

Ria Estiana¹
Rahayu Tri Utami²
Eko Sugiyanto³
Evi Mahsunah⁴
Ibnu Suryadi⁵

Jurnal Riset Ilmu Ekonomi
Volume 1 Nomor 1, April 2025

Insentif sebagai Pengungkit Motivasi: Studi Kasus di PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh insentif terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain deskriptif korelasional. Sampel terdiri dari 109 karyawan bagian maintenance yang dipilih secara purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan korelasi sederhana, regresi linear, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi antara insentif dan motivasi kerja sebesar 0,57, termasuk dalam kategori hubungan sedang dan signifikan. Koefisien determinasi sebesar 32,49% mengindikasikan bahwa insentif mampu menjelaskan 32,49% variasi motivasi kerja. Uji t menghasilkan nilai 7,1763 > 1,96, yang berarti insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja. Persamaan regresi $Y = 17,132 + 0,557X$ menunjukkan bahwa peningkatan insentif dapat meningkatkan motivasi kerja secara positif. Temuan ini menguatkan pentingnya pemberian insentif sebagai strategi peningkatan motivasi karyawan pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini memberikan rekomendasi agar PT. Ching Luh Indonesia terus mengembangkan sistem insentif untuk meningkatkan kinerja dan loyalitas karyawan.

Kata kunci: insentif, motivasi kerja, karyawan, PT. Ching Luh Indonesia, manufaktur

Abstract

This study aims to analyze the effect of incentives on employee work motivation at PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang. A quantitative approach with a descriptive correlational design was used. The sample consisted of 109 maintenance employees selected by purposive sampling. The research instrument was a questionnaire tested for validity and reliability. Data analysis used simple correlation, linear regression, and t-test. Results showed a correlation coefficient of 0.57 between incentives and work motivation, indicating a moderate and significant relationship. The coefficient of determination of 32.49% suggests that incentives explain 32.49% of the variance in work motivation. The t-test value of 7.1763 > 1.96 confirms that incentives significantly affect work motivation. The regression equation $Y = 17.132 + 0.557X$ indicates that increased incentives positively improve work motivation. These findings reinforce the importance of incentives as a strategy to enhance employee motivation in manufacturing companies. The study recommends PT. Ching Luh Indonesia to continue developing incentive systems to boost employee performance and loyalty.

Keywords: incentives, work motivation, employees, PT. Ching Luh Indonesia, manufacturing



PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja guna mempertahankan eksistensinya di pasar. Salah satu faktor kunci yang berperan dalam mencapai tujuan tersebut adalah sumber daya manusia, khususnya karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi. Motivasi kerja karyawan menjadi aspek krusial karena dapat memengaruhi kinerja individu maupun organisasi secara keseluruhan. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, salah satunya melalui pemberian insentif. Insentif dianggap sebagai alat yang efektif dalam mendorong semangat kerja, meningkatkan produktivitas, dan mencapai target perusahaan. Namun, efektivitas insentif dalam meningkatkan motivasi kerja masih menjadi perdebatan, terutama terkait jenis, frekuensi, dan keadilan dalam pemberiannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai peran insentif sebagai pengungkit motivasi kerja karyawan, dengan studi kasus di PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, muncul beberapa pertanyaan penelitian yang perlu dijawab untuk memahami hubungan antara insentif dan motivasi kerja karyawan di PT. Ching Luh Indonesia. Pertama, bagaimana bentuk dan jenis insentif yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawannya? Kedua, sejauh mana insentif tersebut berpengaruh terhadap tingkat motivasi kerja karyawan? Ketiga, apakah terdapat perbedaan tingkat motivasi kerja antara karyawan yang menerima insentif dengan yang tidak menerima? Keempat, faktor-faktor apa saja yang memediasi atau memoderasi hubungan antara insentif dan motivasi kerja?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas insentif dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di lingkungan industri manufaktur.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh insentif terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi jenis dan bentuk insentif yang diterapkan oleh perusahaan; (2) mengukur tingkat motivasi kerja karyawan yang menerima insentif; (3) menganalisis hubungan antara pemberian insentif dan motivasi kerja; serta (4) mengidentifikasi faktor-faktor lain yang memengaruhi motivasi kerja karyawan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran insentif dalam meningkatkan motivasi kerja, sehingga perusahaan dapat merancang strategi insentif yang lebih efektif dan efisien.



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait dengan motivasi kerja dan sistem insentif. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam mengembangkan teori-teori terkait motivasi kerja dan insentif. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen PT. Ching Luh Indonesia untuk mengevaluasi dan menyempurnakan sistem insentif yang ada, guna meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Selain itu, perusahaan lain yang bergerak di bidang serupa dapat menjadikan temuan penelitian ini sebagai acuan dalam merancang kebijakan insentif yang efektif.

Insentif merupakan salah satu alat penting dalam manajemen sumber daya manusia yang bertujuan untuk memotivasi karyawan agar mencapai kinerja optimal. Menurut Robbins dan Judge (2020), insentif dapat didefinisikan sebagai segala bentuk penghargaan yang diberikan kepada karyawan untuk mendorong perilaku atau kinerja yang diinginkan oleh organisasi. Insentif ini dapat berupa insentif finansial, seperti bonus dan komisi, maupun insentif non-finansial, seperti pengakuan, pelatihan, dan kesempatan pengembangan karier. Insentif memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, memperkuat loyalitas karyawan, serta meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja (Lussier & Hendon, 2019). Dengan demikian, insentif bukan hanya sekadar alat penghargaan, melainkan juga mekanisme penting dalam mengelola motivasi kerja dan perilaku karyawan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai konsep insentif sangat penting untuk mendukung pengelolaan sumber daya manusia secara efektif di perusahaan manufaktur seperti PT. Ching Luh Indonesia.

Menurut Chelladurai (2006), insentif dalam bentuk finansial merupakan salah satu bentuk penghargaan yang secara langsung berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi karyawan. Bentuk-bentuk insentif ini dapat berupa pemberian bonus, kenaikan gaji, serta skema pembagian keuntungan. Selain itu, perusahaan juga dapat memberikan dukungan tambahan seperti tunjangan, fasilitas transportasi, layanan medis, asuransi kesehatan dan jiwa, serta fasilitas lain seperti program liburan karyawan. Insentif tersebut dirancang untuk memberikan nilai tambah secara nyata terhadap kondisi finansial dan kenyamanan kerja karyawan. Sementara itu, Gupta dan Shaw (1998) dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa pemberian insentif finansial terbukti memiliki dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan kerja karyawan. Selain itu, insentif tersebut juga berkontribusi dalam meningkatkan retensi tenaga kerja, yaitu dengan mendorong karyawan untuk tetap bertahan dan loyal terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. (Pudjiastuti et al., 2022).



Insentif dapat diartikan sebagai bentuk kompensasi langsung yang diberikan kepada karyawan sebagai penghargaan atas kinerja mereka yang melebihi standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pemberian insentif ini didasarkan pada asumsi bahwa imbalan finansial mampu menjadi pendorong utama bagi karyawan untuk bekerja dengan lebih giat dan produktif. Karyawan yang memiliki produktivitas tinggi cenderung lebih menyukai sistem penggajian yang dikaitkan langsung dengan hasil kerja mereka. Dengan demikian, sistem insentif tidak hanya berfungsi sebagai bentuk penghargaan, tetapi juga menjadi alat strategis perusahaan dalam meningkatkan performa individu maupun organisasi secara keseluruhan demi mencapai target yang telah ditentukan. Bagi karyawan yang memiliki etos kerja tinggi, insentif menjadi bentuk apresiasi yang mampu meningkatkan rasa dihargai dan keterikatan emosional terhadap perusahaan. Selain dalam bentuk uang tunai atau barang, insentif juga bisa diberikan dalam wujud non-finansial, seperti pemberian pinjaman lunak, tambahan tunjangan tertentu, atau bahkan promosi jabatan. Bentuk-bentuk insentif tersebut menjadi sinyal positif dari perusahaan bahwa kontribusi dan kerja keras karyawan diakui serta diberi nilai secara nyata. (Sinulingga, 2021). Insentif yang biasa diterapkan dalam perusahaan terbagi menjadi dua jenis, yaitu insentif finansial dan insentif non-finansial. Insentif finansial merupakan penghargaan yang diberikan kepada karyawan atau pihak lain dalam bentuk uang. Sementara itu, insentif non-finansial berupa hadiah, penghargaan, peningkatan reputasi, atau bentuk apresiasi lainnya yang bukan berupa uang (Abdulrachman, 1991: 483). (Maulidyar & Siharis, 2022).

Secara etimologis, istilah “motivasi” berasal dari kata dasar “motif”, yang menggambarkan kekuatan internal atau alasan mendasar yang mendorong seseorang untuk bertindak. Motif ini berperan sebagai pemicu utama dalam perilaku manusia, menjadi semacam bahan bakar emosional dan psikologis yang menuntun seseorang dalam menjalankan aktivitas tertentu. Dalam konteks dunia kerja, perusahaan tidak hanya mencari tenaga kerja yang memiliki kapabilitas teknis atau kompetensi semata, namun juga individu yang memiliki semangat kerja tinggi, sikap profesional, dan dorongan batin untuk memberikan hasil kerja yang maksimal. Dengan kata lain, motivasi menjadi elemen yang tidak kalah penting dari kemampuan kognitif maupun teknis.

Sejumlah pakar telah memberikan definisi motivasi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun saling melengkapi: Stoner, sebagaimana dikutip oleh Notoatmodjo (2009:115), menjelaskan bahwa motivasi merupakan unsur yang melahirkan sekaligus mempertahankan tindakan seseorang. Artinya, motivasi tidak hanya berperan sebagai pemicu awal suatu perilaku, tetapi juga berfungsi menjaga konsistensi perilaku tersebut sampai tujuan tercapai. Hasibuan (2010:95) menekankan bahwa motivasi berperan sebagai pemantik semangat kerja seseorang. Ia menggambarkan motivasi sebagai percikan energi yang mampu mendorong terjadinya kerja sama, peningkatan efisiensi, serta sinkronisasi berbagai upaya dalam organisasi demi mencapai tujuan bersama.



Dalam hal ini, motivasi bukan hanya soal dorongan individu, tetapi juga memiliki peran kolektif dalam keberhasilan tim atau perusahaan. Terry G, juga dikutip oleh Notoatmodjo (2009:114), menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan internal yang timbul dari keinginan seseorang. Keinginan ini menjadi sumber utama bagi individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu, sehingga motivasi dapat dipahami sebagai kekuatan intrinsik yang mengarahkan energi seseorang ke arah kegiatan yang bermakna atau produktif. (Oktaria & Anwar, 2023). Motivasi membahas persoalan mengenai upaya mendorong semangat kerja karyawan, agar mereka bersedia bekerja dengan sungguh-sungguh serta mengerahkan seluruh kemampuan dan keterampilan yang dimiliki demi tercapainya tujuan organisasi (Hasibuan dalam Sutrison, 2017:110). Motif kerap disamakan dengan dorongan, yakni kekuatan yang menggerakkan aspek psikis dan fisik seseorang untuk bertindak. (Tifani, 2024).

METODE

Bagian ini menguraikan secara sistematis prosedur yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian "*Insentif sebagai Pengungkit Motivasi: Studi Kasus di PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang*". Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh insentif terhadap motivasi kerja karyawan pada bagian maintenance. Komponen utama metode penelitian dijelaskan sebagai berikut:

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena pendekatan kuantitatif mengandalkan data yang dapat dihitung untuk menghasilkan estimasi yang valid dan terukur. Penulis memilih metode ini karena secara konseptual, penelitian kuantitatif bersifat lebih sistematis dengan mengumpulkan data berdasarkan variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya, yang diambil dari teori-teori yang relevan dan dipilih oleh penulis. (Khasanah & Zaman, 2023).

Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan antara variabel bebas (insentif) dengan variabel terikat (motivasi kerja) berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Desain korelasional memungkinkan peneliti untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel tanpa memanipulasi kondisi objek yang diteliti (Sugiyono, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian maintenance di PT. Ching Luh Indonesia, yang berjumlah 150 orang. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 109 responden yang diambil secara purposive sampling, yakni dengan mempertimbangkan kriteria keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional dan penerimaan insentif kerja secara berkala.



Instrumen utama yang dikembangkan dengan kuesioner (angket) berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Kuesioner disusun dalam bentuk skala Likert 4 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju) dan memuat item-item yang mengukur. Variabel Insentif (X), yang terdiri dari indikator: piece work, bonus produksi, komisi, merit pay, tunjangan jabatan, serta insentif non-finansial. Variabel Motivasi Kerja (Y), yang mengacu pada dimensi: pembangkitan, pengarahan, dan pemeliharaan motivasi kerja.

Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya kepada 30 responden uji coba. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan metode *split-half (Spearman-Brown)* untuk memastikan konsistensi internal antar item instrumen. Teknis analisis yang dipakai menggunakan analisis deskriptif, korelasi sederhana, analisis regresi linear dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kenyataannya, perusahaan selalu mengharapkan karyawannya memberikan prestasi atau kinerja terbaik setiap hari. Namun, hasil kerja yang optimal tidak akan tercapai jika perusahaan tidak menyediakan fasilitas yang memadai, seperti peralatan, metode kerja, anggaran, dan faktor pendukung lainnya dengan kualitas dan kuantitas yang cukup (Anam & Rahardja, 2017; Sampurna & Juwana, 2019). Oleh karena itu, perusahaan perlu secara objektif mengevaluasi jika suatu saat kinerja karyawan menurun secara signifikan, karena hal ini mungkin disebabkan oleh rendahnya kemampuan dan motivasi kerja yang muncul akibat kurangnya dukungan berupa peralatan, metode, dan dana yang tepat dan memadai dalam pelaksanaan tugas mereka. (Sahidah & Anwar, 2020).

Hasil pengujian validitas instrumen menunjukkan bahwa nilai validitas untuk variabel insentif (X) adalah 0,506 dan untuk variabel motivasi kerja (Y) sebesar 0,55. Nilai validitas ini berada di atas nilai ambang batas 0,3 yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid. Validitas yang baik ini memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur aspek-aspek variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan konstruksi teori yang diacu. Pengujian reliabilitas menggunakan metode internal consistency menunjukkan bahwa instrumen insentif memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,67, dan motivasi kerja sebesar 0,71. Kedua nilai ini berada di atas batas minimal reliabilitas 0,6, yang berarti instrumen tersebut dapat dipercaya dan menghasilkan data yang konsisten jika digunakan dalam kondisi yang sama. Reliabilitas yang memadai ini memperkuat validitas data yang diperoleh, sehingga analisis selanjutnya dapat dilakukan dengan keyakinan terhadap kualitas instrumen.



Nilai koefisien korelasi antara insentif dan motivasi kerja adalah 0,57. Menurut kriteria interpretasi hubungan korelasi, nilai ini termasuk dalam kategori “sedang” (0,40–0,599). Hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif yang cukup signifikan antara insentif dan motivasi kerja karyawan. Dengan kata lain, semakin tinggi insentif yang diberikan oleh perusahaan, maka cenderung semakin tinggi pula motivasi kerja karyawan. Temuan ini sesuai dengan teori motivasi kerja yang menyatakan bahwa insentif merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan semangat dan kinerja karyawan. Koefisien determinasi sebesar 32,49% menunjukkan bahwa variabel insentif mampu menjelaskan variasi motivasi kerja sebesar 32,49%. Sementara sisanya, yaitu 67,51%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Ini mengimplikasikan bahwa meskipun insentif memiliki pengaruh yang cukup berarti terhadap motivasi kerja, terdapat variabel-variabel lain seperti kondisi lingkungan kerja, kepemimpinan, budaya organisasi, dan faktor psikologis lain yang juga berperan dalam menentukan tingkat motivasi karyawan.

Nilai t hitung sebesar 7,1763 yang lebih besar daripada t tabel (1,96) menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan kata lain, terdapat pengaruh signifikan insentif terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Ching Luh Indonesia. Hasil ini memperkuat temuan bahwa pemberian insentif tidak hanya berfungsi sebagai penghargaan, tetapi juga sebagai pendorong yang efektif dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya mempertahankan atau meningkatkan sistem insentifnya agar dapat memacu kinerja dan loyalitas karyawan.

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 17,132 + 0,557X$, dimana Y adalah motivasi kerja dan X adalah insentif. Koefisien regresi 0,557 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan insentif akan meningkatkan motivasi kerja sebesar 0,557 satuan, dengan nilai konstanta 17,132 sebagai motivasi dasar tanpa insentif. Ini menegaskan adanya hubungan positif yang cukup kuat, yang berarti insentif memiliki peran sebagai prediktor yang signifikan dalam memengaruhi motivasi kerja karyawan. Dengan kata lain, perusahaan dapat mengoptimalkan pemberian insentif sebagai strategi untuk mendorong peningkatan motivasi karyawan secara efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih khusus disampaikan kepada PT. Ching Luh Indonesia atas izin dan kesempatan yang diberikan sehingga penelitian dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi instrumen penelitian dengan penuh kesungguhan. Selain itu, penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada rekan-rekan yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.



SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa insentif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Ching Luh Indonesia, Tangerang. Hubungan antara insentif dan motivasi kerja tergolong sedang dengan nilai korelasi sebesar 0,57, serta insentif mampu menjelaskan 32,49% variasi motivasi kerja. Uji hipotesis menunjukkan bahwa pemberian insentif secara signifikan dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Persamaan regresi mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan insentif akan meningkatkan motivasi kerja sebesar 0,557 satuan. Dengan demikian, insentif bukan hanya sebagai penghargaan, tetapi juga sebagai alat strategis dalam memacu kinerja dan loyalitas karyawan. Rekomendasi praktis dari penelitian ini adalah agar perusahaan terus mengembangkan dan mengoptimalkan sistem insentif yang adil dan berkelanjutan guna mendukung peningkatan motivasi kerja serta produktivitas karyawan di lingkungan perusahaan manufaktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Khasanah, I. I., & Zaman, K. (2023). Pengaruh Insentif Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Saerah Surya Perkasa Surabaya. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 97–104. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.392>
- Maulidyar, A. E., & Siharis, A. K. (2022). Pengaruh Insentif Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Matahari Department Store Artos Magelang. *Motivasi*, 7(2), 98. <https://doi.org/10.32502/mti.v7i2.4770>
- Oktaria, N., & Anwar, A. (2023). Pengaruh Pemberian Motivasi Berupa Insentif terhadap Kinerja Karyawan: Literatur Review. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 164–170. <https://doi.org/XX..XXXXX/wanargi>
- Pudjiastuti, S. D., Ariana, K., & Wuisan, D. (2022). Dampak Insentif Finansial, Insentif Non Finansial, Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Usia Milenial. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(2), 347. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v5i2.16513>
- Sahidah, A., & Anwar, A. K. (2020). Pemberian Insentif dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT MNC Skyvision. *Attractive : Innovative Education Journal*, 2(2), 107. <https://doi.org/10.51278/aj.v2i2.53>
- Sinulingga. (2021). *Jurnal Ekobistek*. 10(4), 213–220. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v13i4.847>
- Tifani, A. (2024). *Pengaruh Insentif Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Toba Pulp Lestari Kecamatan Parmonangan*. 1, 38–51.