
**STRATEGI PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN CV EIWA
KOTA MAKASSAR**

***EMPLOYEE PERFORMANCE IMPROVEMENT STRATEGY IN CV EIWA MAKASSAR
CITY***

¹Sri Ayu

Prodi Manajemen, Universitas Wira Bhakti
sriayu112@gmail.com

²Ratih Suwanti

Prodi Manajemen, Universitas Wira Bhakti
ratihsuwanti13@gmail.com

Universitas Wira Bhakti

Jl. A. P. Pettarani No. 72 Makassar, Sulawesi Selatan - Indonesia
sriayu112@gmail.com

ABSTRACT

Achieving the target determined by the company by looking at the level of the company's ability to meet market needs is the goal of a company in making a profit. but in fact the company so far based on the data obtained by the author has not been able to meet the employee performance targets set by the company. So that the company in its development has not been maximized. Based on these problems, the author in this study aims to analyze strategies for improving employee performance. The method used in this study is a qualitative descriptive method which explains the strategy for improving employee performance at CV Eiwa Makassar city. The data analysis technique used by the author in this study is a qualitative data analysis technique which is carried out through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the strategy for improving employee performance at CV Eiwa Makassar city has not been carried out routinely. This is due to a lack of understanding of things that can improve employee performance and the company's level of concern that is still not optimal for the welfare of its employees. In addition, in terms of improving employee performance, the company has not been able to implement it according to employee needs due to financial and non-financial limitations.

Keywords: *Discrimination, Expectations, Training and Development, and Communication.*

ABSTRAK

Pencapaian target yang ditentukan oleh perusahaan dengan melihat tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar merupakan tujuan dari suatu perusahaan dalam mendapatkan suatu keuntungan. namun pada kenyataannya perusahaan sejauh ini berdasarkan data yang didapatkan penulis belum mampu memenuhi target kinerja karyawan yang ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan dalam pengembangannya belum maksimal. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kinerja terhadap karyawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif deskriptif yang menjelaskan tentang strategi peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan CV Eiwa kota Makassar. Adapun teknik analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknis analisis data kualitatif yang dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan CV Eiwa kota Makassar belum ada dalam penerapannya secara teratur. Hal ini diakibatkan dari kurangnya pemahaman terhadap hal-hal yang mampu meningkatkan kinerja karyawan dan tingkat kepedulian perusahaan yang masih belum maksimal terhadap kesejahteraan karyawannya. Selain itu dalam hal peningkatan kinerja karyawan juga belum bisa dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan karyawan dikarenakan adanya keterbatasan baik secara *financial* maupun *non financial*.

Kata Kunci : Diskriminasi, Pengharapan, Pelatihan dan Pengembangan, serta Komunikasi.



PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada sumber daya manusianya. Setiap aspek bisnis sangat bergantung pada sumber daya manusia. Meskipun perusahaan memiliki banyak sumber daya, fasilitas, dan infrastruktur, operasinya tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan sumber daya manusia.

Sumber daya manusia adalah faktor terpenting dalam segala kebutuhannya. Jika perusahaan didukung oleh kinerja karyawan yang kompeten di bidangnya, maka akan tumbuh dan mampu bertahan dalam lingkungan yang kompetitif.

Karena perusahaan dapat tumbuh dan berkembang tentunya tidak hanya dengan faktor permodalan dan strategi perusahaan yang kuat, tetapi juga dengan strategi SDM (SDM) yang baik. Setiap perusahaan seringkali harus melakukan banyak hal untuk meningkatkan kinerja karyawannya, yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja perusahaan. Dalam hal ini karyawan atau pekerja disebut dengan SDM.

Kinerja dan output karyawan merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, agar perusahaan tetap kompetitif, mereka harus terus berupaya menemukan strategi yang efisien untuk meningkatkan kinerja karyawan. bisnis yang menghasilkan keuntungan melebihi dan di atas harapannya sendiri dalam jangka panjang. Namun, kemampuan dan pengetahuan SDM (sumber daya manusia) pada dasarnya terbatas, sehingga memerlukan pendekatan strategis untuk manajemen.

Pendekatan yang berbeda harus diambil oleh setiap perusahaan, terlepas dari apakah itu di sektor jasa atau industri. Menurut Robert dan Jackson (2001:16), jika sumber daya manusia ingin memainkan peran strategis dalam perusahaan, mereka perlu fokus pada masalah sumber daya manusia jangka panjang dan implikasinya..

Sehingga salah satu strategi yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan adalah bagaimana cara meningkatkan kinerja karyawan, karena hal tersebut adalah suatu kontribusi yang akan diberikan oleh karyawan dalam memberikan waktu, tenaga, bakat, kreativitas dan kesungguhan yang dilihat dari usaha mereka bekerja terhadap perusahaan.

Strategi adalah jenis perencanaan menyeluruh di mana ide-ide dimasukkan ke dalam tindakan, rencana dibuat, dan kegiatan dapat diakses dalam kerangka waktu yang telah ditentukan. Sebagai akibatnya, perusahaan harus memilih strategi yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Secara umum, perusahaan harus terus mengupayakan untuk pemenuhan harapan bagi para pelanggannya, yaitu yang dapat diupayakan kembali dari waktu ke waktu di bidang-bidang seperti layanan dan kualitas baik online maupun offline. Kerjasama berbasis tema dan identifikasi faktor pendukung yang berpegang pada prinsip rasional, efisien, pendanaan, dan strategi untuk mencapai tujuan secara efektif merupakan komponen dari strategi yang sukses.

Sebaliknya, istilah "kinerja" mengacu pada kemampuan seorang karyawan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah diberikan kepadanya baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Tingkat penghargaan dan kepuasan kerja, yang keduanya dipengaruhi oleh keterampilan dan kemampuan, saling terkait. terhadap kinerja dalam menjalankan fungsinya. Akibatnya, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang pekerjaannya dan memiliki keinginan yang kuat untuk berprestasi.

Kinerja setiap karyawan adalah unik karena setiap tugas memerlukan tingkat keterampilan yang berbeda, dan kinerja adalah tindakan daripada peristiwa. Tindakan kinerja itu sendiri terdiri dari banyak bagian dan tidak terjadi dengan segera. Pada intinya, kemampuan, upaya, dan peluang semuanya berkontribusi pada kinerja.

Sedangkan karyawan itu sendiri adalah organisme hidup yang memungkinkan suatu bisnis berfungsi, yang merupakan komponen penting dari perusahaan. Kesejahteraan perusahaan akan meningkat dengan pekerja yang bahagia. Loyalitas dan moral dapat diukur dari seberapa puas mereka dengan pekerjaan mereka.

Menurut penelitian yang dikembangkan oleh Jati (2007:18) dengan berjudul, "Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Pelatihan Dan Pengembangan Di Perum Bulog Divre Jateng", dari segi strategi untuk meningkatkan kinerja, memotivasi karyawan dalam bekerja akan menghasilkan promosi jika terjadi peningkatan dalam pekerjaan. Adapun menurut penelitian dari Halim (2014:1200-1201) dengan judul, "Analisis Strategi Peningkatan Kinerja Bagian Sekretariat Pada Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banggai", mengemukakan bahwa analisis strategi peningkatan kinerja seksi sekretariat termasuk kondisi yang sangat menguntungkan untuk peningkatan kinerja. Selain itu memanfaatkan analisis SWOT, di mana perusahaan sudah berpengalaman dalam lingkungan internal dan eksternal, adalah strategi terbaik yang telah dilakukan.

Sedangkan menurut penelitian Zulfajri (2013:98-99) yang berjudul, "Upaya Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Dan Karyawan Di MTs Karangmojo Gunungkidul Yogyakarta" menjelaskan bahwa pembinaan dalam bentuk workshop reguler serta kompetisi seni dan olahraga selalu diprioritaskan oleh pimpinan dalam upaya meningkatkan kinerja pegawai dan guru. Administrasi lebih tertib dan sistematis, dan hasilnya 100% siswa lulus. Upaya ini dapat mengurangi persentase keterlambatan kinerja.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa setiap organisasi memiliki strategi atau faktor pengaruh terhadap kinerja pegawai dalam pencapaian target perusahaan atau instansi. Perusahaan Commanditaire Vennootschap (CV) Eiwa merupakan perusahaan milik perseorangan yang dibentuk dalam sistem kekeluargaan, yang bergerak pada bidang industri fashion baik dalam distribusi maupun produksi dengan brand sendiri, dimana berada dibawah naungan salah satu badan keuangan non-negeri terbesar di Indonesia, yang didirikan pada tahun 2013 dan sejauh ini telah memiliki 26 karyawan bagian produksi dari berbagai latar belakang mulai dari Pendidikan, kemampuan, dan kehidupan sosial yang mencoba mengadakan nasibnya pada perusahaan kami.

Pada perusahaan CV Eiwa sendiri dalam pra penelitian penulis sejauh ini ternyata manajemen perusahaan hanya berfokus pada pencapaian target produksi yang bisa dihasilkan saja, tanpa melihat bahwa untuk mendapatkan target produksi sesuai dengan visi misi dari perusahaan, ada satu faktor penting yang sebenarnya sangat perlu diperhatikan untuk jangka panjang perusahaan.

Hal ini dibuktikan dengan belum adanya penerapan strategi dalam meningkatkan kinerja karyawan secara tertulis yang bisa ditampilkan atau dipahami baik oleh pemilik maupun karyawan secara objective terhadap perusahaan yang berpengaruh terhadap target produksi perusahaan sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pencapaian Target Hasil Produksi

No	Bulan	Target	Tercapai	%
1	Maret	182 pcs	113 pcs	62
2	April	182 pcs	107 pcs	59
3	Mei	182 pcs	84 pcs	46,1
Jumlah		546 pcs	304 pcs	56

Sumber : Data Pegawai Perusahaan Eiwa 2020/2021

Pada tabel diatas, dengan target yang diterapkan oleh perusahaan pada tiga bulan terakhir yakni pada bulan maret, april dan mei memiliki target produksi yang sama yaitu 182 pcs. Jika dilihat dari tabel pencapaian, kinerja karyawan memang masih jauh dari kata pencapaian target. Dimana pada bulan maret hanya mencapai 62%, pada bulan april mencapai 59%, dan pada bulan Mei pencapaian perusahaan hanya mencapai 46,1.

Sehingga jumlah keseluruhan yang dapat dicapai oleh perusahaan selama tiga bulan kerja hanya 56% saja. Sehingga berdasarkan data tersebut peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti upaya atau strategi peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan CV Eiwa kota Makassar.

Melihat dari kondisi perusahaan yang di observasi pra penelitian sebelum menentukan judul, hal ini dikarenakan belum adanya penyusunan strategi peningkatan kinerja karyawan yang dilakukan perusahaan secara tertulis yang bisa menjadi tolak ukur karyawan atau perusahaan dalam peningkatan kinerja karyawan.

Berdasarkan kondisi tersebut dapat dikatakan bahwa CV Eiwa Kota Makassar belum adanya penyusunan strategi peningkatan kinerja karyawan yang dilakukan perusahaan secara tertulis yang bisa menjadi tolak ukur karyawan atau perusahaan dalam peningkatan kinerja karyawan dan menyebabkan kurang tepatnya sasaran pencapaian dalam menjalankan perusahaan. Sehingga dengan melihat kondisi produktivitas dari perusahaan, perlunya upaya perancangan atau evaluasi terhadap strategi yang efektif dan efisien agar terwujudnya visi dan misi perusahaan. Pada kegiatan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan Commanditaire Vennootschap (CV). Eiwa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dalam hubungannya dengan penelitian studi kualitatif lapangan (Tanzeh, 2011:64). Data primer dan data sekunder adalah jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer dapat ditemukan dalam bentuk responden individu, kelompok fokus, dan panel yang telah dipilih secara khusus oleh peneliti, dan di mana pendapat tentang topik tertentu kadang-kadang dapat dicari. Data sekunder, di sisi lain, berasal dari studi, laporan, dan tulisan lain yang berkaitan dengan judul studi serta catatan atau dokumentasi perusahaan.

Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara yang dilakukan secara mendalam terhadap informan. Teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kegiatan wawancara dilakukan dengan hal-hal yang berkaitan dengan strategi

peningkatan kinerja karyawan pada Perusahaan CV Eiwa Kota Makassar. Kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati kondisi umum perusahaan CV Eiwa Kota Makassar, yang berkaitan dengan strategi peningkatan kinerja karyawan. Sedangkan kegiatan dokumentasi dengan melihat atau mengambil data-data perusahaan, *website* CV Eiwa, foto atau gambar serta dokumen lainnya.

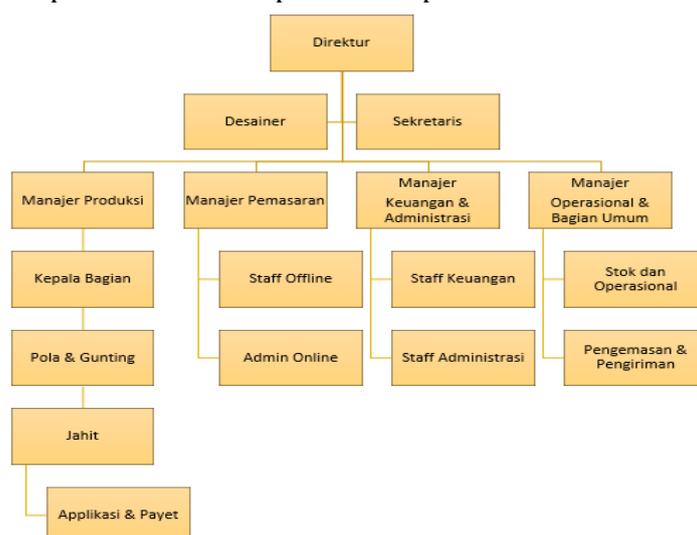
Teknik analisis data berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan studi dokumentasi dan wawancara terkait dengan strategi peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan CV EIWA Kota Makassar. Data yang terkait dengan strategi peningkatan kinerja karyawan dikumpulkan, dikelompokkan kembali ke dalam setiap masalah yang ada, dan diperoleh kesimpulan setelah proses reduksi data ini. Dengan mengambil keputusan dan menarik kesimpulan, data disajikan. Teks naratif yang digunakan untuk menyajikan kualitatif data disertai dengan matriks, diagram, tabel, dan bagan. Masalah yang peneliti selidiki akan dijelaskan dan disimpulkan dalam kesimpulan selanjutnya. Menemukan makna yang telah disajikan dari data yang terkumpul adalah bagaimana kesimpulan itu dicapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil perusahaan CV Eiwa sendiri memiliki pengertian *overview*, “*Eiwa is an upscale formal women’s clothing boutique that will open this year. Eiwa defines the boutique and its essence of inclusion. Eiwa’s clothing selection and exclusive personal style services, which include a detailed style assessment, will ensure that all customers are well dressed. Eiwa is a women-owned business with future plans for incorporation in Indonesia*”.

Perusahaan CV Eiwa merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang usaha *fashion apparel* dalam pembinaan Bank Indonesia. CV Eiwa memiliki makna dengan menyediakan pakain wanita formal yang memiliki standar dengan kualitas kelas atas, yang memberikan pilihan pakaian dengan produk yang eksklusif dengan memiliki penilaian gaya yang terperinci. Sehingga mampu menjadi perusahaan besar di masa depan.

Struktur organisasi pada CV Eiwa dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Struktur Organisasi CV Eiwa

Sumber : Dokumen Perusahaan CV Eiwa (2022)

Gambar di atas memperlihatkan struktur organisasi dari perusahaan CV Eiwa kota Makassar. Pada struktur organisasi bisa dilihat keterkaitan informan yang diambil oleh penulis untuk menjadi bahan pertimbangan hasil wawancara yang berhubungan langsung dengan strategi peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan CV Eiwa kota Makassar.

Berdasarkan keterkaitan tersebut penulis memilih 6 informan yang terdiri dari direktur, manajer produksi, kepala bagian, dan 3 karyawan pada bidang yang berbeda sebagai berikut, direktur selaku pimpinan perusahaan yang memiliki peran dalam mengambil kebijakan dan tanggung jawab untuk setiap kegiatan yang akan dilakukan pada perusahaan, manajer produksi, yang membawahi dan berhubungan langsung terhadap kepala bagian dan seluruh karyawan produksi pada perusahaan, karyawan yang diambil dari masing-masing bagian sebanyak tiga informan yaitu dari bagian pola dan gunting, jahit, serta payet, kepala bagian merupakan karyawan yang memiliki peran dalam hal mengontrol karyawan dalam bekerja.

Dalam pemasaran yang digunakan oleh CV Eiwa dilakukan secara *online*, dimana terbagi atas tiga bagian yaitu media sosial, website, dan *marketplace*. Tujuannya adalah untuk mencapai target produk yang siap dipasarkan oleh perusahaan memang dibutuhkan kerja keras dari karyawan dalam berkinerja.

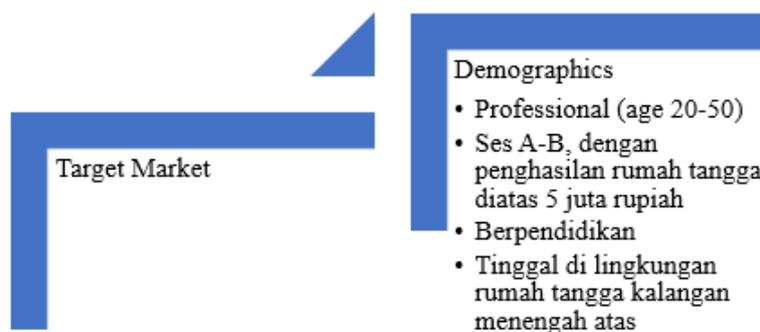
Berdasarkan profilnya, CV Eiwa memiliki visi dan misi dalam mendirikan perusahaan. Visi dari CV Eiwa yaitu "Menjadi Solusi Terbaik dari Berbagai Masalah Fashion Wanita". Sedangkan misinya dapat dilihat berdasarkan *financial objectives* dan *non financial objective* sebagai berikut:

Financial Objectives dimana terdiri dari: mempertahankan pertumbuhan inflasi produktif per tahun pada tingkat 12%, meningkatkan *inventory* sebanyak 5 (lima) kali lipat tiap semesternya sehingga mampu meningkatkan penghasilan setiap tahunnya, untuk mendapatkan *return on equity* minimal 30% tiap tahunnya, untuk meningkatkan *net income* minimal 20% tiap tahunnya.

Non Financial Objectives sebagai berikut: menjadi top 10 butik favorit di Makassar dalam waktu 2 tahun, menambahkan koleksi baru setiap triwulannya, untuk mendorong kesadaran dan membangun penjualan melalui pemasaran baik melalui media cetak lokal maupun *online* di kota Makassar, untuk menampilkan butik yang nyaman dengan lingkungan yang enak, untuk menampilkan kualitas dan mode terbaik dari desainer terkemuka dan mutakhir, untuk membantu wanita mempelajari pakain dan gaya yang disesuaikan dengan kepribadian mereka, untuk menghasilkan *buzz* dan penjualan melalui layanan eksklusif terbaik.

Business process perusahaan Eiwa dimulai dari in-house stitching unit, designer sendiri, 8 (delapan) stitching machines, 8 (delapan) jam kerja selama 6 (enam) hari kerja, 1-2 design per item tiap harinya, masing-masing design memiliki 2 (dua) ukuran yaitu model dan happy size, dan yang terakhir total produksi untuk tiap minggunya 81 produk. Jenis-jenis products yang terdapat pada perusahaan Eiwa antara lain: gamis, kaftan, *skirt*, blazer, hijab, *jewellery*, *style assessment* dan *make over*.

Sedangkan target market CV Eiwa dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.

**Gambar 2. Target Market CV Eiwa**

Sumber : Dokumen Perusahaan CV Eiwa (2022)

Berdasarkan target market diatas maka strategi umum pada CV Eiwa adalah mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan yang memanfaatkan *style assessment* dan menawarkan jasa untuk membantu setiap wanita menentukan pakaian yang tepat untuknya, memberikan materi pendidikan dan program-program yang memungkinkan pelanggan percaya dalam proses pengambilan keputusan mereka untuk membeli, membangun kesadaran merek dan layanan untuk memperkokoh reputasi Eiwa, memberikan pelanggan perasaan nyaman dengan memberikan akses “rahasia perusahaan” dan memanfaatkan kekuatan jaringan pribadi seorang wanita dengan memanfaatkan jaminan pemasaran yang dirancang untuk berbagi dan pengarahan, memanfaatkan arahan pribadi dan penata busana untuk terus meningkatkan jumlah konsumen.

Sehingga menghasilkan analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis SWOT CV Eiwa

<i>Strength</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Knowledgeable and friendly staff • Up-scale ambience • Clear vision of the market need • Our basic materials are cheaper
<i>Weaknesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk yang masih perlu ditingkatkan • Sumber daya manusia yang masih membutuhkan banyak pengalaman • Pemilik akan memasuki tahapan “<i>retail experience curve</i>” • Lokasi bukan merupakan area favorit untuk berbelanja, daerah yang bukan terkhusus untuk area fashion, dan jauh dari pusat kota • Tantangan bisnis musiman
<i>Opportunity</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya teman yang bergerak di bidang yang sama yang akhirnya mengambil bagian di Eiwa akan mampu memberikan pemasaran <i>word of mouth</i> kepada pelanggan selama ini

- Masih jarang nya butik rumahan di makassar yang memproduksi barangnya sendiri
- Sering diadakan pameran usaha di bidang fashion di beberapa mall ternama di Makassar yang bisa diikuti
- Pemanfaatan teknologi seperti *social media* maupun instant messenger akan menjadi salah satu teknik pemasaran yang bisa digunakan di kota Makassar dimana mereka cenderung menggunakan teknologi tersebut sebagai trend saat ini.
- Kesadaran masyarakat Makassar akan gengsi dan kesenangan mencari segala sesuatu yang simple yang tidak mampu diartikan oleh saingan dari Eiwa.

Threats

- Kompetisi dari butik lainnya yang sudah lama ada dan lebih dahulu memiliki nama dan pelanggan setiannya masing-masing
- Adanya butik-butik nasional, yang berasal dari ibukota, Jakarta yang mulai memasuki pasar di Makassar

Sumber : Dokumen Perusahaan CV Eiwa (2022)

Analisis SWOT perusahaan eiwa, yang merupakan singkatan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dijelaskan pada poin di atas. Seperti yang kita ketahui, analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk memantau dan mengevaluasi lingkungan eksternal dan internal perusahaan dalam rangka mencapai tujuan bisnis tertentu.

Merujuk pada analisis SWOT perusahaan juga menunjukkan bahwa, hal yang diterapkan tidak memiliki strategi yang memuat tentang strategi yang berkaitan dengan peningkatan kinerja karyawan. Padahal, jika dikaji dalam perluasan perusahaan harus memiliki karyawan yang berkompeten pada bidangnya bukan hanya dengan memiliki material yang baik.

Perusahaan Eiwa jika dilihat dari visi yang ingin dicapai memang sudah memiliki tujuan yang terarah dalam mengembangkan perusahaan, namun visi tersebut hanya mengarah pada bagaimana cara mengembangkan perusahaan yang dilihat dari pemenuhan kebutuhan secara materil tapi tidak untuk pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia yang di pekerjakan. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor yang membuat perusahaan masih berada pada kemajuan yang tidak begitu signifikan.

Sehubungan dengan peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan Eiwa penulis mencoba melakukan observasi dan wawancara secara mendalam mengenai objek penelitian yang bersifat kualitatif dengan memberikan pertanyaan wawancara terhadap beberapa informan yang terdiri dari pimpinan, manajer, kepala bagian dan tiga karyawan yang terpilih dari 26 karyawan perusahaan Eiwa yang pilih dengan masing-masing bagian pada bidang produksi sebanyak 15 karyawan yang berhubungan langsung dengan pencapaian target perusahaan. Adapun penjelasan dari objek penelitian adalah sebagai berikut:

Diskriminasi, yang bersifat objektif dimana sesuai dengan definisi konsep yang dijabarkan oleh penulis bahwa yang dimaksud dari diskriminasi yang bersifat

objektif merupakan konsep dari kesetaraan penilaian karyawan yang dilihat dari pencapaian kinerja karyawan baik mereka yang berprestasi ataupun yang tidak berprestasi, apakah telah sesuai dengan hasil yang mereka terima, apakah ada perbedaan perlakuan terhadap penyesuaian dalam berkinerja. Pengharapan, Konsep kesejahteraan karyawan dalam perusahaan merupakan hal yang diinginkan setiap karyawan. Pengharapan karyawan bisa dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan berbagai penghargaan dengan mengidentifikasi mereka yang berhak menerima pemberian atau pengakuan dari perusahaan. Pengembangan dan Pelatihan, dalam hal ini pengembangan dan pelatihan adalah suatu usaha perusahaan dalam memberikan atau membuat suatu kegiatan yang bertujuan dalam meningkatkan kemampuan karyawan baik secara teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan yang dibutuhkan karyawan yang dapat berdampak baik bagi lingkungan perusahaan.

Komunikasi, Keterampilan dan kemampuan dalam berkomunikasi dengan baik dan *transparency* baik antara pemimpin dan karyawan, karyawan, dan karyawan, karyawan dengan *customer* serta orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung pada perusahaan. Mengingat komunikasi-komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi publik—merupakan metode terbaik untuk mengkoordinasikan berbagai bidang pekerjaan.

Diskriminasi

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi partisipatif bahwa memang pada perusahaan CV Eiwa, belum ada perilaku diskriminatif yang dilakukan perusahaan dalam tujuan penilain kinerja. Pimpinan tidak memiliki standar dalam membedakan karyawan mana yang berprestasi dan tidak berprestasi. Oleh karena itu terjadi ketidak puasan tersendiri bagi karyawan dalam bekerja, mengingat bahwa pimpinan memperlakukan semua orang-orang yang terlibat dalam perusahaan dengan status perlakuan yang sama baik bagi mereka yang berprestasi maupun tidak berprestasi dalam hal berkinerja tanpa adanya perbedaan.

Manajer produksi juga mengatakan adanya kesamaan pendapatan bagi mereka yang memiliki kualitas kerja yang baik, tanpa melihat senioritas ataupun kedekatan personal terhadap pimpinan. Pendapatan yang diterima oleh karyawan berdasarkan dengan kuantitas yang mereka kerjakan tapi tidak dengan kualitas.

Berdasarkan hasil diatas penulis memberikan pendapat sesuai dengan teori Sutrisno bahwa perlu adanya hak untuk mendapatkan kesempatan dan perlakuan yang sama dari perusahaan tanpa diskriminasi dalam artian bahwa perlakuan yang berbeda terhadap mereka yang tidak berprestasi dan membedakan mereka yang berprestasi terhadap pekerjaannya. Dalam hal perbedaan perilaku terhadap diskriminasi yang harus dilakukan perusahaan untuk membedakan mereka yang berprestasi dengan tidak, yaitu bisa berdasarkan atas upah yang diberikan. Beberapa contoh dapat dilakukan perusahaan dengan memberikan perbedaan upah terhadap masing-masing manajer dimulai dari manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan dan administrasi, serta manajer operasional dan bagian umum. Hal tersebut sama dengan bagian bidang-bidang yang lainnya seperti perbedaan pemberian gaji terhadap staf dan karyawan yang berada pada bagian produksi yang terdiri dari empat bagian yaitu bidang pola, dan gunting, bidang jahit, dan bidang pemberian sequin serta bagian disain sebagaimana yang terlihat pada

struktur organisasi.

Pada hasil penelitian memperlihatkan bahwa upah yang diberikan terhadap beberapa manajer terlihat sama saja yaitu senilai Rp3.500.000, jika dilihat dengan beban kerja dari masing-masing karyawan itu memiliki proporsi yang berbeda-beda. Sama halnya upah antara manajer keuangan dan administrasi itu memiliki nilai yang sama sementara apabila dilihat dari pekerjaan yang dilakukan itu memiliki tingkat kesulitan yang jelas jauh berbeda. Dimana seharusnya Manajer keuangan dan administrasi memiliki upah yang lebih tinggi dibandingkan dengan manajer pemasaran. Mengapa demikian, karena beban kerja manajer keuangan lebih beresiko dibandingkan dengan manajer pemasaran sehingga dari hal tersebut perusahaan dapat membedakan bagi mereka yang memang seharusnya mendapatkan nilai lebih agar perusahaan bisa dikatakan objective dalam pemberian upah karyawan.

Pengharapan

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi partisipatif bahwa, dalam hal pemenuhan kesejahteraan karyawan oleh perusahaan CV Eiwa, menunjukkan bahwa dalam hal pemenuhan hak dalam kesejahteraan karyawan masih belum ada yang diberikan perusahaan selain gaji, dan beberapa biaya akomodasi seperti, dana transfort, dana konsumsi dan dana lembur yang diberikan oleh perusahaan sesuai perjanjian kerja. hal ini disebabkan oleh, adanya keterbatasan kemampuan perusahaan secara financial yang belum mampu untuk diberikan perusahaan terhadap semua karyawan secara adil dan merata.

Sehingga para karyawan tidak akan berpikir lagi untuk mencari pekerjaan di tempat lain, apabila jaminan kesejahteraan mereka terpenuhi sebagai karyawan. Selain itu, dengan melihat pertimbangan usia, serta latar belakang pendidikan terakhir yang mereka miliki. Maka kejelasan pemberian pengharapan terhadap karyawan sangatlah penting adanya untuk diwujudkan oleh perusahaan agar upaya strategi peningkatan kinerja bisa terpenuhi dengan baik.

Beberapa hal yang harus dilakukan perusahaan dalam hal pemberian pengharapan yaitu, perusahaan harus berfokus terhadap pemberian kontrak kerja dimana usaha ini merupakan hal yang sangat diinginkan oleh karyawan dengan mengingat bahwa, karyawan akan merasa karir yang dimiliki terhadap perusahaan bisa menjamin mereka dalam pemenuhan kebutuhannya yang bisa dikondisikan apabila sewaktu-waktu terjadi hal yang tidak diinginkan terhadap mereka. Hal ini juga bisa membuat kelegalitasan perusahaan dalam berkinerja bisa diperhitungkan untuk kegiatan mendatangnya.

Pengembangan dan Pelatihan

Berdasarkan wawancara dan observasi secara komprehensif yang dilakukan penulis terhadap perusahaan dan berbagai informan. Dimana pemberian pelatihan dan pengembangan memang belum ada upaya dari perusahaan untuk mengadakan kegiatan tersebut. hal ini dikarenakan, adanya keterbatasan waktu yang dianggap perusahaan masih belum bisa disesuaikan.

Namun hal tersebut tidak harus selalu menjadi alasan bagi perusahaan mengingat hal tersebut demi memajukan elektabilitas butik untuk tetap bisa berada di dunia industry fashion yang berkembang. Sehingga memang harus ada upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawannya.

Komunikasi

Sejauh ini, perusahaan dalam mengembangkan komunikasi dianggap masih belum transparan, hal ini ditandai dengan masih adanya kekeliruan yang dialami oleh setiap karyawan, dengan salah satu contoh yaitu, masih adanya kebingungan dalam perhitungan poin dari hasil kinerja masing-masing karyawan. Pada dasarnya dengan melihat situasi perusahaan, memang setiap perusahaan harus memiliki standar dalam berkinerja terhadap karyawannya. Sehingga akan dibutuhkan upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawannya.

Upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi adalah sikap transparan dari perusahaan dalam memberikan poin penilaian terhadap karyawan sebagaimana yang diharapkan oleh karyawan berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan penulis. Selain itu, adanya perantara yang disiapkan oleh perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi secara personal antar karyawan dimana hal tersebut bisa menghambat adanya hasil kinerja dari karyawan dikarenakan komunikasi yang terjalin dalam lingkungan kerja tidak terjalin dengan baik.

Berdasarkan dari empat poin mengenai peningkatan strategi kinerja karyawan yang telah dijelaskan oleh penulis, memang keempat strategi tersebut yakni, diskriminasi, pengharapan, pelatihan dan pengembangan serta komunikasi memang sangat perlu diterapkan pada perusahaan CV Eiwa, mengingat bahwa pada perusahaan belum memiliki strategi yang mampu membuat perusahaan dalam meningkatkan kinerja berdasarkan data yang diperoleh.

KESIMPULAN

Upaya peningkatan kinerja karyawan dengan diskriminasi pada perusahaan CV Eiwa kota Makassar, memang belum ada penerapannya. Mereka yang berprestasi dalam hal berkinerja memiliki perlakuan yang sama saja dengan mereka yang bekerja biasa-biasa saja. Perilaku tersebut menimbulkan pernyataan dari karyawan yang penting datang dan bekerja sesuai kemampuan tanpa ada motivasi lebih dalam bekerja. Strategi peningkatan kinerja dengan memberikan pengharapan terhadap karyawan merupakan hal yang ternyata penting diberikan oleh perusahaan, karena pengharapan merupakan arti lain dari kejelasan masa depan karyawan dalam hal karir. Hal tersebut mampu membuat karyawan menjadi termotivasi dan lebih bersemangat lagi dalam berkontribusi terhadap perusahaan dikarenakan adanya ketenangan pikiran dalam hal masa depan karir.

Pelatihan dan pengembangan, merupakan peningkatan kemampuan yang bisa didapatkan secara langsung oleh karyawan dari perusahaan. Hal tersebut besar kaitannya dalam peningkatan kemampuan dalam berkinerja terhadap karyawan, sehingga dari pelatihan tersebut akan mampu membentuk karyawan yang terampil sesuai dengan bidang yang penugasannya. Sejauh ini, perusahaan belum mampu dalam memberikan pelatihan dan pengembangan secara langsung dengan menghadirkan mereka yang berkompeten pada bidangnya dikarenakan adanya keterbatasan waktu yang belum mampu dipenuhi oleh perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan, pelatihan dan pengembangan pada perusahaan yang dilakukan penulis, memang sangat dibutuhkan juga oleh karyawan. Oleh karena itu, dengan menghadirkan mereka yang profesional pada

bidangnya dapat membuat motivasi kerja dari karyawan bisa meningkat karena adanya motivasi peningkatan ilmu yang diberikan oleh perusahaan.

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam transparansinya. Seluruh anggota perusahaan yang terlibat memiliki peran masing-masing dalam berkinerja yang harus dikomunikasikan secara baik dengan tujuan meminimalisir kecelakaan kerja yang dapat mengakibatkan ketidaknyamanan dalam suatu organisasi, dengan cara seluruh anggota perusahaan yang terlibat dapat menempatkan diri dalam berkomunikasi.

Berdasarkan hal tersebut suasana kerja yang nyaman dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas kinerja setiap anggota baik itu pimpinan karyawan bahkan komunikasi terhadap pelanggan yang terlibat didalamnya. Pemilik atau pimpinan perusahaan yang memiliki kapasitas dalam mengatur alur dari berjalannya suatu kegiatan perusahaan, harus mampu mengetahui hal apa saja yang seharusnya dibutuhkan oleh karyawan dalam meningkatkan peningkatan kinerja bukan hanya memperhatikan sistem apa lagi yang harus dilakukan perusahaan dalam aktivitas pencapaian target perusahaan, penting bagi perusahaan untuk memenuhi hak-hak karyawan berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, pemilik atau pimpinan perusahaan diharapkan untuk lebih memiliki sikap peduli terhadap kesejahteraan karyawan, baik itu berdasarkan perlakuan diskriminasi yang bersifat *objective*, pemberian penghargaan, mengadakan pelatihan dan pengembangan serta menciptakan komunikasi yang transparan, adanya tindak lanjut yang harus dilakukan oleh perusahaan dari hasil rapat yang sudah dikomunikasikan dan disetujui oleh perusahaan dan seluruh anggota karyawan yang terlibat, sebagaimana dengan strategi peningkatan kinerja yang telah dikembangkan oleh penulis, ada beberapa hal yang harus benar-benar menjadi titik fokus pada perusahaan yaitu perlakuan diskriminasi secara *objective* dan pemberian penghargaan yang harus dilakukan secara tertulis, dengan tujuan mengatur kegelisahan yang dirasakan oleh karyawan terhadap masa depan karir mereka, karyawan harus mempunyai keberanian menyampaikan hal-hal yang masih menjadi hak dan tanggung jawab dari perusahaan sesuai dengan perjanjian kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). *Manajemen dan evaluasi kinerja karyawan*. Aswaja Pressindo.
- Halim, R. (2014). Analisis strategi peningkatan kinerja bagian sekretariat pada dinas pendidikan, pemuda dan olahraga kabupaten banggai. *Jurnal Academica FISIP Untad*, 6(1), 15.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2001). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2005). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2013). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moehariono. (2012). *Pengukuran kinerja berbasis kompetensi*. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi. (2002). *Auditing*. Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik membedah kasus bisnis: Analisis SWOT cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Robbins, S. (2006). *Perilaku organisasi*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Robert, M. L. & Jackson, J. H. (2001). *Manajemen sumber daya manusia*. Salemba Empat.
- Robertson. (2002). *Kiat-kiat merangsang kinerja karyawan bagian produksi*. Media Media Sahabat Cindekia.
- Siagian, S. (2008). *Manajemen sumber daya manusia*. PT Bumi Aksara.
- Stephani & Marrus, K. (2002). *Desain penelitian manajemen strategik*. Rajawali Press.
- Sutrisno, E. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit Kencana.
- Suwatno & Priansa, D. J. (2011). *Manajemen SDM dalam organisasi publik dan bisnis*. Alfabeta.
- Tanzeh, A. 2011. *Metodologi penelitian praktis*. Teras.
- Timple, A. D. 1992. *Evaluasi kinerja sumber daya manusia*. Aditama.
- Umam, K. 2010. *Perilaku organisasi*. Pustaka Setia.