

HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP INSENTIF DENGAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN KOPERASI DI YOGYAKARTA

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF INCENTIVES AND THE WORK MOTIVATION OF COOPERATIVE EMPLOYEES IN YOGYAKARTA

Emfaldo Prakas Tama

Universitas Mercubuana Yogyakarta
200810129@student.mercubuana-yogya.ac.id
0895363596734

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap insentif dengan motivasi kerja karyawan koperasi di Yogyakarta. Motivasi kerja merupakan faktor penting yang mempengaruhi produktivitas dan kinerja karyawan dalam mencapai tujuan organisasi. Insentif, baik dalam bentuk material maupun non-material, berperan sebagai pendorong yang dapat meningkatkan motivasi kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Subjek penelitian adalah 158 karyawan koperasi di Yogyakarta yang telah bekerja minimal satu tahun. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan skala motivasi kerja yang mengacu pada aspek Anoraga (2014) dan skala persepsi terhadap insentif yang mengacu pada aspek Sarwoto (2010). Analisis data dilakukan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*.

Hasil penelitian menunjukkan Perolehan dari analisis korelasi *product moment (Pearson correlation)* didapat koefisien korelasi (r_{xy}) hipotesis = 0,872 dan nilai signifikansi (Sig) < 0,001 ($p < 0,050$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif persepsi karyawan terhadap insentif yang diberikan, maka semakin tinggi pula motivasi kerja mereka. Sebaliknya, jika persepsi terhadap insentif negatif, maka motivasi kerja cenderung menurun. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya pemberian insentif yang adil dan proporsional sebagai strategi untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan koperasi.

Kata Kunci: Insentif material, Insentif non-material, Karyawan koperasi, Motivasi kerja, Persepsi terhadap insentif

Abstract (bold italic)

This study aims to determine the relationship between perceptions of incentives and work motivation among cooperative employees in Yogyakarta. Work motivation is an important factor influencing employee productivity and performance in achieving organizational goals. Incentives, both material and non-material, serve as drivers that can enhance work motivation. This research employs a quantitative method with a correlational design. The study subjects consist of 158 cooperative employees in Yogyakarta who have worked for at least one year. Data collection was conducted using a work motivation scale based on Anoraga's (2014) aspects and an incentive perception scale based on Sarwoto's (2010) aspects. Data analysis was carried out using the Pearson Product Moment correlation technique.

The research results show that the Pearson correlation analysis obtained a correlation coefficient (r_{xy}) of 0.872 and a significance value (Sig) of < 0.001 ($p < 0.050$). This indicates that the more positive employees' perceptions of the incentives provided, the higher their work motivation. Conversely, if perceptions of incentives are negative, work motivation tends to decrease. These findings highlight the importance of fair and proportional incentive distribution as a strategy to enhance cooperative employees' work motivation.

Keywords: Cooperative employees, Material incentives, Non-material incentives, Perception of incentives, Work motivation.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia saat ini bisa dikatakan cukup berhasil dilihat dari indikator pertumbuhan ekonomi yang mencapai lebih dari 6% (Alya, Salsabila, Vidya, & Laila, 2020). Menurut Pasal 33 UUD 1945 (dalam Alya, Salsabila, Vidya, & Laila, 2020) dinyatakan bahwa perekonomian Indonesia dibangun sebagai usaha kolektif yang berlandaskan pada prinsip kekeluargaan. Sistem ekonomi yang diterapkan adalah demokrasi ekonomi, yang sangat mendukung keberadaan koperasi sesuai dengan karakteristiknya (Alya, Salsabila, Vidya, & Laila, 2020). Bahkan, masyarakat kecil yang tidak memiliki usaha produktif pun dapat bergabung dalam koperasi sebagai badan usaha yang inklusif (Alya, Salsabila, Vidya, & Laila, 2020).

Koperasi merupakan suatu organisasi yang dibentuk sukarela oleh individu-individu untuk memenuhi kebutuhan ekonomi melalui pembentukan perusahaan yang diolah dan dimiliki bersama (Munkner, dalam Rasyidin, 2021). Sumber Daya manusia (SDM) adalah sebagai modal dasar pembangunan yang terdiri atas dimensi kuantitatif yaitu jumlah dan struktur penduduk, serta dimensi kualitatif yaitu mutu hidup penduduk (Warisno, 2019). Menurut Wether dan Davis (dalam Nora, 2019) mengemukakan bahwa sumber daya manusia adalah pegawai yang siap, mampu dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sedangkan menurut Hasibuan (2007) karyawan/pegawai merupakan penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu.

Salah satu faktor penting yang sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah tingkat motivasi kerja dari sumber daya manusia yang bekerja di dalamnya J.P. Chaplin (dalam Rahman, Rahmawati & Utomo, 2020). Motivasi kerja adalah dorongan dari dalam diri seseorang yang dipicu oleh inspirasi, semangat, dan hasrat untuk menjalankan tugas atau pekerjaan dengan penuh keikhlasan, kegembiraan, serta dedikasi tinggi, sehingga hasil yang dicapai dari aktivitas tersebut menjadi optimal dan berkualitas tinggi (Elfani, Affandi & Abdurrahman, 2018).

Motivasi kerja merupakan faktor yang sangat menentukan dalam kinerja karyawan di sebuah organisasi. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan motivasi kerja adalah pemberian insentif. Insentif tidak hanya berupa imbalan finansial tetapi juga dapat berbentuk non-material seperti penghargaan dan pengakuan. Persepsi karyawan terhadap insentif yang diterima dapat mempengaruhi tingkat motivasi mereka dalam bekerja. Menurut teori Herzberg (1966), insentif merupakan salah satu faktor ekstrinsik yang dapat meningkatkan motivasi kerja. Insentif yang diberikan dengan tepat dapat meningkatkan semangat kerja dan loyalitas karyawan terhadap

perusahaan. Selain itu, teori Equity dari Adams (1965) menyatakan bahwa kepuasan dan motivasi karyawan dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keadilan dalam pemberian insentif dibandingkan dengan rekan kerja mereka.

Persepsi adalah sebuah proses memperoleh, menafsirkan, memilih, dan mengatur sebuah informasi yang dicerna dan di olah melalui indra. Persepsi juga dapat di artikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokan, dan kemampuan untuk memfokuskan (Sarwono dalam Basarah, 2021). Dalam mengartikan insentif dapat diartikan dalam beberapa pengertian, menurut (Sarwoto dalam Ariandy, Muhammad, 2022) insentif adalah sarana motivasi yang diberikan untuk perangsang serta pendorong karyawan agar menimbulkan semangat yang besar untuk mengoptimalkan prestasi bagi perusahaan. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap insentif adalah proses pengolahan informasi melalui indera yang melibatkan kemampuan membedakan serta pengelompokan dari fokus pengamatan berupa material maupun non material yang mendorong agar meningkatkan prestasi (Indra, 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa insentif yang adil dan proporsional berhubungan positif dengan motivasi kerja karyawan. Studi oleh Barusman dan Amelia (2021) menemukan bahwa baik insentif material maupun non-material memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan motivasi kerja. Studi lain oleh Asep, Karwono, dan Muhfahroyin (2021) juga menunjukkan bahwa pemberian insentif yang baik dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan secara signifikan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian adalah : untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara persepsi terhadap insentif dengan motivasi kerja karyawan koperasi di Yogyakarta ?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel penelitian berjumlah 158 karyawan koperasi di Yogyakarta yang telah bekerja minimal satu tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalahh Skala *Likert* dengan rentang skor 1 sampai 4. Subjek penelitian memilih empat alternatif jawaban yang telah disediakan, yaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Pada skala motivasi kerja menggunakan skala yang dikembangkan berdasarkan teori Anoraga (2014) dan skala persepsi terhadap insentif berdasarkan teori Sarwoto (2010). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan

sebelum analisis data. Teknik analisis data menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 29.

Selain itu, penelitian ini juga melakukan uji normalitas untuk memastikan bahwa data terdistribusi secara normal serta uji linearitas untuk mengonfirmasi hubungan linear antara variabel yang diuji. Untuk mengontrol variabel luar, penelitian ini mengadopsi teknik kontrol demografis, seperti usia, lama bekerja, dan jabatan karyawan dalam koperasi. Semua tahapan penelitian dilakukan dengan mengikuti standar etika penelitian, termasuk informed consent dari partisipan serta menjaga kerahasiaan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data deskriptif yang telah dipaparkan diatas maka dapat dilakukan pengkategorian pada variabel motivasi kerja dan variabel persepsi terhadap insentif. Tujuan dari pengkategorian adalah untuk mendapatkan informasi mengenai subjek penelitian pada variabel yang diukur, yang mana menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok (Azwar, 2012). Selanjutnya, peneliti melakukan kategorisasi variabel motivasi kerja dan variabel persepsi terhadap insentif berdasarkan dari nilai rata-rata dan standar deviasi dengan mengelompokkan menjadi 3 kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi untuk skala motivasi kerja dan 3 kategori yaitu negatif, normal dan positif untuk skala persepsi terhadap insentif.

Berikut pada table 1 dan penjelasan dan kategorisasi dari variabel motivasi kerja :

Tabel 1. Kategorisasi Subjek Berdasarkan Mean Empirik Skor Total Skala Motivasi Kerja

No	Norma	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	$X \geq (\mu + 1.\sigma)$	$X \geq 124.7$	Tinggi	6	3.8%
2	$(\mu - 1.\sigma) \leq X < (\mu + 1.\sigma)$	$94.16 \leq X < 124.7$	Sedang	136	86.1%
3	$X < (\mu - 1.\sigma)$	$X < 94.16$	Rendah	16	10.1%
Total				158	100%

Keterangan:

X = Skor Subjek
 μ = Mean atau Rerata Empirik
 σ = Standar Deviasi Empirik

Berdasarkan dari hasil kategorisasi skala motivasi kerja menunjukkan bahwa subjek dalam kategorisasi tinggi sebanyak 6 subjek dengan persentase 3,8%, subjek dengan kategorisasi sedang sebanyak 136 subjek dengan persentase 86,1%, dan subjek dengan

kategorisasi rendah sebanyak 16 subjek dengan persentase 10.1%, sehingga dapat di simpulkan bahwa karyawan koperasi dalam penelitian ini sebagian besar memiliki Motivasi kerja dalam kategori sedang.

Selanjutnya pada table 2 dan penjelasan dan kategorisasi dari variabel persepsi terhadap insentif :

Tabel 2. Kategorisasi Subjek Berdasarkan Mean Empirik Skor Total Skala Persepsi Terhadap Insentif

No	Norma	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	$X \geq (\mu + 1.\sigma)$	$X \geq 87.984$	Positif	2	1.2%
2	$(\mu - 1.\sigma) \leq X < (\mu + 1.\sigma)$	$66 \leq X < 87.984$	Normal	133	84.2%
3	$X < (\mu - 1.\sigma)$	$X < 65.836$	Negatif	23	14.6%
Total				158	100%

Keterangan:

X = Skor Subjek
 μ = Mean atau Rerata Empirik
 σ = Standar Deviasi Empirik

Berdasarkan dari hasil kategorisasi skala persepsi terhadap insentif menunjukkan bahwa subjek dalam kategorisasi positif sebanyak 2 subjek dengan persentase 1.2%, subjek dengan kategorisasi normal sebanyak 133 subjek dengan persentase 84,2%, dan subjek dengan kategorisasi negatif sebanyak 23 subjek dengan persentase 14.6%, sehingga dapat di simpulkan bahwa karyawan koperasi dalam penelitian ini sebagian besar memiliki persepsi terhadap insentif dalam kategori normal.

Selanjutnya pada table 3 adalah hasil dari Uji Hipotesis :

Tabel 3. Uji Hipotesis

Correlations

		MotivasiKerja	PersepsiTerhadapInsentif
MotivasiKerja	Pearson Correlation	1	.872 ^{***}
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	158	158
PersepsiTerhadapInsentif	Pearson Correlation	.872 ^{***}	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	158	158

^{***}. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Perolehan dari analisis korelasi *product moment* (*Pearson correlation*) didapat koefisien korelasi (r_{xy}) hipotesis = 0,872 dan nilai signifikansi (Sig) < 0,001 ($p < 0,050$). Berdasarkan hasil analisis tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel persepsi terhadap insentif dan variabel motivasi kerja, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Variabel persepsi terhadap insentif dengan variabel motivasi kerja pada karyawan koperasi di Yogyakarta menunjukkan korelasi pada tingkat kuat. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,761 yang dapat dikatakan variabel persepsi terhadap insentif memberikan sumbangan efektivitas sebesar 76,1% terhadap variabel motivasi kerja dan sisanya sebesar 23,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti lebih lanjut pada penelitian ini.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dalam analisis data, diperoleh hasil variabel persepsi terhadap insentif dan motivasi kerja memiliki hasil analisis korelasi *product moment* (*Pearson correlation*) didapat koefisien korelasi (r_{xy}) hipotesis = 0.872 dan nilai signifikansi (Sig) < 0,001, artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap insentif dengan motivasi kerja, yang berarti semakin positif persepsi terhadap insentif dari karyawan maka semakin tinggi juga motivasi kerja karyawan tersebut. Sebaliknya, semakin negatif persepsi terhadap insentif dari karyawan maka semakin rendah juga tingkat motivasi kerja yang dimiliki karyawan koperasi di Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Diterimanya hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi terhadap insentif dengan motivasi kerja karyawan. Pada teori motivasi Herzberg (1966) yang membagi faktor pendorong motivasi kerja menjadi faktor *hygiene* seperti gaji dan insentif yang memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan karena persepsi karyawan terhadap insentif mampu mempengaruhi tingkat motivasi kerja mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sunardi (2009) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara persepsi karyawan terhadap insentif dengan motivasi kerja, yang mana hal ini menunjukkan bahwa bagaimana karyawan memandang insentif yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi tingkat motivasi kerja mereka. Penelitian yang dilakukan Pardede (2015) juga ini menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi insentif dengan motivasi kerja pada karyawan PT. Gogo Karya Mandiri Medan, serta menunjukkan bahwa persepsi insentif memiliki kontribusi yang tinggi terhadap motivasi kerja karyawan, semakin positif persepsi terhadap insentif maka akan semakin tinggi juga motivasi kerja yang dimiliki karyawan. Ghassani (2024) pada penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara persepsi terhadap insentif dengan motivasi kerja karyawan sales. Jika pemberian insentif yang baik dari perusahaan akan membuat persepsi karyawan terhadap insentif menjadi positif dan juga akan meningkatkan motivasi kerja karyawan. Selaras dengan penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh (Gultom & Agnes, 2017) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara persepsi terhadap insentif dengan motivasi kerja karyawan, dilihat dari perolehan nilai p sebesar 0,033 ($<0,05$) dan koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,302, yang menunjukkan bahwa ketika persepsi tentang insentif positif maka motivasi kerja karyawan juga meningkat, sebaliknya jika karyawan memiliki persepsi negatif terhadap insentif maka motivasi kerja yang dimiliki karyawan juga akan menurun atau rendah.

Studi empiris yang dilakukan oleh (Indrawan, DKK, 2025) menunjukkan bahwa perusahaan dengan sistem insentif yang baik cenderung memiliki tingkat retensi karyawan yang lebih tinggi dan akan meningkatkan motivasi kerja karyawannya, namun sebaliknya jika perusahaan kurang baik dalam pemberian insentif maka cenderung membuat motivasi kerja karyawan akan menurun. Sejalan dengan studi empiris diatas, penelitian yang dilakukan oleh Arkho (2015) juga menyatakan bahwa pemberian insentif materil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqullah (2022) yang menyatakan bahwa tujuan dari pemberian insentif non-material ini adalah sebagai faktor pendukung agar karyawan mampu menghasilkan hasil kerja terbaiknya dan karyawan yang menerima insentif non-material seperti

penghargaan, promosi jabatan dan fasilitas kerja menunjukkan peningkatan motivasi dalam bekerja. hal ini terbukti jika penghargaan insentif non-material atas apa yang telah dicapai oleh karyawan di Bank BTN Jakarta Timur mampu untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga menghasilkan kinerja yang lebih maksimal. Selaras dengan penelitian diatas, hal serupa juga disampaikan oleh (Agatha,DKK, 2024) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa pemberian insentif non-materiil, seperti penghargaan dan pengakuan, memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Karyawan yang menerima apresiasi non-materiil menunjukkan peningkatan semangat dan kepuasan dalam bekerja.

Adapun kelemahan pada penelitian ini adalah pada bagian uji asumsi data tidak terdistribusi normal, baik pada variabel motivasi kerja maupun variable persepsi terhadap insentif hal ini disebabkan oleh penyebaran skala dilakukan secara *online* melalui *google formulir*, sehingga peneliti tidak bisa mengawasi secara langsung subjek saat mengisi skala, serta peneliti tidak mampu untuk memastikan subjek mengisi skala dengan bersungguh-sungguh atau tidak. Selanjutnya kelemahan pada penelitian ini metode pengambilan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* yang tidak dapat digeneralisasikan pada subjek dengan kriteria yang berbeda karena sample tidak mewakili semua populasi (Etikan, Musa, & Alkasim, 2016).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa karyawan koperasi di Yogyakarta mayoritas memiliki persepsi terhadap insentif pada kategori normal dan motivasi kerja pada kategori sedang. Hasil uji hipotesis menyatakan variabel persepsi terhadap insentif dengan variabel kinerja memiliki korelasi serta berhubungan yang positif dan signifikan. Yang bisa dikatakan apabila karyawan memiliki persepsi terhadap insentif yang positif, maka motivasi kerja yang dimiliki karyawan juga akan tinggi. Sebaliknya apabila karyawan memiliki persepsi terhadap insentif pada taraf yang negatif, motivasi kerja yang dimiliki karyawan akan berada pada tingkat yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, J. S. (1965). *Inequity in social exchange*. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 267-299). Academic Press.

Agatha, M. K., Aulia, R. L., & Hwihanus, H. (2024). Analisis Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Kinerja Karyawan Studi Kasus Perusahaan Tour Travel

- PT. Menara Dunia Tour Travel Di Surabaya. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(2), 318-331.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Barusman, M. Y. S., & Amelia, E. (2021). *Pengaruh Insentif Terhadap Motivasi Kerja di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung*.
- Basarah, T. V. (2021). Makna Simbolik Salam Pacantel Di Kalangan Penggemar Doel Sumbang (Analisis Interaksionisme Simbolik Penggemar Doel Sumbang Dalam Memaknai Salam Pacantel Di Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Pascasarjana).
- Dony Ariandy, M. U. H. A. M. M. A. D. (2022). Pengaruh Sistem Pemberian Insentif dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sumatera Utara (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara).
- Elfani, U., Affandi, A., & Abdurrahman, D. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Divisi Alat Berat PT. Pindad (Persero) Bandung. *Prosiding Manajemen*, 451-458.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Ghassani, A. A. (2024). *Hubungan antara sikap tentang insentif dengan motivasi kerja karyawan sales di PT. Accentuates*. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 3(1), 21–28.
- Gultom, D., & Agnes, M. (2017). *Hubungan Antara Persepsi Tentang Insentif Dengan Motivasi Kerja Karyawan Marketing PT. Bernofarm* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Hasibuan, M. S. P. (2007). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi Revisi). Bumi Aksara
- Herzberg, F. (1966). Work and the nature of man. *World*.
- Indra, S. (2024). *Hubungan Motivasi Perawat Pelaksana Terhadap Kinerja Dalam Pengisian Dokumentasi Asuhan Keperawatan Di Ruang Rawat Inap RST TNI AD Bukittinggi Tahun 2024* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat).

- Indrawan, I., Lestari, Y., Nadhzir, R., & Taqiya, S. (2025). Dampak Model Pelayanan Perpustakaan Berbasis Komunitas. *Jurnal Transformasi Pendidikan Modern*, 6(1).
- Nora, M. E. (2019). *Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Disiplin Kerja pada Pegawai Balai Veteriner Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Pardede, R. Y. (2015). Hubungan antara Persepsi terhadap Insentif dengan Motivasi Kerja pada Karyawan PT. Gogo Karya Mandiri Medan (Doctoral dissertation).
- Rahman, F., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, Dan Karakteristik Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kontrak (Studi Pada FISIP ULM Banjarmasin). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 9(1), 69-82.
- Rany, A. P., Farhani, S. A., Nurina, V. R., & Primada, L. M. (2020). Tantangan Indonesia Dalam Mewujudkan.
- Rasyidi, M. A. (2021). Mengembalikan Koperasi Kepada Jatidirinya Berdasarkan Ketentuan-Ketentuan Dan Peraturan-Peraturan Yang Berlaku Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 8(1).
- Rizqullah, F. (2022). *Pengaruh insentif material dan non-material terhadap kinerja melalui motivasi sebagai variabel mediasi (Studi pada karyawan Bank BTN Wilayah 2 Jakarta Timur)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sunardi, H. P. (2009). *Persepsi karyawan dalam pemberian insentif terhadap motivasi kerja*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 9(1).
- Warisno, A. (2019). Pengembangan sumber daya manusia dalam peningkatan mutu lulusan pada lembaga pendidikan Islam di Kabupaten. *Ri'ayah: Jurnal Sosial dan Keagamaan*, 3(2), 99. <https://doi.org/10.32332/riayah.v3i02.1322>