

PENGETRIAN GANJARAN, TUJUAN GANJARAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BESARNYA GANJARAN

Fahmi Hauzan Rafif¹, Suhada²

STAI AL-HIKMAH Jakarta, Indonesia.

E-mail: Fahmirafif1@gmail.com, Suhada73@yahoo.com

Submitted: 28 Agustus 2024; Accepted: 31 Agustus 2024; Published: 7 September 2024

ABSTRACT

This research aims to explore the concept of reward by focusing on the meaning of reward, the purpose of reward, and the factors that influence the amount of reward. Reward is a form of stimulus or reward given as a result of certain behavior. This research aims to investigate the meaning of the concept of reward, identify the goals to be achieved through giving rewards, and analyze the factors that have a significant role in determining the amount of reward. The research method used is literature study and conceptual analysis to explore a deep understanding of rewards. It is hoped that the results of this research will contribute to the general understanding of the concept of reward, while highlighting the diversity of reward goals that can be pursued through the provision of positive stimuli. In addition, this research will also identify the psychological, social, and economic factors that influence the magnitude of rewards, providing a comprehensive view of the complex dynamics involving this concept. It is hoped that the findings from this research will provide new insights for practitioners, researchers and policy makers in designing effective reward strategies, as well as enriching the literature on the psychology of motivation and human behavior.

Key Words: Reward, purpose of reward, factors that influence the amount of reward

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami konsep ganjaran dengan fokus pada pengertian ganjaran, tujuan ganjaran, dan faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya ganjaran. Ganjaran merupakan suatu bentuk stimulus atau imbalan yang diberikan sebagai akibat dari perilaku tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki makna dari konsep ganjaran, mengidentifikasi tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui pemberian ganjaran, serta menganalisis faktor-faktor yang memiliki peran signifikan dalam menentukan besarnya ganjaran. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan analisis konseptual untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang ganjaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman umum mengenai konsep ganjaran, sekaligus menyoroti keberagaman tujuan ganjaran yang dapat dikejar melalui pemberian stimulus positif. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang mempengaruhi besarnya ganjaran, memberikan pandangan yang komprehensif terkait dinamika kompleks yang melibatkan konsep ini. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para praktisi, peneliti, dan pengambil kebijakan dalam merancang strategi ganjaran yang efektif, serta memperkaya literatur mengenai psikologi motivasi dan perilaku manusia.

Kata Kunci: Ganjaran, Tujuan Ganjaran, Faktor yang mempengaruhi ganjaran

PENDAHULUAN

Beberapa pengertian mengenai ganjaran diantaranya adalah **Skinner (1969)** mengungkapkan bahwa ganjaran merupakan suatu peneguhan. Peneguhan disini maksudnya adalah aspek yang saling berkaitan dengan nilai-nilai yang mempengaruhi kehendak seorang individu. Namun, **Wether** menyatakan bahwa ganjaran merupakan apa yang seorang pegawai terima sebagai balasan dari pekerjaan yang diberikannya.¹

Dari kedua definisi diatas mengenai ganjaran, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa **ganjaran** merupakan sesuatu yang pegawai dapatkan yang disesuaikan dengan pekerjaan yang diterima sebagai balasan apa yang dia kerjakan.

Ganjaran merupakan aspek penting dalam memahami perilaku manusia, baik dalam konteks psikologi, pendidikan, maupun lingkungan sosial. Konsep ini menyangkut pemberian

¹ B. F. Skinner, *The Behavior of Organism*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal 61

stimulus positif sebagai imbalan atas suatu perilaku tertentu, yang pada gilirannya dapat memengaruhi motivasi dan kecenderungan individu untuk mengulangi perilaku tersebut. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam mengenai pengertian ganjaran, tujuan ganjaran yang diinginkan, dan faktor-faktor yang memiliki peran krusial dalam menentukan besarnya ganjaran.

Pemahaman terhadap konsep ganjaran menjadi kunci dalam merinci dinamika kompleks motivasi manusia. Ganjaran tidak hanya sekadar imbalan fisik atau materi, namun juga mencakup pengakuan, kepuasan psikologis, dan pemenuhan kebutuhan psikososial. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguraikan secara komprehensif definisi ganjaran, merinci tujuan-tujuan yang mungkin dikejar melalui pemberian ganjaran, serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi sejauh mana ganjaran tersebut dianggap signifikan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana ganjaran dapat menjadi katalisator dalam membentuk perilaku, motivasi, dan pembelajaran. Selain itu, pemahaman lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi besarnya ganjaran juga dapat memberikan pandangan yang berharga bagi praktisi, pendidik, dan peneliti dalam merancang pendekatan yang lebih efektif dalam menggunakan ganjaran sebagai alat untuk membentuk perilaku positif dan mencapai tujuan-tujuan tertentu. Dengan demikian, pendekatan holistik terhadap konsep ganjaran diharapkan dapat memberikan kontribusi yang substansial terhadap pemahaman kita tentang psikologi perilaku manusia.²

Adapun didalam islam ganjaran itu diberikan 10x lipat dari setiap perbuatan baiknya, sedangkan ganjaran keburukan diberikan setimpal dengan apa yang ia lakukan. Sebagaimana didalam QS. Al-An'am: 160

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ١٦٠

Artinya “Barangsiapa membawa amal yang baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya; dan barangsiapa yang membawa perbuatan jahat maka dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)”

Sedangkan didalam QS. Yunus: 44 disebutkan sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَظْلِمُ النَّاسَ شَيْئًا وَلَكِنَّ النَّاسَ أَنفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ ٤٤

Artinya “Sesungguhnya Allah tidak berbuat zalim kepada manusia sedikitpun, akan tetapi manusia itulah yang berbuat zalim kepada diri mereka sendiri”

QS. Al-Baqarah: 261 disebutkan ganjaran tentang orang yang menginfakan hartanya.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ ٢٦١

² Daniel H. Pink, *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us* (New York City: Riverhead Books: 2009), hal 87

Artinya “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”.

Adapun didalam QS: Al-Zalzalah 7-8 disebutkan tentang balasan ganjaran kebaikan dan keburukan.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۖ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۗ

Artinya “Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula”

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian pengembangan (*Research and Development*) dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengertian ganjaran, tujuan dan factor-faktor yang mempengaruhi ganjaran.

1. Pengumpulan Data:

- a. Observasi: Peneliti melakukan observasi terhadap objek penelitian. Observasi dilakukan secara partisipatif untuk memahami interaksinya.
- b. Wawancara: Peneliti melakukan wawancara dengan pegawai, dan kepala sekolah. Wawancara dilakukan dengan panduan pertanyaan terstruktur untuk mendapatkan informasi tentang factor-faktor dan tujuan ganjaran,
- c. Studi Dokumen: Peneliti mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen terkait kurikulum, silabus, dan materi yang menjadi objek penelitian. Studi dokumen ini membantu dalam memahami tentang arti ganjaran.

2. Partisipan:

- a. Guru-guru/Pegawai/Siswa: Guru/pegawai/siswa yang mengajar di sekolah atau lembaga pendidikan yang menjadi subjek penelitian akan menjadi partisipan utama dalam wawancara.
 - b. Siswa/guru/pegawai: Siswa dari berbagai tingkat Pendidikan sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas akan menjadi partisipan wawancara untuk memahami pengalaman mereka. Dan juga pegawai dari beragam Perusahaan.
 - c. Kepala Sekolah/Direktur: Kepala sekolah atau pimpinan lembaga pendidikan juga akan diwawancarai untuk mendapatkan pandangan mereka tentang penerapan ganjaran. Serta direktur yang menjadi pimpinan pada Perusahaan.
3. Analisis Data: Data yang terkumpul dari observasi dan wawancara akan dianalisis secara tematik. Peneliti akan mengidentifikasi pola-pola tematik dan hubungan antara data yang dikumpulkan untuk menyusun temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.³
 4. Interpretasi Hasil: Penulis akan menginterpretasi hasil analisis data untuk mengidentifikasi temuan yang paling relevan dan signifikan.
 5. Kesimpulan: Peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian dengan merangkum temuan yang ditemukan dan memberikan penjelasan tentang Implikasi dari penelitian ini.

³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya: 2000), hal 35



HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi nilai/besarnya ganjaran:

1. Kualifikasi: Pengalaman Kerja, keterampilan dan latar belakang Pendidikan bisa mempengaruhi ganjaran.
2. Lokasi Kerja: Lokasi Kerja Menentukan besaran ganjaran yang diterima, maju atau tidaknya lokasi tersebut menentukan besarnya ganjaran.
3. Besarnya Perusahaan/Yayasan: Besarnya Perusahaan atau Yayasan menentukan ganjaran yang diterima
4. Kemampuan Perundingan: Kemampuan individu untuk bernegosiasi atau memperjuangkan ganjaran juga dapat mempengaruhi besarnya ganjaran yang diterima. Individu yang terampil dalam bernegosiasi mungkin dapat memperoleh ganjaran yang lebih besar.
5. Kultur Organisasi: Budaya organisasi juga dapat memainkan peran dalam menentukan besarnya ganjaran. Organisasi dengan budaya yang menghargai kinerja tinggi mungkin lebih cenderung memberikan ganjaran yang signifikan untuk mereward pencapaian.
6. Tingkat persaingan: Tingkat persaingan di pasar kerja atau dalam suatu lingkungan kompetitif dapat mempengaruhi besarnya ganjaran. Persaingan yang tinggi mungkin mendorong organisasi untuk memberikan ganjaran yang lebih besar guna mempertahankan atau menarik individu berbakat.
7. Ketidakpastian Ekonomi: Tingkat ketidakpastian ekonomi dapat memengaruhi kebijakan ganjaran organisasi. Selama periode ketidakpastian, organisasi mungkin lebih berhati-hati dalam memberikan ganjaran yang besar karena risiko dan keterbatasan anggaran.

Sedangkan Tujuan Ganjaran adalah sebagai berikut:

1. Motivasi: Salah satu tujuan utama dari ganjaran adalah meningkatkan motivasi individu. Dengan memberikan imbalan atas perilaku yang diinginkan, individu cenderung merasa termotivasi untuk melakukan tindakan tersebut. Motivasi ini dapat mendorong kinerja yang lebih baik dan partisipasi yang aktif dalam berbagai konteks, seperti pendidikan, pekerjaan, atau aktivitas sosial.
2. Pembentukan perilaku positif: Ganjaran digunakan untuk membentuk dan memperkuat perilaku yang dianggap positif atau diinginkan. Dengan memberikan imbalan setiap kali individu menunjukkan perilaku yang diharapkan, ada kemungkinan bahwa perilaku tersebut akan menjadi lebih teratur dan konsisten.
3. Peningkatan Kinerja: Dalam konteks pekerjaan atau organisasi, tujuan ganjaran seringkali terkait dengan peningkatan kinerja. Imbalan, seperti bonus kinerja atau promosi, dapat menjadi insentif yang kuat untuk meningkatkan produktivitas dan hasil kerja yang lebih baik.

Adapun hubungan antara ganjaran (*reward*) dan kinerja adalah suatu aspek yang telah menjadi fokus utama dalam bidang manajemen dan psikologi organisasi. Ganjaran dapat memainkan peran kunci dalam memotivasi individu dan mendorong kinerja yang lebih baik.

Berikut adalah beberapa aspek hubungan antara ganjaran dan kinerja:

1. Motivasi dan Produktivitas: Ganjaran, baik berupa imbalan finansial, pengakuan, atau insentif lainnya, dapat menjadi pendorong motivasi bagi individu. Motivasi yang tinggi cenderung meningkatkan tingkat produktivitas karena individu merasa dihargai dan termotivasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, bonus kinerja atau promosi dapat menjadi ganjaran yang efektif dalam meningkatkan kinerja pegawai.
2. Pembentukan Perilaku Positif: Pemberian ganjaran atas kinerja yang baik dapat membentuk perilaku positif. Ketika individu merasakan bahwa usaha dan kontribusinya dihargai, mereka cenderung untuk terus melakukan perilaku yang diinginkan. Oleh

karena itu, sistem ganjaran yang baik dapat membantu membentuk budaya kerja yang positif dan mengarah pada peningkatan kinerja secara keseluruhan.

3. Kepuasan Karyawan dan mempertahankannya: Ganjaran dapat memainkan peran penting dalam mempertahankan karyawan dan meningkatkan kepuasan kerja. Karyawan yang merasa diberikan ganjaran yang sesuai dengan kontribusinya cenderung lebih puas dengan pekerjaan mereka. Hal ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, meningkatkan retensi karyawan, dan mengurangi turnover, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keseluruhan organisasi.⁴
4. Peningkatan kualitas dan inovasi: Ganjaran juga dapat merangsang upaya untuk mencapai kinerja yang lebih tinggi dan mendorong inovasi. Individu yang merasa memiliki insentif atau pengakuan untuk berinovasi lebih mungkin berkontribusi pada ide-ide baru dan meningkatkan kualitas pekerjaan mereka.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kita menyelami konsep yang mendasar mengenai ganjaran, membahas tujuan-tujuan yang melandasi pemberian stimulus positif, dan menganalisis faktor-faktor yang memiliki peran signifikan dalam menentukan seberapa besar ganjaran dirasakan oleh individu. Pengertian ganjaran mencakup berbagai bentuk imbalan yang diberikan sebagai respons terhadap perilaku tertentu, tidak hanya bersifat materi tetapi juga mencakup aspek-aspek psikologis dan sosial. Tujuan-tujuan ganjaran yang dapat bervariasi tergantung pada konteksnya, baik dalam pendidikan maupun di lingkungan kerja, memberikan pemahaman yang mendalam tentang fungsi dan dampak dari pemberian imbalan positif.

Selanjutnya, kesadaran terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya ganjaran menjadi esensial untuk merancang strategi yang efektif. Faktor internal, seperti tingkat motivasi intrinsik dan kebutuhan psikologis, serta faktor eksternal, seperti konteks sosial dan budaya, saling berinteraksi untuk membentuk persepsi individu terhadap nilai ganjaran. Pemahaman mendalam terhadap dinamika kompleks antara konsep pengertian ganjaran, tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui pemberian ganjaran, dan faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya ganjaran menjadi kunci untuk mengoptimalkan pemanfaatan konsep ini dalam berbagai aspek kehidupan.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan pandangan yang komprehensif terkait konsep ganjaran, menghubungkan elemen-elemen utamanya, dan memberikan dasar untuk pengembangan pendekatan yang lebih terarah dalam menggunakan ganjaran sebagai alat untuk membentuk perilaku positif dan mencapai tujuan-tujuan tertentu. Dalam menghadapi kompleksitas manusia, pemahaman yang lebih baik tentang konsep ini membuka peluang untuk merancang lingkungan yang mendukung motivasi dan pertumbuhan positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Mathew B. Miles dan Haberman A. Michael, 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Terj. Hendi Rohidi, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Lexy J. Moleong, 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- SutrisnoHadi, 1990. *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset
- Abdul Majid, 1999. *Fitrah dan Kepribadian Islam: Sebuah Pendekatan Psikologis*, Jakarta: Darul Falah
- Nurul Hidayat, 2015. *Metode keteladanan dalam Pendidikan Islam*, Jurnal Ta'allum, Vol. 03, No. 02.

⁴ Budi Rahwanto, *Iklm kerja dan motivasi berprestasi* (Indramayu: Penerbit Adab: 2020), hal 109

- Agus Zaenal Fitri, 2012. *Pendidikan Karakter Berbasis Nilai dan Etika Sekolah*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Soekanto, Soerjono, 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Zubaedi, 2011. *Design Pendidikan Karakter*. Jakarta: Kencana.
- Abdul Majid, 1999. *Fitrah dan Kepribadian Islam: Sebuah Pendekatan Psikologis*. Jakarta: Darul falah.
- Mohamad Mustari, 2014. *Nilai Karakter untuk Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Deni Darmmawan, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*, Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2013. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.