

Peran Kompensasi dan Motivasi Dalam Pembentukan Kinerja Pegawai di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok

Ni Wayan Linda Artari ^{*1}, I Made Sudarma ²,
lindaartari@gmail.com ^{*1} desudarma@iahn-gdepudja.ac.id ²
Manajemen Ekonomi, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Indonesia ^{*1,2}

Abstrak

Pemberian kompensasi dan motivasi kerja merupakan aspek penting dalam meningkatkan kinerja pegawai, khususnya bagi Beauty Advisor (BA) yang berperan langsung dalam aktivitas penjualan dan pelayanan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk kompensasi yang diberikan PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok kepada BA Pixy serta menganalisis bagaimana kompensasi dan motivasi tersebut berpengaruh terhadap kinerja mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung di outlet, wawancara dengan BA Pixy dan pihak manajemen, serta telaah dokumen pendukung terkait kebijakan kompensasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi finansial berupa gaji pokok, insentif penjualan, dan kompensasi kontrak, serta kompensasi non-finansial seperti reward tahunan, terbukti membantu meningkatkan motivasi kerja BA dalam mencapai target penjualan dan memberikan pelayanan yang lebih optimal kepada pelanggan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti tingginya target yang harus dicapai, persaingan antar-brand di outlet, dan tekanan kerja yang membuat BA mengalami kesulitan dalam memenuhi syarat memperoleh kompensasi secara konsisten. Secara keseluruhan, kompensasi dan motivasi yang diterapkan PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok telah berjalan cukup baik dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja BA Pixy, meskipun diperlukan peningkatan berkelanjutan terutama pada aspek pembinaan motivasi dan penyesuaian beban kerja.

Kata Kunci: *kompensasi; motivasi; kinerja pegawai; beauty advisor*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Dalam persaingan industri kosmetik yang semakin ketat, khususnya pada industri ritelkosmetik yang dinamis dan kompetitif, perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya manusia secara optimal sebagai aset utama dalam mencapai keunggulan bersaing. Persaingan yang tinggi menuntut perusahaan tidak hanya unggul dari sisi produk, tetapi juga dari kualitas kinerja pegawai yang menjalankan aktivitas operasional dan pelayanan secara langsung kepada konsumen. Kinerja pegawai merupakan hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya berdasarkan kecakapan, pengalaman, kesungguhan, serta penggunaan waktu secara efektif. Oleh karena itu, kinerja pegawai menjadi faktor strategis yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan pencapaian tujuan organisasi. Hal ini dapat dilihat dari Beauty Advisor (BA) yang dituntut untuk memiliki kinerja yang optimal, baik dari segi pencapaian target penjualan, kedisiplinan kerja, maupun kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kinerja pegawai merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan organisasi, baik di sektor publik maupun swasta. Penelitian Apriyadi, Seran, dan Sastrawan (2023) menemukan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, di mana pemberian imbalan

yang adil mampu meningkatkan produktivitas dan tanggung jawab kerja. Selanjutnya, Sampouw, Sayidah, dan Ady (2024) membuktikan bahwa selain kompensasi, motivasi kerja dan kondisi lingkungan kerja juga memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai, khususnya pada pekerjaan yang menuntut pelayanan langsung kepada masyarakat. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ronalddo dan Rizqi (2024) menunjukkan bahwa kombinasi antara kompensasi, motivasi, dan lingkungan kerja secara simultan berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa kinerja pegawai tidak hanya ditentukan oleh kemampuan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem penghargaan dan dorongan kerja yang diberikan oleh perusahaan, sehingga relevan dengan konteks pekerjaan Beauty Advisor (BA) yang menuntut pencapaian target penjualan dan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Namun, pada praktiknya masih ditemukan perbedaan tingkat kinerja antar BA, yang diduga dipengaruhi oleh sistem kompensasi yang diterima serta tingkat motivasi kerja masing-masing individu. Kompensasi yang diberikan perusahaan, baik finansial maupun non-finansial, belum tentu sepenuhnya mampu memenuhi harapan BA, sehingga dapat memengaruhi semangat kerja dan kinerja mereka. Selain itu, motivasi kerja BA juga dapat mengalami fluktuasi akibat tekanan target penjualan, sistem penilaian kinerja, serta kondisi lingkungan kerja di outlet. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan literatur manajemen yang menunjukkan bahwa kombinasi kompensasi dan motivasi kerja memiliki hubungan positif dengan kinerja karyawan di berbagai organisasi kontemporer. Apabila kompensasi dan motivasi kerja tidak dikelola dengan baik, hal tersebut berpotensi menurunkan kinerja BA dan berdampak pada pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam mengenai peran kompensasi dan motivasi dalam pembentukan kinerja BA Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok.

Kebaruhan penelitian ini terletak pada pengkajian secara mendalam mengenai peran kompensasi dan motivasi dalam pembentukan kinerja Beauty Advisor (BA) Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok, yang belum banyak diteliti secara spesifik pada konteks industri kosmetik di wilayah daerah. Penelitian terdahulu umumnya membahas kompensasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan secara umum, tanpa menyoroti karakteristik pekerjaan BA yang menuntut pencapaian target penjualan, pelayanan langsung kepada konsumen, serta penerapan sistem kompensasi yang memadukan aspek finansial dan non-finansial. Selain itu, penelitian ini mempertimbangkan kondisi kerja dan kebijakan perusahaan pada tingkat cabang sebagai faktor kontekstual yang memengaruhi motivasi dan kinerja BA. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dikaji karena diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan praktis bagi pengembangan manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam merancang strategi kompensasi dan motivasi yang lebih efektif guna meningkatkan kinerja BA di sektor ritel kosmetik.

Alasan penulis memilih dan meneliti judul ini didasarkan pada kebijakan PT Mandom Indonesia Tbk yang menerapkan sistem kompensasi ganda kepada Beauty Advisor (BA) Pixy, yaitu kompensasi finansial dan non-finansial, sebagai bentuk penghargaan atas kinerja dan pencapaian target kerja. Sistem kompensasi tersebut dinilai menarik untuk dikaji karena tidak hanya berfokus pada pemberian gaji pokok, tetapi juga dilengkapi dengan insentif, uang kompensasi kontrak, pembayaran cuti, serta reward tambahan berdasarkan pencapaian target individu maupun akumulasi tahunan. Penerapan kompensasi ganda ini diyakini memiliki peran penting dalam membentuk motivasi kerja dan kinerja BA. Berbeda dengan sebagian perusahaan lain yang umumnya hanya memberikan kompensasi dalam bentuk gaji pokok dan insentif penjualan tanpa skema penghargaan lanjutan, PT Mandom

Indonesia Tbk tidak hanya menekankan pencapaian hasil jangka pendek, tetapi juga berupaya membangun motivasi dan loyalitas BA dalam jangka panjang. Kondisi tersebut menjadi alasan penting bagi penulis untuk meneliti lebih lanjut bagaimana penerapan kompensasi ganda ini berperan dalam membentuk motivasi dan kinerja BA dibandingkan dengan praktik kompensasi yang lebih sederhana pada perusahaan lain.

Menurut Mubaroq & Zulkarnaen (2017) menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja, yang kemudian dapat berdampak tidak langsung pada kinerja individu di organisasi. Beberapa peneliti terdahulu menyatakan bahwa kompensasi finansial, seperti gaji, insentif, dan bonus, berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja karena mampu memenuhi kebutuhan ekonomi karyawan dan mendorong pencapaian target kerja. Selain itu, kompensasi non-finansial menurut Syafitri & Kuswinarno (2025) yang dilihat dari penghargaan, pengakuan, dan kesempatan pengembangan karier, juga terbukti mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dalam konteks motivasi kerja, penelitian menunjukkan bahwa motivasi merupakan faktor internal yang sangat menentukan kinerja karyawan, individu dengan motivasi tinggi cenderung lebih disiplin, bertanggung jawab, dan berorientasi pada pencapaian hasil kerja yang optimal hal ini dapat dilihat dari penelitian menurut Amindrawati, Bodroastuti, & Ginanjar (2024). Beberapa studi empiris juga menyatakan bahwa motivasi kerja dapat memperkuat hubungan antara kompensasi dan kinerja karyawan, sehingga kinerja seorang individu dapat meningkat secara signifikan ketika kedua faktor tersebut dipenuhi (Achmad & Fitriansyah, 2024).

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada karyawan secara umum di sektor manufaktur, perbankan, atau instansi pemerintahan, serta menempatkan kinerja karyawan dalam konteks pekerjaan administratif atau produksi. Penelitian yang secara khusus mengkaji Beauty Advisor (BA) di industri kosmetik, terutama yang berhadapan langsung dengan konsumen dan memiliki target penjualan yang tinggi, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian menurut Wardani & Satato (2022) umumnya hanya menguji pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja secara terpisah, tanpa melihat peran keduanya secara simultan dalam membentuk kinerja BA. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan karena secara khusus mengkaji peran kompensasi dan motivasi dalam pembentukan kinerja Beauty Advisor Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok. Penelitian ini juga mengangkat konteks lokal dan karakteristik pekerjaan BA di sektor ritel kosmetik, yang memiliki tuntutan pelayanan pelanggan dan pencapaian target penjualan yang berbeda dibandingkan sektor lainnya.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di industri ritel kosmetik yang dinamis dan kompetitif, perusahaan perlu mengelola sumber daya manusia secara optimal sebagai aset utama dalam mencapai keunggulan bersaing. Perusahaan perlu mengelola Sumber Daya Manusia sebaik mungkin untuk menghadapi persaingan saat ini. Yang menjadi permasalahan utama dari perusahaan adalah tingginya rendahnya kinerja karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya. Menurut Hasibuan (2019) Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya, berdasarkan kecakapan, pengalaman, kesungguhan, serta waktu. Kinerja karyawan yang baik dengan etos kerja yang tinggi akan membantu perusahaan memperoleh keuntungan, sedangkan bila kinerja karyawan menurun dan buruk maka akan merugikan perusahaan tersebut. Menurut Senada, Mangkunegara (2017) kinerja karyawan (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung

jawab yang di berikan kepadanya. Karyawan yang bekerja dalam sebuah organisasi pasti membutuhkan kompensasi atau imbalan yang cukup dan adil, malah kalau bisa cukup kompetitif di banding dengan organisasi atau perusahaan lain. Sistem kompensasi yang baik akan sangat mempengaruhi semangat kerja dan produktivitas dari seseorang. Jika pemberian kompensasi kerja karyawan sebanding dengan jerih payah atau perjuangan karyawan dalam bekerja maka hal tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan kepuasan kerja seorang karyawan pada umumnya. Kinerja yang baik tidak hanya tercermin dari hasil kerja, tetapi juga dari kedisiplinan, etos kerja, motivasi, serta sistem kompensasi yang diterapkan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan sumber daya manusia yang tepat untuk menciptakan lingkungan kerja yang mampu mendorong kinerja yang maksimal.

Permasalahan tinggi–rendahnya kinerja karyawan juga relevan dicermati pada PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok, khususnya pada karyawan yang menjalankan fungsi pemasaran di Spot penjualan melalui peran Beauty Advisor (BA) Pixy sebagai representasi brand di lini terdepan. Karena BA merupakan lini yang paling terdampak dan paling berkontribusi terhadap keberhasilan strategi penjualan, maka isu fluktuasi kinerja BA di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok menjadi representasi penting dari tantangan pengelolaan SDM perusahaan. Hal inilah yang menjadi dasar perlunya penelitian lebih lanjut untuk menggali bagaimana kompensasi dan motivasi dimaknai dan dialami oleh BA, serta bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi pola kerja dan capaian kinerja mereka secara nyata di lapangan. BA tidak hanya bertugas melakukan promosi dan penjualan, tetapi juga menjaga kualitas pelayanan, membangun kepercayaan pelanggan, serta menunjukkan kedisiplinan dan etos kerja sebagai bentuk *human branding* perusahaan. Karena kontribusinya berdampak langsung pada citra merek dan capaian target ritel, BA disebut sebagai ujung tombak perusahaan kosmetik, khususnya pada brand dekoratif seperti Pixy yang berada di bawah naungan PT Mandom Indonesia Tbk.

PT Mandom Indonesia Tbk merupakan bagian dari Mandom Corporation, perusahaan asal Jepang yang berdiri pada 1927 di Osaka dengan nama awal *Kintsuru Perfume Corporation*, yang berfokus pada produksi parfum dan kosmetik. Seiring perkembangan pasar, perusahaan melakukan transformasi dan pada 1969 resmi berganti nama menjadi Mandom Corporation, sekaligus memperluas lini produknya ke produk perawatan pribadi (*personal care*), khususnya di kategori grooming. Ekspansi bisnis Mandom Corporation ke luar Jepang dimulai ketika perusahaan melihat potensi pasar Asia Tenggara yang terus berkembang. Indonesia kemudian menjadi salah satu negara strategis bagi Mandom. Pada 5 November 1969 dibentuklah kerja sama antara Mandom Corporation dengan mitra lokal di Indonesia, yang menjadi awal kehadiran perusahaan ini di tanah air. Selanjutnya, pada 1990 PT Mandom Indonesia resmi beroperasi sebagai perusahaan manufaktur dan distribusi produk *personal care*, dengan membangun pabrik pertamanya di kawasan industri Sunter, Jakarta Utara. PT Mandom Indonesia terus tumbuh dan mengembangkan pangsa pasar melalui berbagai brand unggulan, seperti Gatsby, Pixy, Pucelle, Mandom, dan Bifesta, yang menyasar segmen berbeda di industri *personal care* dan kosmetik. Untuk mendukung strategi pemasaran ritel, khususnya pada brand dekoratif kosmetik seperti Pixy, perusahaan mulai mengimplementasikan BA (*Beauty Advisor*) sebagai representasi brand di counter retail modern dan department store di seluruh Indonesia. Pada 1993 PT Mandom Indonesia melakukan penawaran saham perdana (IPO) dan resmi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), berubah status menjadi

perusahaan terbuka (*Tbk*), yang menandai peningkatan kapasitas bisnisnya secara nasional. Hingga saat ini, PT Mandom Indonesia dikenal sebagai perusahaan yang memadukan aktivitas manufaktur, distribusi, dan pemasaran ritel, serta terus memperkuat eksistensinya di industri kecantikan dan grooming di Indonesia.

PT Mandom Indonesia Tbk sebagai salah satu perusahaan besar di industri personal care dan kosmetik di Indonesia, juga hadir dan beroperasi melalui jaringan pemasarannya di Pulau Lombok dengan nama PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok. Salah satu upaya PT Mandom Indonesia Tbk cabang Lombok dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, khususnya pada posisi Beauty Advisor (BA) PIXY, adalah dengan menerapkan sistem kompensasi berbasis pencapaian target kinerja tahunan. Meskipun perusahaan telah menerapkan sistem kompensasi dan reward untuk meningkatkan semangat kerja, pada kenyataannya pemberian kompensasi tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan kinerja seluruh karyawan secara merata. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan motivasi kerja antar karyawan, di mana sebagian karyawan menunjukkan semangat dan pencapaian yang tinggi, sementara yang lainnya masih kesulitan memenuhi target yang telah ditetapkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa motivasi kerja yang berbeda-beda memberikan pengaruh langsung terhadap capaian kinerja, khususnya dalam pencapaian target tahunan. Karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana motivasi kerja memengaruhi kinerja karyawan, serta mengetahui sejauh mana sistem reward berbasis pencapaian target yang diterapkan perusahaan dapat membantu meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan secara efektif. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini digunakan untuk mengetahui bentuk kompensasi yang diberikan PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok kepada BA Pixy, menganalisis bagaimana pengaruh kompensasi tersebut terhadap kinerja BA dalam pencapaian target penjualan dan pelayanan pelanggan, serta Menemukan hambatan yang dihadapi BA dalam memperoleh kompensasi.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena tujuan utama peneliti adalah memahami secara mendalam bagaimana kompensasi dan motivasi memengaruhi kinerja Beauty Advisor (BA) Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok. Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara langsung dengan 12 BA Pixy yang ada di Lombok serta pihak manajemen untuk mendapatkan informasi yang nyata mengenai bentuk kompensasi, pengalaman kerja, motivasi yang dirasakan, hingga hambatan-hambatan yang muncul di lapangan. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terhadap kondisi kerja dan aktivitas BA di outlet sebagai upaya memperkuat pemahaman mengenai situasi sebenarnya. Seluruh data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui proses mereduksi data, yaitu menyaring, menyeleksi, dan menyederhanakan informasi sehingga hanya bagian yang benar-benar relevan dan mendukung fokus penelitian yang dipertahankan. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk uraian naratif agar hubungan antar-temuan dapat terlihat secara jelas. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan pola, makna, dan hubungan yang ditemukan dari seluruh proses analisis tersebut, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja BA Pixy.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok yang beralamat di Jl. TGH Lopian No. 88X, Labuapi, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini mengangkat judul "*Peran Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja BA Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok*". Pemilihan judul tersebut didasarkan pada keinginan penulis untuk mengetahui sejauh mana kompensasi dan motivasi memengaruhi kinerja Beauty Advisor (BA) Pixy. Hasil penelitian ini adalah PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok memberikan kompensasi ganda kepada BA Pixy dalam bentuk finansial berupa gaji pokok, insentif atau bonus penjualan, serta tunjangan operasional outlet, dan bentuk non-finansial yang diwujudkan melalui program reward premium tahunan. Program reward tahunan yang menetapkan syarat pencapaian 130% target penjualan secara konsisten selama 12 bulan penuh, dengan pilihan hadiah Umroh atau perjalanan ke Thailand/Cina, terbukti menjadi pendorong motivasi kerja yang sangat kuat bagi BA. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mubaroq dan Zulkarnaen (2017) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Dalam penelitian tersebut, kompensasi dipandang sebagai faktor pendorong yang mampu meningkatkan motivasi kerja, yang selanjutnya dapat berdampak tidak langsung terhadap kinerja individu dalam organisasi. Temuan ini menunjukkan bahwa kompensasi memiliki peran strategis sebagai alat motivasional dalam meningkatkan performa kerja karyawan. Selain itu, penelitian menurut Achmad & Fitriansyah, 2024, Amindrawati et al (2024) juga mengonfirmasi bahwa kompensasi, baik finansial maupun non-finansial, berfungsi sebagai instrumen strategis perusahaan dalam mendorong motivasi dan performa kerja karyawan.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya dari sisi konteks dan fokus kajian. Sebagian besar penelitian terdahulu mengkaji hubungan kompensasi, motivasi, dan kinerja pada karyawan secara umum di sektor manufaktur atau organisasi administratif. Sementara itu, penelitian ini secara khusus mengkaji peran kompensasi dan motivasi terhadap kinerja Beauty Advisor (BA) Pixy yang merupakan tenaga penjualan *front-line* di industri kosmetik ritel dengan tuntutan pencapaian target penjualan dan kualitas pelayanan pelanggan yang tinggi. Selain itu, penelitian ini tidak hanya melihat motivasi sebagai dampak dari kompensasi, tetapi juga menempatkan kompensasi dan motivasi sebagai variabel yang secara simultan memengaruhi kinerja BA Pixy. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkuat temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa karakteristik pekerjaan frontliner memerlukan pendekatan kompensasi dan motivasi yang berbeda dibandingkan jenis pekerjaan lainnya (Wibowo & Lestari, 2024).

Pembahasan

Bentuk Kompensasi yang Diberikan PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok Kepada Beauty Advisor (BA) Pixy

Hasil wawancara yang penulis dapatkan dari 12 BA Pixy dan Manajemen PT Mandom Indonesia Tbk cabang Lombok bahwa PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok memberikan kompensasi kepada Beauty Advisor (BA) Pixy dalam dua bentuk, yaitu kompensasi finansial dan non-finansial. Kompensasi finansial meliputi gaji pokok, insentif/bonus penjualan, serta tunjangan operasional outlet, yang diberikan setiap bulan sesuai kebijakan perusahaan dan sistem kerja di outlet masing-masing. Bentuk kompensasi

ini sejalan dengan hasil penelitian Ramadani dan Setiawan (2020) yang menyatakan bahwa kompensasi finansial berperan penting dalam memenuhi kebutuhan dasar karyawan dan menjadi faktor utama dalam menjaga stabilitas kinerja. Selain kompensasi dasar tersebut, perusahaan juga menyediakan kompensasi finansial dan kompensasi non finansial. Kompensasi finansial yang diberikan kepada Beauty Advisor (BA) Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk disesuaikan dengan kebijakan perusahaan dan ketentuan yang berlaku. BA memperoleh gaji pokok yang besarnya mengacu pada Upah Minimum Regional (UMR) masing-masing daerah dan telah direkap serta ditetapkan oleh bagian Human Capital (HC). Selain gaji pokok, BA juga memperoleh insentif penjualan apabila berhasil mencapai target bulanan yang telah ditentukan. Besaran insentif diberikan berdasarkan klasifikasi target dan persentase pencapaian, misalnya pada target penjualan Rp20–40 juta, pencapaian 95–99% memperoleh insentif sebesar Rp400.000, pencapaian 100–120% memperoleh Rp800.000, dan pencapaian di atas 120% memperoleh Rp1.100.000. Selain itu, apabila BA mampu mencapai target di atas 120% selama tiga bulan berturut-turut, maka akan diberikan tambahan insentif sebesar Rp800.000 sesuai dengan klasifikasi target. Perusahaan juga memberikan uang kompensasi kontrak, yaitu sebesar 50% dari gaji pokok yang dibayarkan pada saat masa kontrak berakhir, dengan masa kontrak kerja selama enam bulan. Selanjutnya, uang cuti akan dibayarkan kepada BA yang telah menandatangani kontrak kerja sebanyak dua kali, dan pembayaran dilakukan pada bulan ke-16 masa kerja. Sebagai bentuk apresiasi tambahan yaitu kompensasi non finansial, perusahaan memberikan reward tahunan apabila BA mencapai target akumulasi penjualan Januari–Desember di atas target Rp90 juta dengan persentase pencapaian minimal 130%, berupa reward perjalanan wisata ke luar negeri seperti Cina atau Thailand. Sementara itu, apabila target akumulasi di bawah Rp90 juta namun tetap mencapai persentase 130%, BA akan memperoleh reward uang tunai sebesar Rp1.500.000.

Skema ini bersifat opsional, di mana BA yang memenuhi syarat dapat memilih salah satu reward sesuai ketentuan program yang diberlakukan oleh perusahaan. Reward ini diberikan bukan dalam bentuk uang tunai, tetapi sebagai kompensasi penghargaan motivasional yang bertujuan memperkuat dorongan kerja, loyalitas, daya saing, serta semangat BA dalam memaksimalkan penjualan dan pelayanan pelanggan sepanjang tahun. Hal ini mendukung temuan Amindrawati et al. (2024) yang menegaskan bahwa kompensasi non-finansial dapat menjadi pendorong motivasi kerja yang berkelanjutan, khususnya pada karyawan yang bekerja di sektor layanan dan ritel. Melalui program ini, PT Mandom Indonesia Tbk menegaskan bahwa kompensasi yang diberikan kepada BA tidak hanya bersifat jangka pendek dan materi, melainkan juga jangka panjang dan berdampak personal, baik dari sisi penguatan spiritual (Umroh) maupun perluasan pengalaman dan wawasan global (trip ke Asia Timur). Dengan adanya kompensasi berbasis reward besar ini, BA terdorong untuk bekerja lebih disiplin, terfokus pada target, aktif dalam promosi brand, serta menjaga kualitas layanan pelanggan, sehingga pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kinerja BA dan pertumbuhan brand Pixy di pasar ritel wilayah Lombok.

Pengaruh Kompensasi Tersebut Terhadap Kinerja BA Pixy Dalam Pencapaian Target Penjualan Dan Pelayanan Pelanggan Di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan, hampir seluruh Beauty Advisor (BA) Pixy menyatakan bahwa sistem kompensasi dan reward yang diterapkan perusahaan memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap semangat kerja mereka dalam mencapai omzet penjualan. Para BA merasa lebih termotivasi untuk meningkatkan kinerja

karena perusahaan dinilai telah memberikan apresiasi yang sesuai atas kerja keras dan pencapaian yang mereka lakukan. Penghargaan tersebut tidak hanya dipandang sebagai bentuk imbalan finansial, tetapi juga sebagai pengakuan atas kontribusi BA terhadap pencapaian target perusahaan, sehingga mendorong mereka untuk bekerja dengan lebih semangat dan bertanggung jawab. Kompensasi yang diberikan oleh PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok, khususnya melalui reward tahunan besar seperti Umroh atau trip ke Thailand/Cina bagi BA yang mencapai 130% target selama 1 tahun penuh, memiliki pengaruh kuat dalam meningkatkan kinerja Beauty Advisor (BA) Pixy. Reward ini dipandang sebagai apresiasi sekaligus motivasi jangka panjang, sehingga BA terdorong menunjukkan komitmen tinggi, semangat kerja lebih besar, dan upaya ekstra untuk mencapai performa penjualan di atas standar perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Achmad dan Fitriansyah (2024) yang menyatakan bahwa sistem kompensasi berbasis kinerja mampu meningkatkan produktivitas dan perilaku kerja proaktif karyawan. Dalam aspek pencapaian target penjualan (sell out), kompensasi reward besar ini menciptakan dorongan kompetisi sehat dan membuat BA lebih terencana dan proaktif dalam melakukan promosi. BA lebih aktif menjelaskan manfaat produk, memberikan rekomendasi sesuai kebutuhan pelanggan, menjalankan teknik upselling dan cross-selling, serta menjaga display dan stok produk agar tetap optimal. BA tidak hanya menunggu pelanggan bertanya, tetapi secara aktif mendekati dan menawarkan solusi kecantikan melalui produk Pixy, sehingga peluang penjualan meningkat dan target lebih mungkin terlampaui. Penelitian Wibowo dan Lestari (2024) juga menemukan bahwa kompensasi yang jelas dan menantang dapat meningkatkan orientasi karyawan terhadap target dan hasil kerja.

Dari sisi pelayanan pelanggan, kompensasi ini mendorong BA meningkatkan kualitas customer experience, terutama di outlet yang menerapkan sistem pengambilan barang oleh BA (bukan self-service). BA berusaha melayani dengan ramah, responsif, cepat mengambilkan barang, serta memberikan informasi detail agar pelanggan merasa nyaman, terbantu, dan percaya terhadap rekomendasi BA, yang akhirnya berdampak langsung pada keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Selain upaya saat jam kerja, keinginan mencapai target tinggi demi kompensasi membuat BA juga melakukan usaha tambahan di luar jam operasional, salah satunya melalui sistem COD (Cash on Delivery) kepada pelanggan yang ingin membeli produk di luar outlet maupun di luar jam kerja resmi. BA secara sukarela meluangkan waktu di luar shift, menghubungi kembali calon pelanggan, menawarkan produk melalui WhatsApp atau media personal, lalu mengantarkan barang langsung ke lokasi pelanggan untuk memastikan penjualan tetap terjadi. Aktivitas ini dilakukan di luar jam kerja karena BA menyadari bahwa setiap transaksi tambahan dapat membantu mendorong persentase target tahunan, semakin meningkatkan peluang mencapai 130% dan memenuhi syarat reward besar. Hal ini mendukung penelitian Ramadannu dan Hasibuan (2025) yang menyatakan bahwa motivasi kerja yang dipengaruhi oleh sistem kompensasi berdampak langsung pada peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Dari sisi kedisiplinan dan koordinasi internal, kompensasi ini juga membuat BA lebih tertib dalam absensi online sesuai shift, lebih konsisten dalam pelaporan, serta lebih aktif mengikuti meeting evaluasi bulanan untuk menunjukkan performa dan mencari solusi kendala penjualan. Mereka tidak hanya fokus pada angka, tetapi juga pada attitude, komunikasi, dan kontribusi terhadap tim, karena semua itu dinilai sebagai bagian dari kinerja profesional.

Kendala Yang Dihadapi BA Pixy Untuk Mendapatkan Kompensasi Dari PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok

Berdasarkan hasil wawancara dengan 12 Beauty Advisor (BA) Pixy, diperoleh informasi bahwa secara umum tidak terdapat kendala yang berarti dalam pelaksanaan sistem kompensasi dan pencapaian target penjualan. BA Pixy menyampaikan kendala

yang dihadapi untuk memperoleh kompensasi finansial dan non finansial yang sering dihadapi BA adalah ketatnya target penjualan yang harus dicapai secara konsisten setiap bulan, sementara kondisi permintaan di tiap outlet tidak selalu stabil seperti pihak toko yang tidak mau atau memperlambat pengorderan barang dengan alasan tertentu. Ada periode tertentu di mana daya beli pelanggan menurun, seperti saat akhir bulan, musim sepi, atau kondisi ekonomi daerah yang melemah, sehingga BA harus bekerja lebih keras untuk menutup gap pencapaian target. Selain itu, sistem outlet yang tidak menerapkan self-service menjadi tantangan tersendiri. Karena pelanggan tidak dapat mengambil barang sendiri, BA memegang kendali penuh dalam proses rekomendasi hingga transaksi. Hal ini menuntut BA memiliki kemampuan komunikasi yang sangat persuasif dan cepat membangun kepercayaan, tetapi tidak semua pelanggan langsung cocok dengan pendekatan tersebut. Ada pelanggan yang ragu membeli karena ingin membandingkan sendiri produk, atau merasa canggung saat ditawarkan secara langsung, sehingga peluang konversi penjualan bisa berkurang. Penelitian Sari dan Nugroho (2021) menunjukkan bahwa tekanan target yang tinggi tanpa dukungan kondisi pasar yang stabil dapat memengaruhi tingkat stres kerja dan performa karyawan ritel.

Kendala lainnya adalah keterbatasan stok dan keterlambatan pengadaan barang dari gudang pusat/outlet pendukung, yang terkadang membuat produk best seller kosong di konter. Padahal, produk-produk tersebut sering berkontribusi besar dalam pencapaian target sell out. Ketika stok tidak tersedia, BA kehilangan potensi transaksi yang seharusnya bisa mendorong persentase penjualan tahunan. BA juga menghadapi hambatan teknis seperti gangguan sistem absensi dan laporan penjualan online, yang meskipun tidak berkaitan langsung dengan penjualan, dapat memengaruhi penilaian profesionalisme dan monitoring dari manajemen. Temuan ini sejalan dengan Wardani dan Satato (2022) yang menyatakan bahwa hambatan operasional dapat mengurangi efektivitas kinerja karyawan meskipun sistem kompensasi telah dirancang dengan baik.

Selain tantangan operasional, BA juga mengalami kendala dari sisi beban waktu dan tenaga. Banyak BA yang sudah melakukan usaha ekstra seperti menawarkan COD di luar jam kerja, tetapi tidak semua transaksi COD berujung pembelian karena pelanggan bisa membatalkan, tidak merespon, atau menunda pembayaran. Upaya ini tetap menguras energi BA, sementara hasilnya tidak selalu linier dengan pencapaian target. Ditambah lagi, kompetisi antar BA dalam program reward cukup tinggi, sehingga BA harus mampu menjaga performa pribadi sekaligus tetap selaras dalam kerja tim agar tidak terjadi konflik internal yang justru menghambat fokus penjualan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pencapaian kompensasi tidak hanya ditentukan oleh motivasi individu, tetapi juga oleh faktor eksternal dan sistem kerja yang mendukung, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian Syafitri dan Kuswinarno (2025).

Simpulan dan Saran

PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok memberikan kompensasi kepada BA Pixy dalam bentuk finansial berupa gaji pokok, insentif atau bonus penjualan, serta tunjangan operasional outlet, dan bentuk non-finansial yang diwujudkan melalui program reward premium tahunan. Program reward tahun 2025 yang menetapkan syarat pencapaian 130% target penjualan secara konsisten selama 12 bulan penuh, dengan pilihan hadiah Umroh atau perjalanan ke Thailand/Cina, terbukti menjadi pendorong motivasi kerja yang sangat kuat bagi BA. Kompensasi ini tidak hanya meningkatkan orientasi BA terhadap pencapaian target penjualan (sell out), tetapi juga memperbaiki aspek kinerja pelayanan pelanggan, terutama pada outlet yang menerapkan sistem non-self-service di mana BA berperan aktif mengambilkan produk untuk pelanggan. BA terdorong untuk bekerja lebih disiplin, proaktif menawarkan produk, menerapkan teknik upselling dan cross-selling, mempertahankan kualitas display dan informasi produk, serta

meningkatkan kecepatan dan keramahan layanan sebagai strategi membangun kepercayaan pelanggan yang berdampak langsung pada peningkatan transaksi.

Selain upaya formal saat jam kerja, kompensasi bernilai besar tersebut juga memicu BA untuk memberikan effort tambahan di luar jam operasional resmi, seperti melakukan penjualan melalui layanan COD (Cash on Delivery) yang dilakukan secara sukarela di luar shift kerja. BA berinisiatif menghubungi calon pelanggan melalui media personal seperti whatsapp, memberikan rekomendasi lanjutan secara digital, dan mengantarkan produk ke lokasi pelanggan sebagai strategi memperluas peluang penjualan demi menambah persentase capaian target tahunan. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi besar dapat memengaruhi BA untuk bekerja melampaui ekspektasi standar demi mencapai realisasi kinerja tertinggi. Namun demikian, dalam proses untuk mendapatkan kompensasi tersebut, BA juga menghadapi kendala multidimensional yang memengaruhi konsistensi kinerja mereka. Kendala tersebut mencakup fluktuasi daya beli pelanggan di outlet, kondisi permintaan pasar yang tidak stabil, keterbatasan atau kekosongan stok produk best seller, perbedaan karakter pelanggan yang tidak selalu responsif pada promosi langsung, serta ketidakpastian hasil penjualan COD yang tetap menguras tenaga dan waktu tanpa selalu menghasilkan konversi pembelian. Selain itu, kompetisi internal antar BA yang tinggi dalam program reward, jika tidak dikelola dengan baik, juga berpotensi menciptakan tekanan psikologis dan disharmoni koordinasi tim, sehingga dapat menjadi faktor penghambat dalam mempertahankan fokus dan stabilitas pencapaian target.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran kompensasi dan motivasi terhadap kinerja Beauty Advisor (BA) Pixy di PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok, maka penulis memberikan beberapa saran

Bagi PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok

Perusahaan disarankan untuk terus mempertahankan sistem kompensasi yang telah diterapkan, khususnya program reward berbasis pencapaian target tahunan, karena terbukti mampu meningkatkan motivasi dan kinerja BA secara signifikan. Namun demikian, perusahaan juga perlu melakukan evaluasi berkala terhadap tingkat kesulitan target, dengan mempertimbangkan kondisi pasar, karakteristik outlet, serta fluktuasi daya beli konsumen agar target yang ditetapkan tetap menantang namun realistis. Selain itu, perusahaan disarankan untuk memperkuat dukungan operasional, terutama terkait ketersediaan stok produk best seller dan kelancaran sistem pelaporan serta absensi online, sehingga upaya BA dalam mencapai target tidak terhambat oleh kendala teknis yang berada di luar kendali mereka.

Bagi Manajemen SDM dan Supervisor Lapangan

Manajemen diharapkan dapat memberikan pendampingan yang lebih intensif kepada BA, khususnya dalam penguatan motivasi kerja, manajemen stres, serta pengembangan kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Program pelatihan yang berfokus pada teknik penjualan persuasif, pengelolaan pelanggan di sistem non-self-service, serta strategi menjaga performa jangka panjang perlu ditingkatkan agar BA tidak hanya berorientasi pada target, tetapi juga mampu menjaga keseimbangan antara kinerja, kesehatan kerja, dan kerja tim. Selain itu, pengelolaan kompetisi internal dalam program reward perlu diatur secara sehat agar tidak menimbulkan konflik atau tekanan berlebihan antar BA.

Bagi Beauty Advisor (BA) Pixy

Beauty Advisor diharapkan dapat terus meningkatkan profesionalisme kerja dengan menjaga kedisiplinan, kualitas pelayanan, serta konsistensi dalam pencapaian target. BA juga disarankan untuk mengelola motivasi secara mandiri, tidak hanya berfokus pada reward akhir, tetapi juga pada pengembangan diri, peningkatan keterampilan komunikasi, dan pembentukan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan demikian,

kinerja yang dihasilkan tidak hanya bersifat sementara, tetapi berkelanjutan dan berdampak positif bagi perkembangan karier BA itu sendiri.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menggunakan metode kuantitatif atau mixed methods agar dapat mengukur besaran pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja secara statistik. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepuasan kerja, stres kerja, lingkungan kerja, atau gaya kepemimpinan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja Beauty Advisor di industri kosmetik ritel.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan kerja sama berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada manajemen PT Mandom Indonesia Tbk Cabang Lombok yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian, serta kepada seluruh Beauty Advisor (BA) Pixy yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan memberikan informasi yang sangat berharga bagi kelengkapan data penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan secara berkelanjutan selama proses penyusunan penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian sesuai dengan kaidah akademik. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat selama proses penelitian berlangsung. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait kompensasi, motivasi, dan kinerja Beauty Advisor di industri kosmetik ritel, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Referensi

- Achmad, G. N., & Fitriansyah, F. (2024). How compensation and motivation give impact to employee performance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(1), 1–10.
- Amindrawati, T., Bodroastuti, T., & Ginanjar, R. (2024). Work motivation and compensation on employee performance. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 9(1), 45–56.
- Apriyadi, A., Seran, G. G., & Sastrawan, I. K. (2023). Pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai. *Karimahtauhid: Journal of Business and Management*, 2(3), 245–254.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen sumber daya manusia (Edisi revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubarq, A., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh kompensasi terhadap motivasi kerja karyawan. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 85–94.

- Ramadani, R., & Setiawan, R. (2020). Pengaruh kompensasi finansial dan nonfinansial terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 201–212.
- Ramadannu, N., & Hasibuan, H. A. (2025). Analysis of the influence of compensation, motivation, and job satisfaction on employee performance. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 210–220.
- Ronalddo, R., & Rizqi, A. (2024). Pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan motivasi terhadap kinerja karyawan. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 45–56.
- Sampouw, S., Sayidah, N., & Ady, F. (2024). Pengaruh stres kerja, kompensasi, dan motivasi terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Manajemen dan Perbankan*, 11(2), 120–132.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2021). Motivasi kerja dan kinerja karyawan pada sektor ritel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 89–98.
- Syafitri, D., & Kuswinarno, M. (2025). Dampak kompensasi dan motivasi kerja terhadap loyalitas karyawan serta implikasinya terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Media Akademik*, 2(11), 1–12.
- Wardani, M. D., & Satato, Y. R. (2022). Pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan sektor ritel. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(2), 101–112.
- Wibowo, E., & Lestari, S. (2024). Kompensasi, motivasi kerja, dan implikasinya terhadap kinerja karyawan frontline. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 1–12.