Real Beauty Enthusiast. You strive for the best and thrive. Beauty is a celebration of life.</i></p> <p>BENEFITS</p> <ul style="list-style-type: none"> ALL GOLD CLIQUE BENEFITS ACCESS TO EXCLUSIVE PRIVATE EVENTS BY SOCIOLLA AND PARTNERS 80% BEAUTY POINT BONUS FOR EACH PURCHASE EXPRESS DELIVERY FOR ANY PURCHASE GET ACCESS TO SPECIAL OFFERS FROM SOCIOLLA'S PREMIUM BRAND PARTNERS
--	--	---

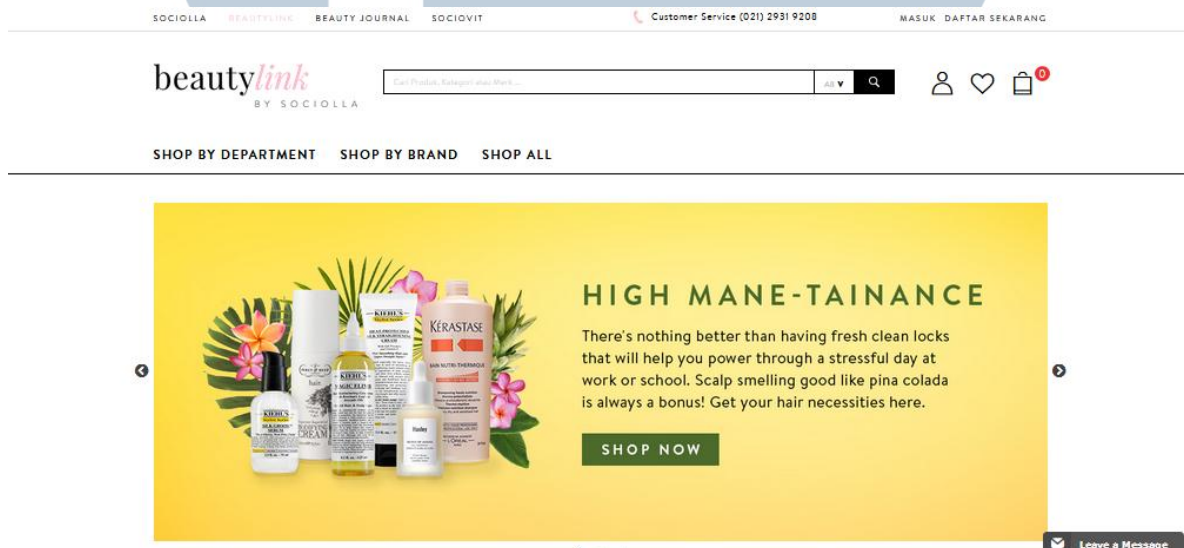
Sumber : Website Sociolla, 2017

Gambar 2.6 Tiga kategori keanggotaan Beauty Clique

Beautylink merupakan salah satu toko online dari PT Social Bella Indonesia (Sociolla) *Beautylink* memberikan pengalaman belanja online cepat, aman dan nyaman untuk semua kebutuhan produk kecantikan, beragam skincare/perawatan kulit, dan lain-lain. *Beautylink* merupakan sistem belanja online yang membantu konsumen terhubung langsung dengan pemilik merek, distributor dan pemasok terpercaya dengan sistem navigasi website yang sangat mudah digunakan.



Unit bisnis yang ketiga dari Sociolla yaitu *Beauty Journal*. Dimana *Beauty Journal* merupakan suatu media online dari Sociolla yang dikhususkan untuk menyediakan konten-konten mengenai kecantikan, *lifestyle*, tips berkarir, kesehatan, dan lain-lain. Semua konten-konten yang diberikan adalah konten terbaru yang selalu di *update* oleh penulis&editor *Beauty Journal*. Selain itu ada juga fitur terbaru yang diberikan oleh *Beauty Journal* yaitu *Glossary* berupa kamus untuk kaum wanita mengenai istilah-istilah kecantikan sehingga bisa menambah pengetahuan bagi kaum wanita. Tidak hanya konten-konten berupa tulisan, *Beauty Journal* juga memiliki BJ TV yang menyuguhkan berbagai macam konten video. Dimulai dari yang paling umum yaitu tutorial, *swatched&review* (mencoba beberapa produk yang dijual Sociolla dan memberikan penilaian), serta sesi interview dengan figur inspiratif seperti salah satunya yaitu selebritis yang menggeluti dunia kecantikan.



Sumber : Website Sociolla, 2017

Gambar 2.7 Beautylink

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

BEAUTY

GUIDE INSPIRATION TIPS & HACKS TOP PICKS WHAT'S NEW



Rekomendasi Essence Lokal yang Tengah Banyak Digandrungi Pecinta Skin Care

Sedang mencari produk essence berkualitas dengan harga yang terjangkau? Yuk, coba essence lokal yang kami rekomendasikan berikut ini!



Apakah Anda Familiar dengan 4 Bedak Loka...



Muncul Spider Vein di Wajah? Ini Terapi ...



BJ Editors: 3 Lipstik Wajib yang Harus D...



Selain Selena Gomez, Para Selebriti ini ...

LIFESTYLE

GUIDE INSPIRATION TIPS & HACKS WHAT'S NEW



Mewaspada Kista Ovarium, Penyakit yang Dapat Membahayakan Sistem Reproduksi Wanita

Sering merasa sakit di sisi kiri atau kanan perut bagian bawah? Awas, bisa jadi itu adalah tanda kista ovarium yang membesar. Yuk, cek gejala dan bahayanya.



Menonton 5 Film Ini Akan Membuat Anda Be...



Ikuti Tips Berikut Ini Agar Anda Bisa Me...



Tak Perlu Bawa Laptop ke Mana-Mana, Ini ...

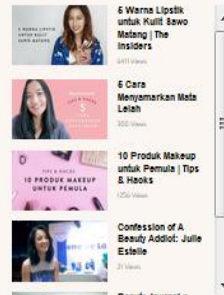


Jika Sering Berkeringat Berlebihan, Mungkin Anda Mengidap Hyperhidrosis. Yuk, Cari Tahu Penyebabnya di Sini

BEAUTY JOURNAL TV

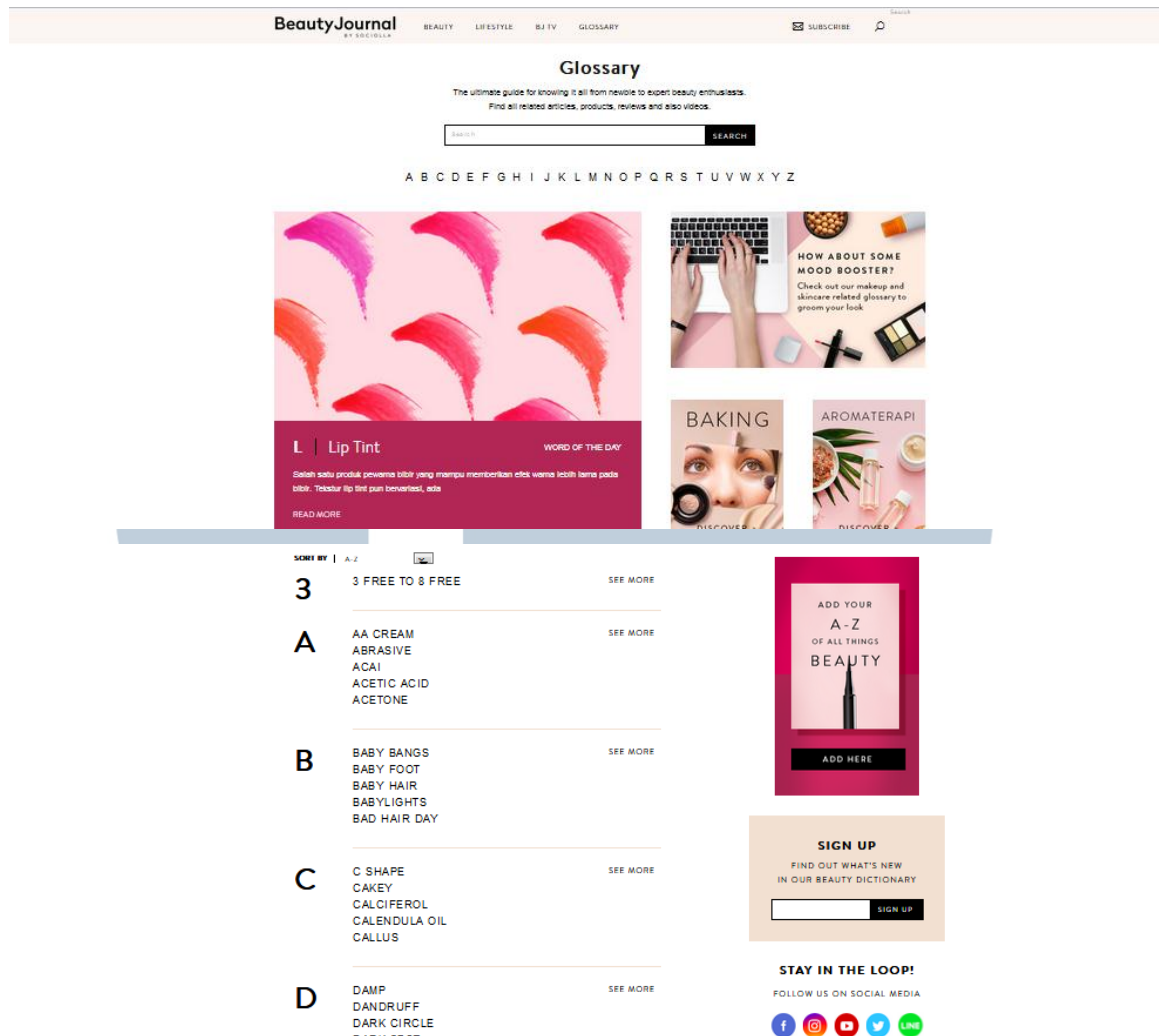


Cathy Sharon, Mantap Merambah Industri Kecantikan Tanah Air



MULTIMEDIA NUSANTARA

Sumber : Website Sociolla, 2017
Gambar 2.8 BeautyJournal



Sumber : Website Sociolla, 2017

Gambar 2.9 Glossary

2.1.2 Visi, Misi, Values Perusahaan

Visi : “Menjadi situs berbelanja produk kecantikan secara *online* yang terpercaya sekaligus terlengkap di Indonesia”

Misi : Berkolaborasi langsung dengan distributor dan pemilik merek nasional yang berwenang di Indonesia, memastikan bahwa setiap produk yang konsumen beli terjamin keasliannya, Sertifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan ('BPOM')

Values :

- *Research*
- *Collaborate*
- *Create*
- *Innovate*
- *Repeat*

2.1.3 Peran *Human Capital* di Perusahaan

Aktivitas bisnis perusahaan dapat berjalan dengan didukung oleh sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan tersebut. Oleh sebab itu PT Social Bella Indonesia juga membutuhkan peranan penting HC dalam pengelolaan SDM yang dilakukan oleh Human Capital yaitu diantaranya :

a. Pengadaan SDM yang dibutuhkan perusahaan

Proses yang diperlukan ketika perusahaan membutuhkan tenaga kerja (SDM) untuk suatu posisi. *Human Capital Sociolla* telah mempunyai prosedur/tahap-tahap yang harus dijalankan untuk mencari SDM baru yang dibutuhkan.

b. Rekrutmen dan Penempatan SDM

Setelah prosedur-prosedur pengadaan SDM telah dilakukan, dan jenis rekrutmen (internal atau eksternal) telah ditentukan, maka departemen Human Capital akan melakukan rekrutmen dengan proses diantaranya menghubungi kandidat untuk diundang menghadiri *interview*, kemudian pelaksanaan *interview* dengan rekruter dan juga *user*, setelah itu keputusan akan diinformasikan melalui *email* kepada kandidat. Apabila kandidat diterima maka akan diberikan surat-surat perjanjian yang berlaku di Sociolla untuk disepakati bersama, beserta surat *onboarding* untuk karyawan ketika masuk kantor di hari pertama.

c. Pelatihan dan Pengembangan

Untuk mendukung kinerja setiap karyawan dalam perusahaan, tentunya dibutuhkan suatu dukungan berupa pelatihan yang dibutuhkan oleh suatu divisi. Pelatihan hanya dilakukan apabila suatu divisi/posisi dinilai perlu untuk mendapatkan pelatihan.

d. Manajemen Kerja dan Pengembangan Karir

Setiap manajer tentunya mengenal setiap *staff*-nya baik dari segi kinerja serta perilaku. Manajer akan mengamati dan menilai setiap *staff*-nya sesuai hasil observasi. Apabila manajer merasa seorang *staff* layak untuk diberikan penghargaan atas kinerjanya maka manajer bisa mendiskusikan dengan departemen *Human Capital* perusahaan. Dan departemen *Human Capital* yang akan menentukan bagaimana atau tindakan apa yang layak untuk diberikan kepada *staff* tersebut sebagai bentuk penghargaan.

e. Kompensasi

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja karyawan diperlukan kompensasi yang layak untuk karyawannya. Baik itu secara *financial* maupun *non-financial*. *Human Capital* menyusun perencanaan kompensasi dengan harapan karyawan akan memiliki kinerja yang baik. Kompensasi & benefit akan diinformasikan kepada karyawan diawal kesepakatan saat karyawan akan bergabung dengan perusahaan.

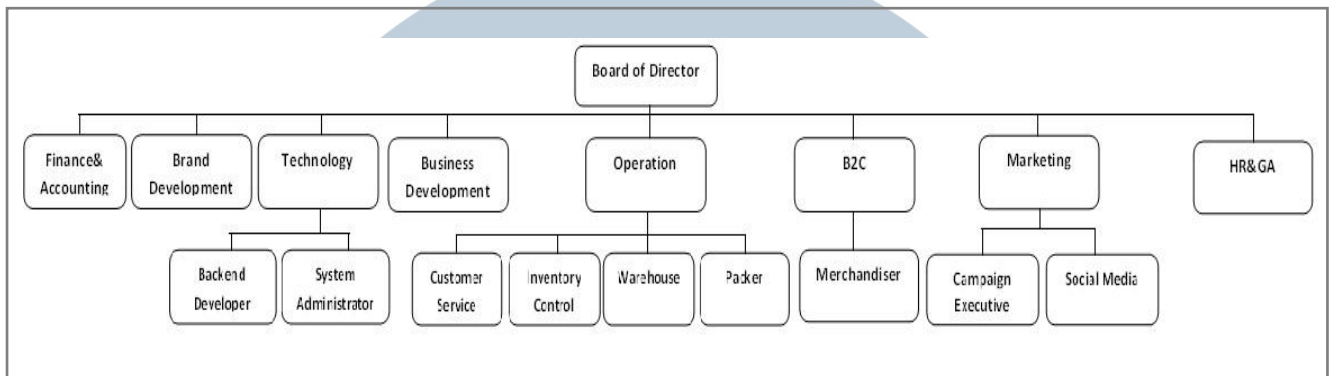
f. Budaya dan Lingkungan Kerja

Setiap perusahaan/organisasi memiliki budaya dan lingkungan yang berbeda-beda. Budaya dan lingkungan kerja biasanya akan mengacu pada nilai-nilai perusahaan yang ada. PT Social Bella (Sociolla) merupakan sebuah perusahaan *beauty e-commerce* yang tentunya juga memiliki budaya dan lingkungan kerja yang berbeda dengan perusahaan lain. Karena budaya yang berlaku dalam perusahaan akan berdampak pada lingkungan kerja maka *Human Capital* perusahaan diharapkan untuk dapat menciptakan sebuah budaya yang baik sehingga tercipta lingkungan kerja yang kondusif dan mendukung kinerja karyawan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Struktur Organisasi

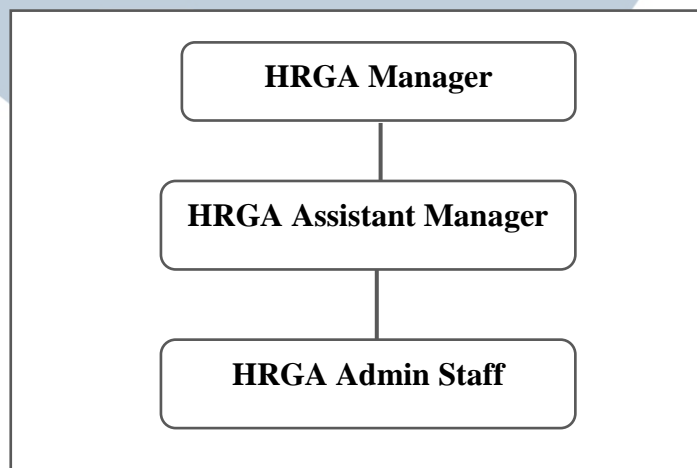
2.2.1 Struktur Organisasi Keseluruhan PT Social Bella Indonesia



Sumber : Dokumen Perusahaan, 2017

Gambar 2.10 Struktur Organisasi

2.2.2 Struktur Organisasi HC PT Social Bella Indonesia



Sumber : Dokumen Perusahaan, 2017

Gambar 2.11 Struktur Departemen HRGA

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Manajemen

Menurut Kinicki & William (2009, p.4) Manajemen didefinisikan sebagai pengejaran tujuan organisasi secara efisien dan efektif dengan mengintegrasikan pekerjaan melalui *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *leading* (memimpin) dan *controlling* (mengendalikan sumber daya organisasi). Efisien dalam hal ini adalah suatu cara atau sarana yang digunakan agar tujuan dari organisasi dapat tercapai. Sarana diantaranya

seperti SDM, biaya, serta *raw materials*. Sementara efektif adalah bagaimana membuat keputusan yang tepat dan berhasil melaksanakannya sehingga mencapai tujuan organisasi.

Menurut Dessler (2015, p.36), manajemen terdiri dari 5 proses diantaranya *planning* adalah penetapan tujuan & standar; *organizing* yaitu pembagian tugas dan wewenang serta koordinasi kepada karyawan; *staffing* merupakan proses rekrutmen dan seleksi karyawan, pengembangan, penilaian kinerja serta kompensasi karyawan; *leading* adalah bagaimana memimpin karyawan agar dapat menyelesaikan pekerjaannya serta memotivasi mereka; dan yang terakhir adalah *controlling* yaitu menetapkan standar dalam berjalannya bisnis serta membandingkan bagaimana kinerja yang terlihat dibandingkan dengan standar yang ada.

Sementara menurut Kreitner (2009, p.5) Manajemen adalah proses bekerja dengan dan melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang terus berubah.

2.3.2 *Human Capital*

Menurut Kinicki & Willam (2009, p.276 -277), *human resources management* adalah kegiatan yang dilakukan manajer untuk merencanakan, menarik, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja yang efektif. Dalam perusahaan, *human resources management* telah menjadi bagian dalam *strategic-planning process*. Sedangkan *human capital* adalah potensi ekonomi dan produktif dari pengetahuan dan tindakan karyawan bagi perusahaan. Karyawan di masa sekarang atau di masa depan dengan kombinasi pengetahuan, keterampilan serta motivasi yang tepat untuk berprestasi mewakili *human capital* dengan potensi memberi keunggulan kompetitif kepada perusahaan.

Menurut Dessler (2015, p.36), *human resource management* adalah proses memperoleh, melatih, menilai dan memberikan kompensasi kepada karyawan, memenuhi hubungan kerja antar karyawan, kesehatan, keamanan, serta keadilan untuk para karyawan. Dan *human capital* adalah mengacu pada *knowledge, skills, dan abilities* dari pekerja di perusahaan (Dessler, 2015, p.43).

Sementara menurut Kreitner (2009, p.270), *human resource management* adalah proses memperoleh, mempertahankan serta mengembangkan sumber daya manusia yang diperlukan untuk kesuksesan organisasi. Selain itu Kreitner (2009, p.272) juga mengemukakan bahwa *human capital* adalah kebutuhan untuk mengembangkan semua karyawan baik di masa sekarang dan masa depan sampai menemukan potensi mereka yang maksimal.

2.3.3 Rekrutmen

Menurut Dessler (2015, p. 155) rekrutmen didefinisikan sebagai suatu pelaksanaan atau aktivitas tahap awal sebuah organisasi dengan tujuan mengidentifikasi dan mencari tenaga kerja potensial.

Sementara menurut Kinicki & Williams (2009, p. 284) ada 2 tipe dalam rekrutmen :

1. *Internal Recruiting*

Internal recruiting merupakan suatu proses membuat orang yang sudah dipekerjakan oleh organisasi mengetahui adanya lowongan pekerjaan.

2. *External Recruiting*

External recruiting merupakan proses menarik pelamar dari luar organisasi.

Ketika perusahaan akan menentukan keputusan apakah akan melakukan perekrutan secara *internal* atau *eksternal*, tentunya perusahaan perlu memahami dan mempertimbangkan setiap kelemahan dan kelebihan yang ada.

Menurut IndHRI (2017) beberapa kelebihan maupun kekurangan dari *Internal Rekrutmen* dan *Eksternal Rekrutmen* yaitu :

a. *Internal Rekrutmen* :

- Kelebihan :

- Promosi sebagai bentuk penghargaan untuk karyawan yang bekerja dengan baik
- Meningkatkan moral karyawan
- Kinerja masa lalu telah diketahui
- Suksesi kepemimpinan

- Kekurangan :
 - Pengetahuan terbatas karena tidak ada pemikiran baru yang masuk
 - Biaya *training*/pengembangan tinggi
 - Menimbulkan politik kantor

b. *Eksternal* Rekrutmen :

- Kelebihan :
 - Membawa ide-ide/pemikiran baru bagi perusahaan
 - Membawa kompetensi yang dibutuhkan perusahaan
 - Pengetahuan dari perusahaan lain
 - Merekrut yang berpengalaman dapat mengurangi biaya *training*
- Kekurangan :
 - Karyawan baru belum tentu cocok
 - Biaya rekrutmen tinggi
 - Menimbulkan masalah moral pada kandidat internal
 - Membutuhkan waktu untuk beradaptasi

2.3.4 Seleksi

Menurut Dessler (2015, p.190) seleksi adalah proses untuk mendapatkan pekerja yang cocok. Dalam hal ini yaitu kecocokkan dengan *knowledge, skills, abilities* serta kompetensi lain yang diperlukan untuk melakukan suatu pekerjaan (berdasarkan *job analysis*).

Menurut Kinicki & Williams (2009, p.285) seleksi adalah proses menyaring sekelompok pelamar agar dapat mempekerjakan kandidat yang terbaik. Ada beberapa alat seleksi diantaranya :

1. *Background Information*

Mempelajari mengenai *resume* pelamar, pendidikan, dan juga pengalaman kerja dari seseorang.

2. Interviewing

- *Unstructured interview*, yaitu seperti perbincangan biasa. Pada umumnya ada penerapan studi kasus dan bagaimana *problem solving* dari kasus tersebut. *Unstructured interview*, tidak menggunakan struktur pertanyaan yang berurutan/sistematis.
- *Structured interview*, kandidat akan diberikan beberapa pertanyaan dari interviewer yang ingin mengetahui mengenai kontribusi apa yang pernah dilakukan oleh seorang kandidat dalam bekerja sebelumnya.

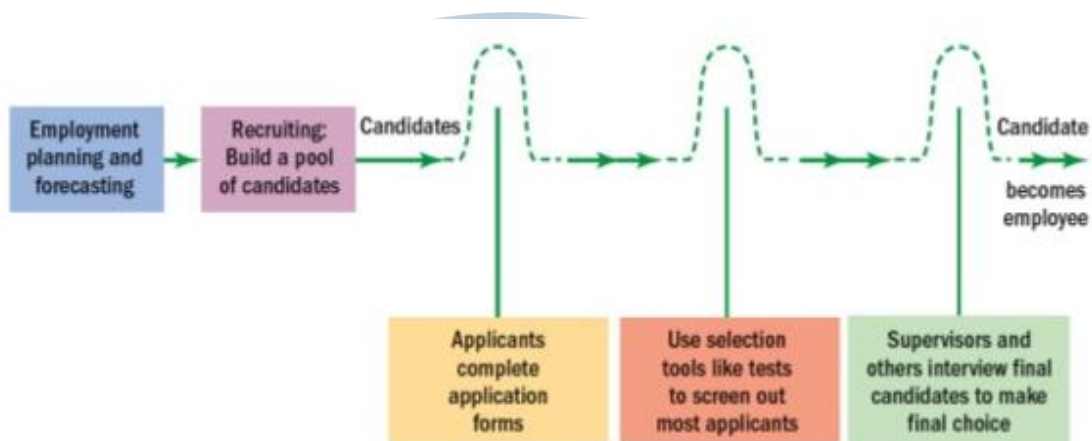
3. Employment tests

Ada 3 jenis tes yang diberikan kepada calon karyawan diantaranya :

- *Ability tests*, mengukur kemampuan secara fisik, stamina, kemampuan mekanisme, dan mental. Uji ini dilakukan sebagai suatu cara untuk memprediksi kinerja seorang karyawan di masa mendatang.
- *Performance tests*, disebut juga *skill tests* yang digunakan untuk mengukur kinerja yang dimiliki karyawan saat ini.
- *Personality tests*, untuk melihat ciri kepribadian seseorang seperti penyesuaian diri, kemampuan bersosialisasi, kemandirian serta target yang ingin dicapai seseorang.
- Tes lain-lain seperti salah satunya yang paling umum dilakukan adalah uji narkoba agar memastikan tidak ada pecandu narkoba di dalam perusahaan yang membuat kinerja tidak maksimal.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3.5 Proses Rekrutmen dan Seleksi



Sumber : Dessler (2015, p.154)

Gambar 2.12 Proses *recruitment* dan *selection*

Proses dari rekrutmen dan seleksi adalah serangkaian rintangan yang bertujuan untuk memilih kandidat terbaik yang akan memegang tanggung jawab sebuah pekerjaan (Dessler, 2015, p.154).

2.3.6 Organizational Rewards

Organizational rewards mencakup semua *benefit*, baik *financial* maupun *non-financial* yang karyawan dapatkan sebagai hasil hubungan kerja dengan sebuah organisasi/perusahaan (Malhotra et al., 2007).

Ada 3 jenis *rewards* (Williamson et al., 2009) :

1. *Extrinsic rewards*

Rewards dalam bentuk *tangible* yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk gaji, tunjangan dan peluang promosi jabatan.

2. *Intrinsic rewards*

Intrinsic rewards berbentuk *intangible* yang muncul dari pekerjaan itu sendiri, memberi dampak yang baik bagi perkembangan psikologis karyawan. Contohnya seperti *feedback* dan partisipasi dalam pengambilan keputusan

3. *Social rewards*

Social rewards yaitu adanya interaksi yang baik antar karyawan di tempat kerja, hubungan interpersonal yang positif seperti dengan *supervisor* atau rekan kerja yang dirasakan oleh seorang karyawan.

2.3.7 Bentuk kompensasi karyawan

Menurut Kinicki & Williams (2016, p.274) ada 3 bentuk kompensasi diantaranya : (1) gaji atau upah, (2) *incentives* dan (3) *benefits*. Gaji pokok merupakan gaji yang dibayarkan sebagai imbalan atas pekerjaan yang telah dilakukan seseorang. Kompensasi didasari oleh beberapa faktor ekonomi seperti tingkat upah yang berlaku pada sebuah industri atau daerah tertentu, perbandingan dengan pesaing, jenis pekerjaan yang dilakukan serta resikonya, level seseorang dalam organisasi, serta seberapa banyak pengalaman yang dimiliki oleh seseorang. Untuk mendorong karyawan agar lebih produktif serta mempertahankan karyawan maka perusahaan memberikan *incentives*, seperti komisi dan bonus. Selain itu, ada juga *benefits* atau tunjangan yang diberikan perusahaan yaitu seperti asuransi kesehatan, asuransi jiwa, sampai jatah cuti.

Membahas lebih lanjut mengenai gaji atau upah, keduanya bermakna sama namun beberapa kalangan mengatakan bahwa gaji berbeda dengan upah. Dimana gaji adalah sebuah bentuk pembayaran atau sebuah hak yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau instansi kepada pegawai tetap. Sedangkan upah merupakan sejumlah hak yang diberikan oleh perusahaan atau instansi kepada pegawainya sebagai bentuk pembayaran diluar jam kerja (<http://mercubuana.ac.id>).

Selain itu menurut Saifuddin Bachrun (2011, p.2), dalam Undang-undang Ketenagakerjaan no.13 tahun 2003 pasal 1 ayat 30 mengartikan upah secara lebih spesifik yakni hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dalam suatu perjanjian kerja. Upah biasanya berhubungan dengan tarif gaji per jam, sedangkan gaji umumnya berlaku untuk tarif bayaran mingguan, bulanan, atau tahunan.