

BAB 4

SIMPULAN

Akuntan tidak hanya dituntut untuk dapat menyusun laporan keuangan dan laporan-laporan lain dalam akuntansi, namun juga dituntut untuk dapat memberikan masukan-masukan yang dapat memajukan perusahaan. Karena itu, merancang sistem kompensasi yang baik dan adil juga harus menjadi perhatian penting bagi akuntan.

Merancang sistem kompensasi yang baik dan adil sebagai alat untuk memotivasi sumber daya manusia dalam organisasi tidaklah mudah, karena dipengaruhi oleh banyak hal. Perusahaan harus mempertimbangkan kondisi eksternal, internal, dan masing-masing individu. Perusahaan harus berupaya agar kompensasi yang diberikan sebanding dengan perusahaan lain terutama perusahaan yang bergerak di bidang sejenis dan berupaya memberikan kompensasi yang adil sesuai dengan pekerjaan yang diterima masing-masing karyawan dengan menimbang tanggung jawab dan resikonya.

Sebaiknya kompensasi yang diberikan bagi karyawan yang dalam struktur organisasi perusahaan berada pada tingkat menengah ke atas berfokus pada penghargaan intrinsik dan kompensasi diberikan berdasar pada ketrampilannya. Sedangkan bagi karyawan yang dalam struktur organisasi perusahaan berada pada tingkat menengah ke bawah kompensasi yang diberikan berfokus pada penghargaan ekstrinsik dan berdasar pada ketrampilannya atau mungkin juga berdasar pada jabatannya.

Kompensasi yang diberikan haruslah mampu memuaskan karyawan secara wajar. kompensasi yang mampu memuaskan karyawan secara wajar adalah kompensasi yang baik dan kompensasi yang baik mampu menghasilkan kinerja yang baik pula. Demikian pula sebaliknya, apabila kinerja perusahaan baik maka perusahaan mampu memberikan kompensasi yang baik bagi karyawannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Arbatskaya, Maria., Hviid, Morten., and Shaffer, Greg. 2005. **On The Use of Low-Price Guarantees To Discourage Price-Cutting**. The Economics of Collusion and Tacit Collusion. (1-2 April 2005).
- Berman, Barry, Evans, Joel, R., 2004. **Retail Management : A Strategic Approach**. Ninth edition. Penerbit Prentice Hall. New Jersey.
- _____, 1995. **Retail Management : A Strategic Approach**. Sixth edition. Penerbit Prentice Hall. New Jersey.
- Dutta, Sujay, and Biswas, Abhijit. 2005. **Effects of Low-Price Guarantees On Consumer Post-Purchase Search Intention : The Moderating Roles of Value Consciousness And Penalty Level**. Journal of Retailing 81 (4,2005) 283-291.
- [Http://www.justice.gov.gu/CompilerofLaws/GCA/18gca/18gc031.PDF](http://www.justice.gov.gu/CompilerofLaws/GCA/18gca/18gc031.PDF). **18 GCA BUSSINESS STRUCTURE & FUNCTION CH. 31 GUARANTY. 2**
Agustus, Pukul 21.00.
- Levy, Michael, and Weitz, A., Barton, Ph.D., 2004. **Retailing Management**. Fifth edition. McGraw-Hill. New York.
- Manez, A., Juan. 2006. **Unbeatable Value Low-Price Guarantee : Collusive Mechanism or Advertising Strategy ?**. Journal of Economics And Management Strategy, 15 (1,2006), 143 – 166.
- Monroe, Kent, B.. 2003. **Pricing : Making Profitable Decisions**. Third edition. McGraw-Hill. New York
- Passewitz, R., Gregory, 2007. **Pricing**.
. Ohio State University Fact Sheet. 18 Januari 2007,
Pk.15.00
- Utami, Christina, Whidya., 2006. **Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern**. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.