

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, Indonesia bukan negara yang berasaskan Islam walaupun muslim menjadi mayoritas. Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Selain itu, jumlah penduduk di Indonesia juga menduduki posisi keempat di dunia dan lebih dari 86% penduduk Indonesia beragama islam. Sebagai agama mayoritas di negeri ini, segala hal yang mulai dari masalah kuliner, sandang, pendidikan, hingga perbankan disesuaikan dengan agama islam, begitu juga dengan kebutuhan busana.

Tren busana muslim dikalangan wanita muslim Indonesia beberapa tahun terakhir ini merupakan fenomena yang menggembirakan. Semangat wanita Indonesia untuk menggunakan busana muslim gamis hampir dapat dijumpai di semua area publik, baik dilingkungan pemerintah maupun swasta. Fenomena ini merupakan dampak positif media yang memberikan informasi tentang *public figure* lainnya yang menyadari pentingnya melaksanakan salah satu ajaran Islam mengenai menutup aurat. Hal itu didukung berbagai kemajuan dan perkembangan peradaban yang serba canggih dan cepat menghasilkan produk-produk yang beraneka ragam yang digunakan untuk kebutuhan manusia.

Salah satu aspek yang berkembang adalah industri pakaian, pakaian pada dasarnya adalah kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan oleh manusia di dunia,

hal ini terbukti dengan munculnya berbagai model dan bahan yang sangat bervariasi di seluruh dunia. Disisi lain pakaian juga berkaitan dengan rasa keindahan, juga membuat dampak psikologi bagi pemakainya, serta pakaian juga berkaitan dengan budaya dan perkembangan masyarakat.

Membahas tentang perkembangan busana, Industri kreatif memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan hasil riset antara Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, tercatat Amerika Serikat merupakan pangsa pasar terbesar produk fashion sejak tahun 2015 hingga 2021. Dari tabel 1.1 terlihat bahwa ekspor subsektor fashion ke Amerika Serikat memiliki peranan terbesar diantara negara tujuan lainnya. Komoditas terbesar produk fashion ke amerika serikat berasal dari industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil.

**Tabel 1.1 Ekspor Subsektor Fashion Menurut Negara Tujuan, 2015-2021**

Negara Tujuan	Nilai FOB (Juta US\$)						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>USA</b>	4.464,0	4.981,0	4.584,7	4.769,4	4.685,0	4.787,4	4.728,1
<b>Jepang</b>	276,2	462,5	638,3	832,0	859,2	921,3	943,6
<b>Jerman</b>	642,3	777,4	693,0	685,4	734,6	683,9	701,0
<b>Belgia</b>	346,2	454,7	464,1	449,3	519,0	502,1	509,8
<b>Tiongkok</b>	79,6	129,1	185,3	231,8	304,5	396,5	483,0
<b>Korea Selatan</b>	95,5	202,5	280,9	364,1	366,9	382,2	392,2
<b>Inggris</b>	463,4	493,9	467,9	432,6	420,4	391,3	359,4
<b>Belanda</b>	256,7	314,4	263,8	270,5	220,0	239,8	272,8
<b>Australia</b>	79,9	110,6	128,8	158,2	173,1	205,5	234,7
<b>Kanada</b>	164,5	207,4	191,9	209,1	226,1	219,2	230,3
<b>UAE</b>	137,2	175,2	203,8	198,8	248,3	211,7	170,8

Sumber : bps.go.id

Pada tahun 2015 nilai ekspor subsektor fashion ke Amerika Serikat mencapai US\$4.464,0 juta dengan berat bersih 298,5 ton dan pada tahun 2021 tercatat sebesar US\$4.728,1 juta yang memberikan kontribusi sebesar 43,37 persen terhadap ekspor

subsektor fashion. Ekspor ke negara tujuan ini menurun 1,24 persen terhadap ekspor tahun sebelumnya.

kinerja industri halal tanah air menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam dua tahun terakhir dan berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data *State of the Global Islamic Economy Report 2020-2021*, sektor fashion muslim Indonesia menempati posisi ke-3 dunia setelah Arab Saudi dan Turki dapat dilihat dari Tabel 1.1. Nilai transaksi industri halal pada 2021, umat muslim dunia membelanjakan sekitar dari USD 2,02 triliun untuk kebutuhan bidang makanan, farmasi, kosmetik, fashion, pariwisata, dan sektor-sektor syariah lainnya. Jumlah tersebut meningkat 3,2 persen dibandingkan tahun 2018.

Saat ini fashion Muslim di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan yang terlihat dari semakin banyaknya media yang membahas mengenai fashion Muslim mulai dari majalah, televisi serta berbagai media lainnya, oleh sebab itu saat ini fashion Muslim tidak hanya berfungsi sebagai penutup aurat saja, namun bergeser menjadi tren bagi masyarakat Indonesia. Perubahan fashion Muslim yang semakin modern menyebabkan banyak diminati kalangan remaja hingga anak-anak. Perubahan fashion muslim semakin modern di Indonesia mendorong para desainer untuk menciptakan karya produk fashion busana muslim dengan ciri khas.

**Tabel 1. 2 Rincian Skor Indikator**

No	Country	GIEI	Islamic Finance	Halal Food	Muslim-Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma and Cosmetics	Media and Recreation
1	Malaysia	207.2	426.9	123.4	193.5	46.0	15.5	97.3
2	Saudi Arabia	97.8	218.6	56.6	69.2	19.3	15.8	29.7
3	UAE	90.2	114.6	63.3	78.6	171.8	30.9	63.8
4	Indonesia	68.5	91.0	71.1	58.0	68.0	31.3	26.8
5	Turkey	67.3	51.0	69.8	106.7	95.1	31.5	53.5
6	Bahrain	66.7	121.9	44.5	89.3	18.6	29.4	30.1
7	Singapore	65.0	45.0	57.8	107.1	48.3	23.5	78.5
8	Kuwait	62.1	115.5	43.1	69.0	17.5	60.8	29.2
9	Iran	56.0	90.3	48.1	52.1	25.4	15.7	24.9
10	Jordan	51.8	72.1	51.3	58.4	19.3	10.6	25.7
11	Oman	47.8	74.5	46.1	43.2	20.2	21.4	25.9
12	Qatar	46.9	73.4	43.4	40.1	21.6	31.5	30.8
13	UK	46.1	49.0	47.4	31.4	41.9	10.7	57.9
14	Kazakhstan	45.2	46.0	59.2	60.8	26.6	11.4	26.4
15	Pakistan	44.9	65.7	48.3	38.7	26.4	29.4	11.0

Sumber : SGIE report by Dinar Standard

Di Indonesia tepatnya di Bandung banyak sekali pelaku usaha yang membuka toko, gerai, atau outlet yang menjual rangkaian busana muslim dengan berbagai brand seperti Zoya, Rabbani, Elzatta, Planet Fashion, Mumtaz dan masih banyak brand baru lainnya yang terus bermunculan. Dengan semakin banyaknya perusahaan fashion muslim beredar di pasaran berarti memberi keleluasaan bagi konsumen untuk memilih yang sesuai dengan keinginannya seperti; harga, bahan, desain, atau kualitas produknya.

**Tabel 1. 3****Daftar Harga Produk Rabbani, Elzatta, Zoya dan Planet Fashion**

Merek	Kerudung	Gamis
Planet Fashion	Rp. 29.900 – 99.000	Rp. 111.150 – 231.250
Rabbani	Rp. 49.500 – Rp. 120.500	Rp. 119.500 – Rp. 474.000
Elzatta	Rp. 57.900 – Rp. 89.900	Rp. 149.000 – Rp. 439.000
Zoya	Rp. 53.000 – Rp. 107.000	Rp. 123.250 – Rp. 201.500

Sumber : Katalog Planet Fashion, Rabbani, Elzatta, dan Zoya

Dari sekian daftar harga yang terlihat pada tabel 1.3 adalah harga kerudung Planet Fashion masuk dalam kategori harga yang sangat cocok di semua kalangan. Bisa dibandingkan dengan merek Rabbani, Elzatta dan Zoya, mereka membandrol harga yang hampir sama, harga minimal yang ditawarkan lebih mahal dari Planet Fashion. Begitu juga dengan harga gamis, jika dilihat dari harga gamis, Planet Fashion menawarkan harga dibawah merek lainnya. Planet Fashion membandrol harga standar tetapi dengan kualitas yang tidak kalah dengan produk lainnya.

Planet Fashion merupakan perusahaan garmen yang bergerak dalam bidang retail busana muslim. Planet Fashion telah memproduksi fashion muslim sejak tahun 1980an, Planet Fashion memproduksi busana muslim secara B2C (*Business to Customer*) langsung pada pelanggan melalui tim sales, gerai/outlet, dan juga agen yang bekerja sama.

Moto yang digunakan oleh Planet Fashion Bandung adalah Modis, Berkualitas, dan Terjangkau. Modis berarti menyediakan busana muslim yang mengikuti mode atau tren. Berkualitas berarti produk yang dihasilkan bermutu tinggi, terjangkau berarti harga yang dapat dijangkau oleh semua pelanggan. Distribusi produk dibuat agar dapat menjangkau pelanggan di Bandung.

**Tabel 1. 4**  
**Data Penjualan Tiap Cabang Planet Fashion Tahun 2019-2021**

<b>Toko</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Pasar baru	Rp. 19.505.370.088	Rp. 8.138.450.675	Rp. 11.347.312.700
Dewi Sartika	Rp. 9.172.897.580	Rp. 2.369.211.500	Rp. 2.625.817.800
Kings	Rp. 4.539.527.500	Rp. 2.961.853.500	Rp. 1.421.523.800
BIP	Rp. 4.484.454.590	Rp. 1.387.988.000	Rp. 1.050.144.000
Dallas	Rp. 3.981.468.150	Rp. 1.282.462.600	Rp. 672.498.500
ITC	Rp. 3.694.547.285	Rp. 1.212.516.000	Rp. 915.770.500
Citylink	Rp. 2.313.506.140	Rp. 1.062.678.500	Rp. 245.135.000
Total	Rp. 47.691.771.333	Rp. 17.028.560.763	Rp. 18.278.202.300

Sumber : Laporan Penjualan Planet Fashion 2019-2021

Dapat dilihat pada Tabel 1.4 merupakan data penjualan tiap cabang Planet Fashion tahun 2019-2021 menunjukkan bahwa penjualan tiap cabang mengalami penurunan penjualan. Pola penjualan yang tidak tetap akan mengakibatkan beban kerja yang tidak tetap. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan perencanaan untuk mengatur tingkat produksi, penggunaan tenaga kerja, kapasitas produksi serta untuk membuat jadwal produksi yang terperinci sesuai kapasitas yang dimiliki dan juga pemberian imbalan terhadap kinerja para karyawan.

Manajemen sumber daya manusia merupakan program, aktivitas untuk mendapatkan, mengembangkan, memelihara dan mendayagunakan sumber daya manusia untuk mendukung perusahaan mencapai tujuannya. Sumber daya manusia adalah faktor sentral dalam suatu organisasi. Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi di buat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia. Jadi manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan institusi/organisasi. Untuk itu sumber daya manusia perlu dikembangkan dan diperhatikan agar kualitasnya dapat ditingkatkan, sehingga berdampak pada meningkatkan kinerja organisasi dimana sumber daya manusia tersebut berada. Kualitas atau kinerja karyawan harus selalu dipelihara dan ditingkatkan.

Untuk meningkatkan kinerja yang efektif, maka instansi organisasi dapat memperhatikan hal yang paling utama yakni pemenuhan kebutuhan pegawainya. Untuk memenuhi kebutuhannya, maka diperlukan adanya imbalan atau kompensasi sebagai bentuk motivasi yang diberikan kepada pegawai. Kompensasi penting untuk meningkatkan motivasi pegawai mencapai prestasi yang terbaik. Prinsip

penting dalam kompensasi adalah prestasi yang tinggi harus diberi penghargaan yang layak dan apabila melanggar aturan dalam organisasi harus diberikan sanksi yang setimpal serta adil.

Akan tetapi kinerja para karyawan tersebut tidak selalu berjalan baik dengan apa yang diinginkan sebuah perusahaan, terkadang ada beberapa faktor yang dapat membuat kinerja karyawan tersebut bisa naik atau turun. Hal yang memang mempengaruhi kinerja adalah dengan diberlakukannya *Reward* dan *Punishment* yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Fajri dan Rohman (2019:147) “*Reward* mempunyai sejumlah ragam di mana perusahaan menyediakannya bagi karyawannya atas dedikasi yang sudah mereka sumbangkan. *Reward* tersebut pun bisa memunculkan rasa puas bagi karyawan dalam pemenuhan kebutuhannya lewat opsi mereka mengenai perilaku yang berkenaan dengan pekerjaan”. Selain *Reward* yang didapatkan oleh karyawan, mereka juga akan mendapatkan *Punishment* apabila kinerja mereka tidak sesuai dengan tanggung jawab yang sudah diberikan.

Survei pada Jobstreet.com yang dilansir dari CNN Indonesia bahwa motivasi kebahagiaan di tempat kerja itu sangat berpengaruh, sebesar 33,4 persen responden yang merupakan Generasi Y dengan rentang usia 22-26 tahun dan pengalaman bekerja 1-4 tahun, menyatakan bahwa mereka tidak bahagia di tempat kerja dengan beberapa faktor yakni kesempatan pengembangan karier yang terbatas, dan jumlah insentif yang kurang menggiurkan (Aghniya Khoiori, 2018). Sejalan dengan hasil survei tersebut, dengan diterapkannya *Reward* dan *Punishment* kepada karyawan maka sebuah perusahaan akan didorong untuk memahami pentingnya arti kualitas pelayanan dan peningkatan mutu pelayanan.

Menurut informasi yang didapat oleh peneliti melalui wawancara secara langsung kepada sebagian karyawan bahwa kinerja karyawan Planet Fashion Bandung belum mencapai tingkat maksimal, hal ini dapat dilihat dari karyawan Planet Fashion Bandung masih ada yang datang terlambat, masih ada karyawan yang tiba-tiba meninggalkan kantor atau pekerjaan tanpa ijin terlebih dahulu kepada atasan, masih ada karyawan yang tidak masuk kerja tanpa menggunakan surat izin/mangkir, selain itu masih ada sebagian karyawan yang masih kurang maksimal dalam menuntaskan pekerjaan dan kurang sigap dalam mengerjakan tugasnya. Dengan hal ini pimpinan Planet Fashion Bandung perlu memberikan motivasi kepada karyawan dan juga hukuman dalam bentuk apapun sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara pada karyawan yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Reward* yang terjadi pada Planet Fashion Bandung terdapat beberapa masalah yaitu :

1. Berdasarkan *Intrinsic Reward* dengan indikator rasa bangga atas pencapaian hasil pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.
2. Berdasarkan *Extrinsic Reward* dengan indikator pemberian bonus dari perusahaan kepada karyawan dan juga indikator pemberian tunjangan dari perusahaan kepada karyawan.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh kurang berjalannya reward secara optimal yaitu:

### **1. Ketidakpastian pemberian *reward* berupa bonus**

*Reward* berupa bonus masih diberikan dalam bentuk acak/*random* dan tidak ditentukan secara pasti oleh perusahaan, *reward* yang diberikan bisa berupa produk, uang, ataupun pulsa.

### **2. Kurangnya pemberian *reward* secara psikologis dan sosial**

Kurangnya apresiasi kepada pegawai sebagai bentuk dorongan atau motivasi dalam meningkatkan kinerja karyawan seperti pujian lisan ataupun tulisan, atau apresiasi berupa penghargaan karyawan terbaik yang seharusnya didapatkan dan diketahui oleh seluruh karyawan setiap bulannya.

### **3. Ketidakseimbangan waktu pemberian *reward***

*Reward* yang diberikan tidak rutin setiap bulan, melainkan diakumulasikan menjadi setiap 6 bulan hingga 1 tahun sekali, hal ini dirasa kurang seimbang dikarenakan tidak seperti halnya *punishment* yang dapat diberikan pada bulan tersebut apabila tingkat absensi karyawan di bawah 90% tanpa adanya keterangan.

Kondisi kerja yang menurun berdampak pada kinerja karyawan di perusahaan dan tujuan perusahaan. Karyawan akan lebih dapat memberikan totalitas dalam bekerja bila dapat mengatasi *Punishment* dengan baik, dan meningkatkan *Reward*. Butuh pendekatan lain yang lebih menyentuh perasaan/mental kemanusiaan dan juga pemberian *Reward* yang sesuai, sehingga berdampak meningkatkan kinerja karyawan di Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara pada karyawan yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Punishment* yang terjadi pada karyawan Planet Fashion Bandung terdapat beberapa masalah yaitu :

1. Berdasarkan *Punishment Preventif* dengan indikator tuntutan mematuhi arahan dan perintah pimpinan oleh para karyawan.
2. Berdasarkan *Punishment Represif* dengan indikator adanya PHK bagi karyawan yang dilakukan oleh pimpinan.

Pedoman pelatihan dan pengembangan karyawan di Planet Fashion Bandung ada 3 jenis yaitu : Pertama, hukuman ringan yang berbentuk teguran baik lisan dan tertulis (ST), diberikan pada karyawan Planet Fashion Bandung yang sering datang terlambat dan tidak masuk kerja tanpa izin. Kedua, hukuman sedang berupa penahanan bonus sampai dengan munculnya surat peringatan (SP), karena kinerja karyawan yang kurang memuaskan dan tidak sesuai yang di inginkan seperti tidak tercapainya target dan melanggar hukuman ringan. Sedangkan yang ketiga, yaitu hukuman berat berupa pemutusan hubungan kerja (PHK), seperti adanya karyawan yang melakukan penyelewengan pekerjaan dan tidak memperbaiki kesalahan yang telah dilakukan dari hukuman ringan sampai hukuman sedang. Sehingga nantinya karyawan tersebut akan di PHK sesuai dengan pertimbangan manajer.

Penilaian kinerja merupakan penilaian atau evaluasi sistematis terhadap kinerja karyawan berdasarkan standar tertentu. Penilaian kinerja digunakan untuk memberitahukan pada karyawan sejauh mana kinerja mereka dan imbalan yang akan mereka dapatkan. Penilaian kinerja juga bertujuan untuk mengevaluasi dan

memberikan umpan balik pada manajer yang akan mengembangkan karyawan dan juga keefektifan organisasi.

Planet Fashion Bandung menerapkan sistem *Reward* dan *Punishment* yang cukup ketat. Kinerja karyawan dipantau secara berkala mulai performa dan ketepatan waktu sampai kepatuhan prosedur kerja. Pengaruh *punishment* dan *reward* di Planet Fashion Bandung menjadi perhatian penuh bagi manajerial demi meningkatkan kinerja karyawannya untuk mencapai tujuan perusahaan. Dapat dilihat dari Tabel 1.3 standar penilaian kinerja karyawan Planet Fashion Bandung.

**Tabel 1. 5**  
**Standar Penilaian Hasil Kinerja Karyawan Planet Fashion Bandung**

Skor	Nilai	Bobot
5	91 – 100	Baik Sekali
4	81 – 90	Baik
3	71 – 80	Cukup
2	61 – 70	Kurang
1	51 – 60	Buruk
0	< 50	Buruk Sekali

Sumber : Planet Fashion Bandung 2022

Berdasarkan Tabel 1.5 diatas menjelaskan bahwa standar penilaian di perusahaan berdasarkan skor, nilai, dan bobot masing-masing yang telah di tentukan oleh perusahaan. Dalam usaha mencapai tujuan perusahaan, maka diharapkan kinerja karyawan Planet Fashion Bandung dapat terus meningkat. Akan tetapi pada kenyataannya kinerja karyawan pada Planet Fashion Group Bandung mengalami masalah penurunan kinerja.

**Tabel 1. 6**  
**Laporan Penilaian Kinerja Karyawan**  
**Planet Fashion Tahun 2019-2021**

Yudisium Kinerja	Tahun 2019		Tahun 2020		Tahun 2021	
	Jumlah Karyawan	%	Jumlah Karyawan	%	Jumlah Karyawan	%
Baik sekali	2	1.68	5	3.65	16	11.60
Baik	64	53.78	57	41.60	46	33.33
Cukup	30	25.21	41	29.93	34	24.64
Kurang	23	19.33	34	24.82	42	30.43
Buruk	-	-	-	-	-	-
Buruk Sekali	-	-	-	-	-	-
Jumlah	119	100	137	100	138	100

Sumber : Planet Fashion Group 2022

Berdasarkan Tabel 1.6 dapat dilihat data penilaian kinerja karyawan dari tahun 2019-2021 mengalami penurunan. Pada setiap tahunnya jumlah karyawan yang mendapat nilai kurang terus bertambah, sementara perusahaan menetapkan target minimum kinerja karyawan dengan nilai cukup, namun pada kenyataannya masih terdapat karyawan yang mendapatkan nilai Kurang dengan persentase melebihi 20 persen, jumlah karyawan yang mendapatkan nilai Kurang pada tahun 2021 merupakan jumlah yang tertinggi yaitu mencapai 30,43%. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan dan berdampak pada rendahnya produktivitas karyawan sehingga berpengaruh terhadap kompensasi atau bonus yang akan diterima oleh karyawan.

Rendahnya penilaian kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh rendahnya presentasi jam kerja karyawan. Ketidakhadiran karyawan akan menyebabkan karyawan tidak dapat memenuhi target perusahaan dan dapat menyebabkan produktivitas perusahaan yang rendah sehingga perusahaan akan mengalami

kerugian. Tingkat kehadiran karyawan dapat terlihat dari Tabel 1.7 persentase kehadiran karyawan dan kehadiran tepat waktu karyawan tahun 2019-2021.

**Tabel 1. 7**  
**Laporan Persentase Kehadiran Karyawan dan**  
**Persentase Kehadiran Tepat Waktu Karyawan**  
**Planet Fashion Tahun 2019-2021**

Tahun	2019	2020	2021
Persentase Kehadiran	92.34%	89.78%	85.50%
Persentasi Tepat Waktu	84.87%	78.83%	76.08%

Sumber : Planet Fashion Bandung 2022

Berdasarkan Tabel 1.7 dapat dilihat persentase kehadiran karyawan yang menurun dari tahun 2019-2021. Pada tahun 2019 persentase kehadiran karyawan 92,43% sedangkan perusahaan sendiri menargetkan persentase kehadiran 98%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 89,78%, pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 85,50%. Persentase kehadiran karyawan mengalami penurunan sementara target dari perusahaan untuk mencapai persentase kehadiran 98% belum tercapai.

Selain kehadiran dan produktivitas, rendahnya kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh tingginya tingkat *turnover* karyawan. Tingkat *turnover* yang tinggi mengakibatkan biaya yang ditanggung perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan kesempatan memperoleh peningkatan kinerja dari karyawan baru. Tingkat *turnover* karyawan Planet Fashion Group cukup tinggi hal tersebut sangat mengganggu produktivitas dari perusahaan dan menghambat peningkatan kinerja dari karyawan, baik karyawan lama maupun karyawan baru. Tingkat *turnover* karyawan dapat terlihat Tabel 1.8 berikut :

**Tabel 1. 8**  
**Laporan Turnover Karyawan**  
**Planet Fashion Bandung Tahun 2019-2021**

Tahun	Masuk	%	Keluar	%	Jumlah Karyawan
2019	19	15.96%	15	12.60%	119
2020	37	27.01%	19	13.87%	137
2021	24	17.39%	23	16.66%	138

Sumber : Planet Fashion Bandung 2022

Berdasarkan Tabel 1.8 tingkat *turnover* karyawan cukup tinggi dengan rata-rata presentasi karyawan masuk dan keluar diatas 10%. Pada setiap tahunnya karyawan yang masuk terus bertambah, hal tersebut dikarenakan tuntutan perusahaan untuk menghasilkan jumlah produksi yang tinggi. Tahun 2020 merupakan tahun dengan jumlah karyawan masuk paling tinggi yaitu mencapai 37 orang atau 27,01%, sedangkan tahun 2019 merupakan tahun dengan jumlah karyawan masuk yang paling rendah yaitu mencapai 19 orang atau 15,96%.

Menurut Parwita et al., (2019) dalam Tampubolon (2020:67) “*Turnover intention* merupakan hal penting yang harus menjadi perhatian bagi setiap perusahaan, perusahaan harus mampu meminimalisir tingkat *turnover intention* yang semakin tinggi dari waktu ke waktu. Secara umum ketika karyawan melakukan pengunduran diri, maka pada sebelumnya mereka sudah memiliki niat untuk keluar dari perusahaan seperti mencari posisi lain pada perusahaan berbeda”.

*Reward* dan *Punishment* sangat erat hubungannya dengan pemberian motivasi karyawan. Persaingan semakin hari semakin ketat membuat persaingan semakin tajam sehingga setiap perusahaan dituntut untuk memiliki strategi dalam meningkatkan kinerja karyawan. Penerapan *Reward* dan *Punishment* telah menjadi perhatian penuh bagi pihak manajerial perusahaan terutama untuk memotivasi

kinerja karyawan. Meskipun pada awalnya karyawan yang belum terbiasa dengan sistem pengawasan ketat melalui penerapan *Reward* dan *Punishment* merasa tertekan tetapi ada juga yang menganggap penerapan tersebut sebagai motivator untuk meningkatkan kinerja.

Berdasarkan penjelasan di atas, serta dari data yang diperoleh pada Planet Fashion Group menyebabkan keinginan penulis untuk menganalisa sejauh mana keberhasilan Planet Fashion Bandung dalam memanfaatkan tenaga kerjanya dengan cara melihat dari kinerja karyawan. Dari data Planet Fashion Bandung tahun 2019- 2021 diatas diketahui bahwa kecenderungan penurunan kinerja karyawan setiap bulannya. Dengan begitu, penulis mengadakan penelitian mengenai masalah kinerja karyawan dengan judul “**Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Pada Planet Fashion Bandung**”.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat diidentifikasi masalah dan rumusan masalah yang diteliti.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dilihat dari permasalahan *Reward* dan *Punishment* terhadap kinerja karyawan pada Planet Fashion Bandung, dapat teridentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Hasil pencapaian kinerja karyawan pada Planet Fashion Bandung belum Optimal.
2. Tingkat *Reward* karyawan Planet Fashion Bandung berbeda-beda.

3. Tingkat *Punishmet* karyawan yang bervariasi.
4. Tingkat *Reward* dan *Punishment* yang tidak sesuai standar yang ditetapkan.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, maka identifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Reward* karyawan di Planet Fashion Bandung.
2. Bagaimana *Punishment* Karyawan di Planet Fashion Bandung.
3. Bagaimana kinerja karyawan di Planet Fashion Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh *Reward* dan *Punishment* Karyawan secara simultan maupun parsial terhadap kinerja karyawan Planet Fashion Bandung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa :

1. Reward karyawan di Planet Fashion Bandung
2. Punishment karyawan di Planet Fashion Bandung.
3. Kinerja karyawan di Planet Fashion Bandung.
4. Besarnya pengaruh Reward dan Punishment secara simultan maupun parsial terhadap kinerja karyawan di Planet Fashion Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, selain itu penulis juga berharap dengan melakukan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara teoritis maupun praktis.

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan sebagai referensi penelitian lainnya. Selain itu dapat dijadikan sebagai suatu perbandingan antara teori dalam penelitian dengan penerapan dalam dunia kerja yang sebenarnya. Khususnya tentang kajian *Reward*, *Punishment* dan Kinerja karyawan.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
  - a. Penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia, serta bisa di terapkan di dunia kerja ke depannya.
  - b. Penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia, khususnya pada masalah yang sedang diteliti yaitu *Reward* dan *Punishment*.

- c. Penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia, khususnya pada masalah yang sedang diteliti yaitu kinerja karyawan.
2. Bagi Perusahaan
    - a. Penelitian ini diharapkan bisa menghasilkan kesimpulan dan saran-saran atas masalah yang dihadapi sebagai bahan pertimbangan dalam upaya untuk menumbuhkan kinerja karyawan pada karyawan Planet Fashion Bandung.
    - b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi atas masalah yang dihadapi sebagai bahan pertimbangan dalam upaya menumbuhkan kinerja karyawan pada Planet Fashion Bandung.
  3. Bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan juga sebagai bahan referensi tambahan untuk mengembangkan penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.