

PROSIDING

MALANG, 30 JUNI 2020

SEMINAR NASIONAL ILMU MANAJEMEN

2020

**PREPARING FOR CHANGE:
HOW TO KICKSTART YOUR
CAREER IN TURBULENCE ERA**

MALANG, 30 JUNI 2020

SEMINAR NASIONAL ILMU MANAJEMEN

2020

PREPARING FOR CHANGE:
HOW TO KICKSTART YOUR
CAREER IN TURBULENCE ERA



Risa Santoso, B.A., M.Ed.

Lulusan Harvard University



Ida Farida, S.Psi., M.M.

HR Analyst at Bank Indonesia



A. J. Jawwadurrohman, S.E.

Learning Program Manager for
Product Development at GoJek

PROSIDING SEMINAR NASIONAL ILMU MANAJEMEN 2020

**“Preparing for Change:
How to Kickstart Your Career in Turbulance Era”**

Malang, 30 Juni 2020



Universitas Negeri Malang

Anggota IKAPI No. 059 / JTI / 89

Anggota APPTI No. 002.103.1.09.2019

Jl. Semarang 5 (Jl. Gombong 1) Malang, Kode Pos 65145

Telp. (0341) 562391, 551312 psw 1453

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL ILMU MANAJEMEN 2020

“Preparing for Change: How to Kickstart Your Career in Turbulance Era”

ISBN: 978-602-470-249-6 (PDF)

Penanggung Jawab:

Dr. Cipto Wardoyo, S.E., M.Pd., M.Si., Ak., CA

Pengarah:

Dr. Agus Hermawan, GradDipMgt., M.Si., MBus

Dr. Hj. Puji Handayati, S.E.Ak., M.M., CA., CMA

Dr. Hadi Sumarsono, S.T., M.Si

Tim Reviewer:

Dr. Ely Siswanto, S.Sos, M.M.

Dr. Wening Patmi Rahayu, S.Pd, M.M.

Dr. Madziatul Churiyah, S.Pd, M.M.

Subagyo, S.E., S.H., M.M.

Tim Editor:

Andro Agil Nur Rakhmad, S.EI, M.E.

Dediek Tri Kurniawan, S.E., M.M.

Ika Zutiasari, S.Pd., M.Pd.

Organizing Committee

Penasehat : Dr. Cipto Wardoyo, S.E., M.Pd., M.Si., Ak. CA

Penanggungjawab : Dr. H. Ely Siswanto, S.Sos., M.M.

Ketua Pelaksana : Dediek Tri Kurniawan, S.E., M.M.

Bendahara : Lulu Nurul Istanti, S.E., M.M., Ak.

Sekretaris : Ika Zutiasari, S.Pd., M.Pd.

Sie Kesekretariatan : Bertina Dewi H, S.Pd, M.Pd

Sie Acara : Cesy Rizkika Parahiyanti, S.E., MBA

Sie Dokumentasi & Publikasi : Andro Agil Nur Rakhmad, S.E.I., M.E.

Moderator : Ita Prihatining Wilujeng, S.E., M.M.

MC : Yana Respati Dewi, S.E., M.M.

Penerbit

Hak cipta yang dilindungi:

Undang-undang pada : Penulis

Hak Penerbitan pada : Universitas Negeri Malang

Dicetak oleh : Universitas Negeri Malang

Dilarang mengutip atau memperbanyak dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penulis. Isi diluar tanggung jawab Penerbit.

Penerbit Universitas Negeri Malang

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89

Anggota APPTI No. 002.103.1.09.2019

Jl. Semarang 5 (Jl. Gombong 1) Malang, Kode Pos 65145

Telp. (0341) 562391, 551312; psw. 1453

Cetakan I : 2020

KATA PENGANTAR

Ditengah dalam kompetisi pada *labor market*, setiap perusahaan kini dihadapkan pada kondisi lingkungan bisnis yang dinamis yang menuntut mereka menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif tidak hanya berupa sumber daya seperti finansial, fisik, dan kemampuan teknologi dan sistem tetapi juga aspek sumber daya manusia (SDM). Kedepan daya saing perusahaan bukan hanya terletak pada sisi modal (*finance*), teknologi, dan bahan baku, namun semua itu berada pada SDM yang dimiliki. Keunggulan kompetitif SDM sangat sulit ditiru oleh perusahaan pesaing karena memiliki pengetahuan dan kompleksitas yang sulit ditiru oleh pesaing. Maka, investasi yang besar menjadi tak terhindarkan untuk mengembangkan SDM melalui praktik pengelolaan SDM yang efektif. Peran SDM semakin terasa oleh perusahaan seiring perubahan lingkungan bisnis yang begitu cepat dalam memenangkan persaingan dalam lingkungan bisnisnya.

Istilah "*talent war*" terus menjadi perhatian para praktisi bisnis dalam persaingan yang makin kompetitif. Istilah "*war for talent*" secara mulanya diperkenalkan di tahun 1998 ketika *Mckinsey & Company*, perusahaan konsultan ternama di Amerika, yang mempublikasikan laporannya bahwa "*better talent is fighting for*". Kebutuhan akan talenta terbaik pun tidak dapat dipungkiri bagi sebuah perusahaan. Keberadaan the best talent dianggap menjadi asset strategis bagi keberlanjutan perusahaan (*sustainable corporate*). *High-quality people* merupakan modal berharga perusahaan dalam memenangi persaingan bisnis yang kompetitif dan dinamis. Menurut survei *McKinsey & Co*, permintaan akan talent di dunia cenderung akan terus meningkat, disamping pasokannya yang semakin berkurang. Perusahaan raksasa dunia sudah sangat dirasakan dan telah menjadi perhatian serius.

People dan *strategy* adalah dua hal tidak dapat dipisahkan. Sebaik apapun strategi bisnis akan percuma apabila *people* yang dimiliki perusahaan tidak mampu mengeksekusinya dengan baik. Apalagi bisnis bergerak dalam lingkungan yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Tidak ada yang mampu memprediksi seratus persen pada lingkungan bisnis pada esok hari. Keberhasilan bisnis bukan hanya butuh soal strategi yang baik tapi juga bagaimana implementasinya di lapangan. Beberapa perusahaan mungkin memiliki strategi pada tataran manajemen puncak. Tapi hal itu tidak akan berguna, bila eksekusi pada tingkat bawah tidak berjalan dengan baik. Keberhasilan strategi bergantung para orang-orang yang menjalankannya baik dari manajemen puncak (*top management*) sampai manajemen bawah (*bottom management*). *Strategy* dan *people* sebenarnya dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Ketepatan sebuah strategi dalam bisnis menjadi kunci kesuksesan sebuah perusahaan. Namun, strategi tersebut harusnya didukung dengan eksekusi yang baik di lapangan. Apakah strategi tersebut bisa dipahami dengan baik oleh seluruh orang di dalam perusahaan.

Dalam mempersiapkan mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Malang menghadapi lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian, Seminar Nasional Ilmu Pendidikan Manajemen pada tahun ini akan mengangkat tema

“Preparing for Change: How to Kickstart Your Career in Turbulence Era”. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran dalam merumuskan tindakan yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing untuk memenangkan persaingan dunia kerja. Semoga Allah Subhanahuwata’ala senantiasa memberikan kekuatan dan perlindungan kepada kita semua sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan sebaik-baiknya serta memberikan manfaat dan barokah bagi yang melaksanakan dan berkepentingan.

Malang, 1 Juni 2020

TIM PANITIA

DAFTAR ISI

COVER	i
SUSUNAN TIM PENYUSUN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
Pengaruh <i>Innovative Work Behavior</i> terhadap <i>Employee Performance</i> pada Karyawan Pemerintah Laki-Laki. Maria Yorozi Andini Fedin, Ika Zutiasari	1
Pengaruh <i>Transformational Leadership</i> terhadap <i>Employee Engagement</i> pada Pegawai Pemerintah. Krista Mala Oktaviani, Andro Agil Nur Rakhmad	11
Pengaruh Kepribadian terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Bidang Digital (<i>Techno-Entrepreneur</i>) pada Mahasiswa yang telah Menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan Di Universitas Negeri Malang. Okki Aenur Diana, Dediek Tri Kurniawan	26
Apakah <i>Perceived Value</i> Berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i> ? (Peran <i>Mediating Customer Satisfaction</i>). Yessy Okfitasari, Sopiah	43
Pengembangan <i>E-Modul Exelearning</i> untuk Meningkatkan Keterampilan Siswa dalam Mengelola Arsip. Mega Ayu Andini, Madziatul Churiyah	54
<i>Work Life Balance, Employee Engagement, dan Intention to Stay</i> Karyawan Generasi X dan Y PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Amiruddin, Nuri Herachwati	62
Pengaruh <i>Co-Branding</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Brand Equity</i> pada Produk Indomie Hype Abis Chitato. Lia Faizatul Imamah, Rachmad Hidayati	94
Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Android untuk Meningkatkan Hasil Belajar. Lovei Arika Saskia, Mohammad Arief	107
Pengaruh Perbedaan Gaya Kepemimpinan Berdasarkan Gender terhadap Kinerja Karyawan. Tiara Sukma Yustina, Ika Zutiasari	114

Pengaruh Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap <i>Employee Engagement</i> pada Staff Pengajar Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Mellani Wuri Bungsu Putri, Dediek Tri Kurniawan	129
Pengembangan Modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan Menggunakan Pendekatan STEM untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. Regita Cahyanti Ismatanti, Wening Patmi Rahayu	143
Pengaruh Pelatihan <i>Product Knowledge</i> dan Kompensasi Non Finansial terhadap Kinerja Karyawan Royal ATK Malang Jawa Timur. Ivone Regita Azalia Setyorini, Elfia Nora	150
Dampak Fluktuasi Harga Minyak Dunia: Bukti pada Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi. Ovilia Edita Anggriyani, Yuli Agustina	157
Peran Sosial Media untuk Memperkuat Hubungan <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Malang Pada Perusahaan Telekomunikasi). Siti Aisyah	169
Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi Jiwa Konvensional dan Syariah Berdasarkan <i>Risk Based Capital Dan Early Warning System</i> Periode 2013–2017. Linda Kusuma, Fadia Zen	183

PENGARUH INNOVATIVE WORK BEHAVIOR TERHADAP EMPLOYEE PERFORMANCE PADA KARYAWAN PEMERINTAH LAKI-LAKI

Maria Yorozi Andini Fedin, Ika Zutiasari
Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang

ABSTRAK

Perilaku kerja inovatif merupakan salah satu perilaku yang mempengaruhi kinerja karyawan, dimana perilaku inovatif ini dapat mengembangkan, menyalurkan serta menerapkan ide-ide atau penemuan baru yang berasal dari hasil pemikiran dan kerja keras seseorang dalam sebuah organisasi. Penelitian ini membahas tentang hubungan antara innovative work behavior dengan employee performance. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh innovative work behaviour terhadap employee performance laki-laki pada instansi pemerintah. Penelitian menggunakan metode survey. Analisis data menggunakan bantuan SPSS 16. Hasil menunjukkan innovative work behaviour memiliki pengaruh kurang signifikan terhadap employee performance. Berdasarkan penelitian ini innovative work behaviour banyak dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Keyword: *innovative work Behavior, employee performance, instansi pemerintah, laki-laki*

LATAR BELAKANG

Kesuksesan dari suatu Lembaga atau perusahaan tidak pernah terlepas dari peran penting sumber daya manusia yang ada didalamnya. Oleh sebab itu sumber daya manusia di tuntut agar lebih berinovasi, dalam menjalankan tugasnya sebagai karyawan dalam suatu organisasi. Tentunya kita sudah tidak asing lagi dengan kata inovasi. Inovasi merupakan hasil pemikiran, ide-ide, kemampuan, serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap karyawan dalam suatu perusahaan dan kemudian menerapkannya pada kinerja yang dia lakukan setiap hari. Amabile (1996:1154). Kita tahu bahwa setiap inovasi itu berubah atau ada sesuai dengan perkembangan teknologi, apalagi pada era globalisasi sekarang ini semakin banyak dan semakin janggihnya teknologi, makanya semakin bertambah dan berkembang pula daya saing dari setiap individu dalam mengembangkan inovasi-inovasi mereka. Dengan bertambahnya inovasi tersebut peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai perilaku inovatif yang terdapat pada setiap karyawan dalam suatu organisasi. Fokus utama penelitian ini tentang perilaku kerja inovatif. Kita tahu bahwa perilaku kerja yang inovatif sangat mendukung dalam menjalankan, mengerjakan dan menerapkan inovasi yang akan berkembang. Selama ini penelitian tentang inovasi hanya dilakukan pada jenjang organisasi (umum) sedangkan penelitian inovasi pada individu sangat terbatas, (Amo, 2005). Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui inovatif dari setiap individu pada instansi pemerintah.

Instansi pemerintah merupakan kumpulan pegawai-pegawai, baik itu PNS maupun honorer yang menjalankan tugas Negara guna untuk melayani masyarakat. Peneliti memilih instansi pemerintah dalam melakukan penelitian guna untuk mengetahui inovasi-inovasi apa saja yang instansi pemerintah sudah lakukan maupun yang akan mereka lakukan untuk menunjang pelayanan kepada masyarakat. Dalam instansi pemerintah tersebut pasti setiap karyawan menjalankan tugasnya masing-masing sesuai dengan jabatan yang dia miliki dan pastinya dalam menjalankan tugas, mereka memiliki inovasi

tersendiri dalam bidangnya, tetapi tantangan yang dihadapi oleh suatu instansi adalah bagaimana cara yang dilakukan agar karyawan dalam suatu instansi tersebut untuk saling mendukung dan menerima inovasi-inovasi baru dari rekan kerjanya serta menerapkan atau mengimplementasikan inovasi-inovasi tersebut kedalam tugasnya masing-masing (Gailly, 2011). Bukan hanya dukungan dari sesama rekan kerja saja yang dibutuhkan tetapi juga dukungan dari pimpinan organisasi. Dukungan yang diberikan dari pemimpin akan menambah pemahaman dan penerimaan serta meyakinkan bawahan, bahwa perilaku inovatif yang akan munculkan diterima secara positif dalam organisasi (Ajzen & Fishben, 1991). Oleh karena itu setiap instansi pemerintah harus melakukan pelatihan terhadap karyawan-karyawannya, agar inovasi tersebut dapat berkembang dan dapat di implementasikan dengan baik, serta melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan tersebut.

Ada beberapa karakteristik yang terdapat dalam instansi pemerintah yaitu, karakteristik yang dilihat dari usia karyawan, strata Pendidikan, tempat tinggal, status maupun perbedaan gender. Tentunya karakteristik-karakteristik diatas tidak asing lagi bagi kita dikalangan milenial ini. Peneliti tidak melakukan penelitian satu persatu mengenai apakah karakteristik diatas berpengaruh pada perilaku inovatif dari setiap karyawan yang ada instansi pemerintah, karena disini peneliti hanya fokus pada satu karakteristik saja yaitu tentang gender dan khususnya adalah pria. Kita tahu bahwa banyak sekali yang memperdebatkan siapakah dalam hal pekerjaan yang lebih inovatif, apakah perempuan ataukah laki-laki. Peneliti hanya akan meneliti tentang laki-laki dan akan melakukan penelitian mengenai perilaku kerja yang inovatif pada pria. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui jawaban dan ingin mengetahui lebih dalam tentang permasalahan diatas. Maka dengan judul "**Pengaruh Inovatif Work Behavior Terhadap Employee Performance Pada Pegawai Pemerintah Pria**" Peneliti akan melakukan penelitian ini.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku inovatif (*Innovative Work Behavior*)

Perilaku inovatif merupakan keseluruhan tindakan yang dilakukan oleh individu guna untuk mewujudkan pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari suatu penemuan atau gagasan baru yang dapat menguntungkan dan menunjang pekerjaan pada keseluruhan tingkat organisasi (Kleysen & Street, 2001). Sedangkan menurut (Kanter dalam janssen, 2003) bahwa perilaku inovatif memiliki 3 aspek, yaitu: *idea generation*, aspek ini dimana seorang individu merancang pemikiran berupah ide-ide atau gagasan baru yang dapat bermanfaat bagi organisasinya tetapi belum mampu mengajak individu yang lain. *Idea promotion*, pada aspek ini seorang individu sudah mampu menghasilkan ide-ide atau gagasan baru dan juga mengajak individu yang lain dalam suatu organisasi tersebut untuk mendukung ide barunya tersebut. *Idea Generalization*, aspek ini individu mewujudkan ide-ide tersebut dengan menghasilkan berbagai macam inovasi-inovasi baru yang dapat diterapkan atau diimplementasikan

dalam suatu peran kerja di organisasi. Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu: faktor modal yang dimiliki individu, faktor modal yang dimiliki oleh seorang pemimpin organisasi, dan juga faktor modal yang sudah disediakan oleh organisasi tersebut secara structural dimana faktor modal ini digunakan untuk perancangan, penindak lanjutan dan penerapannya (Ancok, 2012), faktor lain yang juga mempengaruhi perilaku inovatif adalah ketika lingkungan kerja dalam suatu organisasi tersebut saling mendukung agar mengarah kepada sesuatu yang diinginkan (konduusif) dan juga harus kreatif (Ambile dalam Ancok, 2012). Karena lingkungan kerja yang kondusif adalah keadaan yang diinginkan atau diharapkan oleh setiap karyawan yang bekerja dalam organisasi tersebut. Dikatakan demikian karena lingkungan kerja merupakan keseluruhan tindakan, alat perkakas, dan juga bahan yang dihadapi oleh individu pada tempat kerjanya, hal tersebut adalah bagaimana dia menyikapi peraturan kerja, metode kerja baik perseorangan maupun kelompok organisasinya (sedarmayanti, 2009).

Kinerja karyawan (*employee performance*)

Kinerja merupakan hasil kerja, pemikiran dan keterampilan dari seorang individu maupun kelompok berdasarkan tanggung jawab dan wewenang dibidang ataupun jabatan mereka masing-masing dalam satu organisasi guna untuk mencapai tujuan bersama dan menjalankannya sesuai dengan peraturan sesuai dengan moral dan etika dalam lingkungan kerjanya. Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang ada disekitar tempat individu ataupun kelompok yang sangat mempengaruhi terhadap individu atau kelompok tersebut dalam bekerja atau menjalankan tugas-tugasnya setiap hari (Alex S, & Nitisemito, 2000). Peningkatan kinerja karyawan dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan, karena hasil kerja karyawanlah yang akan membawa perubahan yang baik dalam organisasi tersebut. Oleh karena itu oleh karena itu untuk menyiapkan sumber daya manusia yang menghasilkan kinerja yang baik, maka perlunya Pendidikan dan pealtihan kepada setiap karyawan. Pendidikan dan pelatihan merupakan proses perubahan perilaku, tindakan dan cara berpikir dari setiap karyawan dalam suatu arah guna untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi (Simamora, 2003:25) Dalam pelatihan para karyawan memperoleh sikap, kemampuan, keahlian maupun pengalaman yang lebih terkait dengan pekerjaan atau bidangnya. Pendidikan dan pelatihan juga merupakan suatu usaha dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan umum dan pemahaman serta keahlian dari setiap karyawan dalam organanisasinya. Sedangkan menurut (Ruky, 2003:228) Pendidikan dan pelatihan adalah suatu proses belajar dan berlatih dari setiap individu guna untuk meningkatkan kompetensi dan kinerja mereka dan untuk menyiapkan tanggung jawab pada masa yang akan datang.

Adapun beberapa faktor utama yang memepengaruhi kinerja individu, yaitu: 1) Kemampuan yang dimiliki oleh individu itu sendiri atau faktor internal, yang meliputi bakat, minat, dan kepribadian yang dimilikinya. 2) Tingkat usaha atau motivasi serta keinginan dari individu, yang meliputi kehadiran dan rancangan tugas yang akan individu tersebut lakukan. 3) Dukungan dari organisasi tempat individu tersebut

bekerja, berupa pelatihan dan pengembangan, menyediakan peralatan kerja dan teknologi, standar kinerja, manajemen dan rekan kerja. (Robert L. Malthis dan Jhon H. Jackson, 2006:113) Setiap instansi pasti menginginkan karyawan yang memiliki kompetensi agar membawa perubahan yang bernilai guna bagi instansi tersebut atau dengan kata lain instansi tersebut tidak hanya melakukan pelayanan (*Customer Satisfaction*) kepada masyarakat tetapi juga berorientasi pada nilai (*Customer Value*).

Hubungan Antara Perilaku Inovatif dan kinerja karyawan

Perilaku kerja inovatif merupakan keseluruhan tindakan dan hasil pemikiran yang dilakukan dan diterapkan seorang individu dimana dapat mempengaruhi pemunculan, pengenalan dan penerapan sesuatu hal atau ide baru dalam satu pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya (Kleysen & Street dalam Kresnanditon & fajrianti, 2012). Sedangkan kinerja karyawan merupakan cara kerja dan hasil kerja seorang individu sebaik mungkin perkembangan dan kemajuan orgaisasinya. Pertanyaannya adalah apakah perilaku inovatif berpengaruh terhadap kinerja karyawan? Perilaku kerja yang menghasilkan sesuatu yang berinovasi dari seorang individu sangat berpengaruh bagi kinerjanya sendiri, karena dengan perilaku atau tindakannya yang berinovasi dia akan mampu menciptakan hal-hal baru dalam pekerjaannya, dan ini akan berpengaruh baik terhadap kinerjanya dalam instansi tersebut agar memiliki variasi dalam pekerjaan seorang individu pasti harus memiliki kemampuan berinovasi (*innovation capability*). Kemampuan berinovasi dari setiap individu tentu sangat berbeda, tergantung dari pengetahuan dan pengalaman serta kemauan dari dalam diri masing-masing individu. Kemampuan berinovasi ini dapat berkembang atau dapat diterapkan karena adanya pengetahuan, pengalaman mengenai pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya dalam instansi tersebut.

Beberapa peneliti menganggap bahwa salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan berinovasi dari setiap sumber daya manusia melalui pengembangan aktivitas dan pengetahuan. Pengetahuan dan pengalaman juga memberikan dorongan kepada individu agar lebih berpikir kritis tentang suatu hal dan juga agar lebih kreatif. Perilaku berbagi pengetahuan dan bekerjasama dalam menjalankan tugas pada satu organisasi memiliki peran penting bagi perkembangan inovasi individu. Berbagi pengetahuan dan bekerjasama dianggap dapat menjadi salah satu faktor pendorong dalam meningkatkan pemikiran dan perilaku yang inovatif bagi individu dalam menjalankan kinerjanya (Lin, 2007), (Rahab, sulistyandari, & sudjono, 2011). Karena dengan berbagi pengetahuan seseorang bisa menuangkan atau memberikan hasil pemikiran atau ide-ide baru yang dia miliki kepada orang lain dan dengan bekerjasama mereka dapat mewujudkan serta menerapkan ide-ide tersebut kedalam pekerjaan mereka.

Karakteristik kinerja karyawan pria pada instansi pemerintahan

Adapun beberapa karakteristik yang terdapat pada karyawan pemerintah antara lain: usia, demografi (pria dan wanita), status, dan lain sebagainya. Apakah karakteristik tersebut dapat mempengaruhi inovasi kerja pada karyawan dalam suatu instansi

pemerintah? Beberapa penelitian menyatakan bahwa usia tidak berpengaruh terhadap inovasi kerja dalam sebuah organisasi (Baldrige & Burnham, 1975) dan juga penelitian yang mengatakan bahwa usia tidak memiliki hubungan atau berpengaruh terhadap perilaku inovatif (Bauman, 2011). Tetapi, seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang semakin modern muncullah penelitian baru mengenai usia yang justru memiliki pengaruh dan hubungan yang negative terhadap inovasi (Qstergaard, Timmerman & Kristinsson, 2011). Dikatakan memiliki pengaruh yang negative karena semakin bertambah tuanya usia, orang cenderung tidak melakukan inovasi baru atau perilaku yang inovatif. Individu tersebut hanya mengerjakan hal-hal yang sama terus setiap harinya atau individu tersebut tidak mau keluar dari zona nyamannya, tetapi dia hanya mengawasi, mengarahkan dan mengontrol inovasi-inovasi baru yang dilakukan oleh kaum yang lebih muda. Bukan hanya faktor usia yang menjadi isu-isu yang mempengaruhi perilaku inovatif. Tetapi perbedaan jenis kelamin juga menjadi perbincangan yang hangat pada saat ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Qstergaard, Timmerman & Kristinsson, 2011) mengenai *Employee diversity* dan inovasi mengatakan bahwa jenis kelamin mempunyai hubungan yang positif atau hubungan yang baik bagi perkembangan inovasi. Pertanyaannya adalah apakah perempuan lebih inovatif daripada laki-laki dalam menjalankan tugasnya pada suatu organisasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen, dimana variabel independen mempengaruhi dan variabel dependen dipengaruhi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *innovative work behavior* terhadap *employee performance*, seberapa besar pengaruh *innovative work behaviour* terhadap *employee performance* dalam suatu instansi pemerintah. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai pemerintah sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan kriteria sampel yaitu para pegawai pemerintah laki-laki yang bekerja pada instansi pemerintah. Pengambilan data yang digunakan adalah data primer, data primer yang dimaksud yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti atau responden yang dituju.

Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari pegawai pemerintah laki-laki yang bekerja di instansi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei. Metode survei ini merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini di buat dan di berikan kepada responden untuk diisi dan menjawab pertanyaan dari peneliti kemudian diberikan kembali kepada peneliti dan pertanyaan tersebut berkaitan dengan apa yang akan diteliti.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis:

H1: *Innovative work behavior* berpengaruh signifikan terhadap *employee performance* pada pegawai laki-laki instansi pemerintah.

Hipotesis pertama diduga terdapat pengaruh antara *innovative work behaviour* terhadap pegawai pria pada suatu instansi pemerintah pada penelitian ini akan dilihat seberapa besar perilaku inovatif berpengaruh terhadap pegawai pria sedangkan hipotesis kedua pada penelitian ini akan dilihat seberapa besar pengaruh kinerja karyawan terhadap pegawai pria dan hipotesis kedua ini sangat erat kaitannya dengan hipotesis yang pertama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 orang pegawai pemerintah yang terdiri dari 100% pegawai laki-laki. Uji validitas adalah uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin di ukur oleh seorang peneliti. Sedangkan uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuisisioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Adapun syaratnya yaitu *Kaiser-Meyer-Olki (KMO)* $\geq 0,5$, nilai signifikansi pada *Bartlett's Test of Sphericity* $< 0,05$, nilai *factor loading* pada *Component matrix* $> 0,5$.

Tabel 1. Uji Validitas

Item	Variabel	KMO	Bartlett's tes sig	Loading Factor
IWB1	<i>innovative work behaviour</i>	0,891	0,000	0,727
IWB2				0,755
IWB3				0,531
IWB4				0,733
IWB5				0,808
IWB6				0,830
IWB7				0,854
IWB8				0,890
IWB9				0,870
EP1	<i>employee performance</i>	0,833	0,000	0,089
EP2				0,092
EP3				0,191
EP4				0,155
EP5				0,277
EP6				0,877
EP7				0,789

Sumber: Olahan SPSS

Berdasarkan output uji validitas yang dilakukan menggunakan SPSS 16 pada tabel di atas, kuesioner atau instrumen penelitian yang digunakan valid, karena nilai signifikan sebesar 0,000 sudah memenuhi syarat $\alpha < 0,05$ dan nilai *Kaesar-meyer-olkin (KMO)* sebesar 0,891 yang berarti sudah memenuhi syarat $KMO \geq 0,5$. Uji reabilitas digunakan untuk

mengetahui konsisten tidaknya alat ukur yang digunakan (Sugiyono, 2005). Hasil reabilitas telah dilakukan terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Item	Variabel	Cronbach's alpha	Correlated Item Total correlation
IWB1	<i>Innovative Work Behavior</i>	0,920	0,658
IWB2			0,694
IWB3			0,455
IWB4			0,660
IWB5			0,742
IWB6			0,766
IWB7			0,798
IWB8			0,843
IWB9			0,816
EP1	<i>Employee Performance</i>	0,615	0,473
EP2			0,534
EP3			0,600
EP4			0,553
EP5			0,526
EP6			0,084

Sumber: Olahan SPSS

Berdasarkan tabel 2 Uji Reliabilitas di atas semua variabel dinyatakan valid, suatu variabel dikatakan valid jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten dan sudah memenuhi syarat. Jadi koefisien reliabilitas instrumen variabel *innovative work behavior* sebesar $r_{II} = (0,658), (0,694), (0,455), (0,660), (0,742), (0,766), (0,798), (0,843), (0,816)$ memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,920, sedangkan variabel *Employee performance* sebesar $r_{II} = (0,473), (0,534), (0,600), (0,553), (0,526), (0,084)$, ternyata memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,615. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel diatas dinyatakan *reliable* atau memenuhi syarat.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan cara-cara pengumpulan, penyusunan, dan penyajian suatu hasil penelitian. Statistik deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sugiyono, 2007). maka pengumpulan, penyusunan, dan penyajian tersebut akan diterangkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Statistik Dekriptif

Item	Mean	Max.	Min.	Standart Dev
<i>Innovative work behaviour</i>	3,74	6	1	1,050
<i>Employee performance</i>	4,31	6	2	0,603

Sumber: Olahan SPSS

Dari hasil data yang telah dilihat pada tabel statistik deskriptif di atas yaitu terdapat *mean*, nilai maksimum, nilai minimum dan standard deviasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *innovative work behaviour* memiliki nilai rata-rata 3,74 sedangkan variabel *employee performance* memiliki nilai rata-rata 4,31. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban tertinggi berada pada pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel *innovative work behaviour*. Pertanyaan tersebut memiliki jawaban rata-rata tertinggi dengan asumsi skala penilaian 1 sampai 6.

Uji Regresi/uji ANOVA

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,109 yang berarti bahwa variabel *innovative Work Behavior* sebesar 10,9 %. Sedangkan sisanya 89,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tabel di atas menunjukkan bahwa pengaruh *innovative work behaviour* kurang signifikan dibandingkan dengan variabel-variabel lain.

Tabel 4. Uji Regresi

Model	Adjusted R Square	Coefficient	Uji Parsial	
			T-tes	Sig
<i>Innovative Work Behavior</i>	0,109	0,598	3,916	0,000

Sumber: Olahan SPSS

Impikasi Manajeria

Implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah *innovative work behaviour* memiliki pengaruh terhadap *employee performance* walaupun hanya sedikit, oleh karena itu instansi pemerintah seharusnya mengimbangi *innovative work behaviour* dengan faktor-faktor lain, misalnya gaji, kompensasi dan lain sebagainya, agar semua faktor-faktor tersebut sejalan atau seimbang. Karena kita tahu bahwa *innovative work behaviour* ini sangatlah penting bagi karyawan bagaimana mereka bisa menciptakan hal-hal, ide-ide ataupun penemuan-penemuan baru untuk meningkatkan kinerjanya. Pemimpin dalam suatu instansi seharusnya lebih memperhatikan lagi *innovative work behavior* pada karyawannya.

Selama ini *innovative work behaviour* kurang mendapatkan perhatian yang serius dari para pemimpin maupun para karyawan di instansi pemerintah. Maka dari itu diperlunya perhatian khusus dalam meningkatkan *innovative work behaviour*, untuk itu adapun upaya yang harus dilakukan oleh instansi pemerintah antara lain: 1) mengadakan latihan khusus untuk mengasah atau meningkatkan *innovative work behaviour* yang dimiliki oleh setiap karyawan agar lebih maksimal lagi. 2) menyeimbangi antara semua faktor yang memengaruhi kinerja karyawan, yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga di dukung penelitian yang dilakukan Arfan dan Aris (2013) yang menyatakan adanya Kontrol atasan berpengaruh kuat terhadap hubungan antara

perilaku kerja inovatif terhadap kinerja karyawan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Farlen dan Frans (2011) yang menunjukkan arah yang positif motivasi kerja yang lebih baik dan kemampuan kerja yang baik akan meningkatkan kinerja karyawan. Penelitian yang lain juga dilakukan oleh Setiawan (2013) yang menyatakan adanya pengaruh disiplin kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan pada hasil di atas, dapat disimpulkan dari keseluruhan penelitian bahwa *innovative work behaviour* berpengaruh kurang signifikan terhadap *employee performance* pada instansi pemerintah lebih khususnya karyawan laki-laki. Hal ini dapat dilihat pada table uji regresi bagian *Ajusted R square* yang menunjukkan bahwa sebesar 10,9 % *innovative work behaviour* mempengaruhi kinerja karyawan. Tetapi hal tersebut belum sepenuhnya karena dapat kita lihat bahwa sebanyak 89,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar *innovative work behaviour*.

SARAN

Sebaiknya instansi pemerintah lebih khususnya pada karyawan laki-laki harus lebih meningkatkan *innovative work behaviour* agar dapat menunjang kinerjanya. bukan hanya menunjang kinerja karyawan tetapi juga untuk menghasilkan ide-ide, atau penemuan-penemuan baru dalam menjalankan pekerjaannya dan juga membutuhkan dukungan atau dorongan dari pemimpin.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, Teresa M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *The Academy of Management* 39(5): 1154–84.
- Ajzen, I, and Fishben, M. (1991). "The theory of Planned Behavior." *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Process* 50. 179-211.
- Ancok, D. (2012). *Kepemimpinan & Inovasi*. Jakarta: Erlangga
- Amo, B.W, & Kolvereid, L. (2005). Organizational Strategy, Individual Personality and Innovation Behavior. *Journal of Entreprising Culture* 13(1): 7–20.
- Alex S., & Nitisemito. (2000). *Manajemen Personalia: Manajemen Sumber Daya Manusia, Ed. 3.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Baldrige, J.V., & Burnham, R.A. (1975). Organizational innovation: Individual, organizational and environmental impacts. *Administrative Science Quarterly* 20(2): 165–76.
- Baumann, P. K. (2011). The relationship between individual and organizational characteristics and nurse innovation behaviour (Unpublished dissertation). *School of Nursing Indiana University*.
- Gailly, B. (2011). *Developing innovative organization: A roadmap to boost your innovation*. Palgrave MacMillan.

- Henry, Simamora. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*,. Bandung: PR. Eresco.
- Janssen, O. (2003). Innovative behavior and job involvement at the process of conflict and less satisfactory relations with co-worker. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 76: 347-364.
- Kresnandito, Putra A., and Fajrianti. 2012. Pengaruh Persepsi Kepemimpinan Transformasional terhadap Perilaku Inovatif Penyiar Radio. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi* 1(2): 78–85.
- Kleysen, R.F, & C.T Street. (2001). Toward a Multi-Dimensional Measure of Individual Innovative Behavior. *Journal of Intellectual Capital* 2(3): 1469-1930.
- Lin, H. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability. *International Journal of Manpower* 28(3): 315–332.
- Mathis Robert L, and Johnson H Jackson. (2006). *Human Resources Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Qstergaard, C.R., Timmerman, B, & Kristinson, K. (2011). Does a different view create something new? The effect of employee diversity on innovation. *Research Policy* 40: 500–509.
- Rahab, Sulistyandari, & Sudjono. (2011). The Development of Innovation Capability of Small Medium Enterprises Through Knowledge Sharing Process. *International Journal of Business and Social Science* 2(21): 112–123.
- Ruky, & Achmad, S. (2003). *SDM Berkualitas Mengubah Visi Menjadi Realitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. (2009). *Tata kerja dan produktivitas kerja*. Jakarta: Mandarmaju.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

PENGARUH TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP TERHADAP EMPLOYEE ENGAGEMENT PADA PEGAWAI PEMERINTAH

Krista Mala Oktaviani, Andro Agil Nur Rakhmad

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang
Email: kristamala24@gmail.com

ABSTRAK

Kepemimpinan transformasional merupakan suatu proses dimana terdapat interaksi pemimpin dan bawahan yang dapat menciptakan suatu hubungan yang saling meningkatkan nilai moral dan dorongan dalam pekerjaan. Kepemimpinan Transformasional mengarahkan dan membimbing para bawahannya dan organisasi kepada tujuan yang lebih besar dan menginspirasi (transformasi) serta menanamkan kebanggaan untuk mendapatkan hasil yang luar biasa. Penerapan kepemimpinan transformasional berkaitan erat pada keterikatan pegawai. Penerapan kepemimpinan transformasional secara tepat dan optimal dapat mendorong tingkat keterikatan karyawan yang tinggi sehingga tercipta kinerja dan produktivitas organisasi yang baik. Penelitian ini bertujuan membahas mengenai bagaimana pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan pegawai pada pegawai pemerintah, dimana kepemimpinan transformasional sebagai variabel independen, keterikatan pegawai sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi dokumen sebagai metode pengumpulan data dengan responden pegawai yang bekerja pada instansi pemerintah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif.

Keyword: *Kepemimpinan Transformasional, Keterikatan Pegawai, Masa Kerja.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan jaman secara menglobal telah mendorong dunia harus menghadapi hal yang sangat penting, yakni perkembangan teknologi dan informasi. Teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat pada saat ini. Seiring dengan perkembangan itu, masyarakat dunia kini mengalami transformasi budaya dalam hal teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi informasi ini tak ayal membawa konsekuensi perubahan pola, sikap, dan perilaku kehidupan masyarakat global (M. Jafar Elly, 2018). Tak terkecuali dalam dunia bisnis, dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi, persaingan dunia bisnis akan semakin ketat dan perusahaan akan berusaha berlomba-lomba menjadi yang terdepan. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah menggunakan teknologi sebagai sarana pendukung dalam bersaing dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Teknologi informasi yang canggih dapat digunakan untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas pekerjaan dan menyediakan informasi dalam rangka pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Demikian pula dengan sumber daya manusia di perusahaan, pentingnya pengaruh manusia dalam operasional suatu organisasi mendorong perusahaan perlu mengoptimalkan kualitas sumber daya manusianya. Keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan sangat ditentukan oleh sumber daya manusia didalamnya.

Dalam suatu manajemen sumber daya manusia (MSDM) “untuk mempertahankan eksistensi dalam persaingan global, salah satu upaya yang dapat

dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara meningkatkan *people equity* perusahaan” (Rizkiani dan Nurnida, 2016: 3579). Perusahaan dituntut untuk mampu mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada dan menciptakan daya tarik serta daya dorong internal bagi karyawan sehingga mampu menumbuhkan perilaku karyawan yang baik. Menurut Schiemann (dalam Rizkiani dan Nurnida: 2016), ada 3 elemen utama dari *people equity* yaitu *alignment* (keselarasan), *capability* (kapabilitas) dan *engagement* (keterikatan). Produktivitas dan kinerja sebuah organisasi dapat berjalan dengan buruk apabila terdapat salah satu dari komponen tersebut tidak terpenuhi dalam sebuah organisasi.

Employee Engagement (Keterikatan Karyawan) merupakan salah satu komponen penting dalam *people equity* dan ciri suatu sumber daya manusia di suatu perusahaan itu berkualitas. Karyawan yang memiliki *employee engagement* yang tinggi akan lebih sadar akan tanggung jawab dan memiliki kontribusi serta loyalitas yang besar akan pekerjaannya sehingga produktivitas perusahaan akan meningkat. Kahn (dalam Murnianita, 2012: 2), menyebutkan *employee engagement* adalah bentuk pengekspresian dan keterlibatan yang terjadi secara fisik, kognitif dan emosional seseorang dalam menjalankan perannya pada pekerjaan. Sedangkan Robinson, dkk mendefinisikan *employee engagement* sebagai sikap positif dan produktif karyawan terhadap organisasi yang ditempati beserta nilai-nilai yang didalamnya. (dalam Rachmawati, 2010: 55).

Menurut Anitha J (Dalam Handoyo dan Setiawan, 2017) terdapat 7 faktor penentu yang dapat mempengaruhi *employee engagement* dalam suatu organisasi yaitu lingkungan kerja, kepemimpinan, tim dan rekan kerja, pelatihan dan pengembangan karir, kompensasi, kebijakan organisasi dan yang terakhir kesejahteraan kerja. Salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi *employee engagement* adalah kepemimpinan. Implementasi gaya kepemimpinan yang tepat dan sesuai oleh seorang pemimpin diyakini dapat menumbuhkan rasa keterikatan pegawai antar pegawai ataupun pegawai dengan organisasinya. Banyak hasil penelitian yang membuktikan bahwa gaya kepemimpinan transformational adalah gaya kepemimpinan yang efektif dalam memotivasi karyawan dan berpengaruh dalam pembentukan *employee engagement*. Robbins berpendapat gaya kepemimpinan yang dapat menginspirasi dan mampu membawa dampak yang positif dan mendalam sehingga dapat melampaui kepentingan pribadi para pengikutnya disebut sebagai gaya kepemimpinan transformational (Abdilah dalam Rizkiani dan Nurnida, 2016: 3580). Salah satu penelitian yang membuktikannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Metzger (2009) yang bertujuan untuk mengetahui hubungan *transactional leadership* dan *transformational leadership* terhadap *employee engagement* dan hasilnya menunjukkan bahwa *transformational leadership* berpengaruh lebih besar terhadap *employee engagement* (Dalam Lubis, 2012: 27).

Besarnya pengaruh dan hubungan antara kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan karyawan sangat penting untuk diperhatikan oleh semua organisasi ataupun instansi. Karena jika instansi atau organisasi dapat menerapkan gaya kepemimpinan transformational secara tepat dan optimal, maka itu akan bisa mendorong tingkat keterikatan karyawan yang tinggi sehingga tercipta kinerja dan

produktivitas organisasi yang baik. Tak terkecuali dalam lingkungan instansi pemerintahan. Sumber daya manusia dalam suatu instansi pemerintahan merupakan modal berkembangnya operasional negara dikemudian hari. Pegawai pemerintah sebagai aparatur pelaksanaan negara mempunyai peran yang besar dalam rangka pelaksanaan pencapaian tujuan dan membantu terwujudnya cita-cita negara. Oleh sebab itu sangat diperlukan bagi seorang pegawai pemerintah memiliki tingkat keterikatan (*engagement*) yang tinggi. Schaufeli & Bakker (2004) menyatakan bahwa pegawai yang memiliki keterikatan (*engagement*) yang tinggi akan memiliki loyalitas dan kinerja yang tinggi terhadap organisasi karena memiliki ikatan secara emosi sehingga akan berpengaruh dalam penyelesaian pekerjaan dan kualitas kerja yang memuaskan (Margaretha dan Saragih Dalam Anggreana, 2015: 2).

Namun dalam kenyataannya, masih banyak dilihat bahwa pegawai pemerintah belum cukup mempunyai keterikatan dalam pekerjaannya, terutama bagi yang mempunyai perbedaan masa kerja di instansi tersebut. Pegawai pemerintah yang memiliki masa kerja sudah lama bekerja di suatu instansi memiliki keterikatan pekerjaan yang lebih tinggi daripada pegawai pemerintah yang memiliki masa kerja baru yang tergolong pegawai muda. Sehingga di duga lamanya masa kerja sangat berpengaruh terhadap tingkat keterikatan pegawai.

Dari paparan diatas dapat terlihat besarnya pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan karyawan dalam sebuah organisasi atau instansi sehingga sangat diperlukan pemahaman ini, terutama bagi instansi pemerintah guna peningkatan kinerja dan produktivitas pencapaian tujuan instansi dan negara. Dikarenakan penulis banyak melihat perbedaan kinerja dan keterikatan antara pegawai pemerintah yang memiliki masa kerja yang berbeda, maka karakteristik responden yang penulis pilih adalah pegawai pemerintah baik yang berstatus PNS maupun honorer yang mempunyai perbedaan masa kerja di instansi yang mereka tempati. Dari uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Transformational Leadership Terhadap Engagement Employee Pada Pegawai Pemerintah Berdasarkan Masa Kerja".

KAJIAN LITERATUR

Kepemimpinan Transformasional (*Transformational Leadership*)

Faktor terbesar yang dapat mempengaruhi karyawan dalam pencapaian tujuan organisasi adalah faktor pemimpin dan gaya kepemimpinannya. Robbins dan Coulter (Dalam Dhita, 2012: 1) menjelaskan bahwa kepemimpinan merupakan sebuah proses memimpin dan mempengaruhi kelompok dalam rangka pencapaian tujuan kelompok tersebut. Kepemimpinan pada dasarnya adalah kegiatan untuk mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok dalam mencapai suatu tujuan bersama yang di pimpin oleh seorang pemimpin sebagai penggerakannya. Sedangkan gaya kepemimpinan disini maksudnya cara dan pola yang digunakan pemimpin dalam menjalankan tugasnya, baik dalam bersikap, berinteraksi, dan saat pengambilan keputusan. Sehingga keberhasilan berjalannya organisasi

bergantung dengan apakah gaya kepemimpinan itu sesuai dengan organisasi tersebut atukah tidak.

Kepemimpinan transformasional merupakan salah satu gaya kepemimpinan yang mampu memberdayakan bawahannya dalam meningkatkan kinerja demi kepentingan komunitas (Nukilan Dalam Rahmi, 2014:54). Dalam kepemimpinan transformasional, pemimpin akan berusaha membuat bawahannya memiliki moralitas dan motivasi kerja yang lebih tinggi sehingga bawahan akan lebih aktif berkontribusi dalam perusahaan. Menurut Northouse (dalam Rizkiani dan Nurnida, 2016: 3580), kepemimpinan transformasional merupakan proses dimana terdapat interaksi pemimpin dan bawahan yang dapat menciptakan suatu hubungan yang saling meningkatkan nilai moral dan dorongan dalam pekerjaan. Menurut Yukl (Rahmadin Dalam Italiani, 2013:11) dalam gaya kepemimpinan transformasional, para pemimpin akan membuat bawahannya lebih menyadari nilai pekerjaan mereka secara mendalam dan mengajarkan agar lebih memprioritaskan kepentingan organisasi sebelum kepentingan pribadi masing-masing. Kepemimpinan transformasional bekerja mengarahkan dan membimbing para bawahannya dan organisasi kepada tujuan yang lebih besar dan menginspirasi (transformasi) serta menanamkan kebanggaan untuk mendapatkan hasil yang luar biasa. Seorang pemimpin dapat dikatakan pemimpin transformasional ketika memenuhi standar dari tingkat kepatuhan, kekaguman, kepercayaan, kesetiaan, dan rasa hormat kepada organisasi dan pengikutnya (Rahmi, 2014:59).

Bass dan Avolio menjelaskan bahwa karakteristik dari kepemimpinan transformasional terdiri dari 4 komponen (Yukl Dalam Septyan, 2017: 83) yaitu pertama, *idealized influence* (karisma) yang mempunyai arti pemimpin harus mempunyai karisma untuk dapat di hargai, dikagumi, dan diikuti oleh bawahannya yang berarti juga terdapat sikap saling mepercayai satu sama lain. berarti pemimpin dan karyawan saling percaya; Yang kedua adalah *inspirational motivation* (inspirasi motivasi) yang mempunyai arti pemimpin harus bisa membangkitkan optimisme dan antusiasme dalam memberikan tantangan kepada karyawan, sehingga disatu sisi pemimpin akan memberikan standar pekerjaan yang tinggi, tetapi disisi lain ia memberikan inspirasi motivasi bahwa bawahannya pasti mampu menyelesaikan pekerjaan tersebut. Yang ketiga adalah *intellectual stimulation* (stimulasi intelektual) yaitu berarti pemimpin mampu mendorong (menstimulus) bawahannya untuk bersikap inovatif dan kreatif dalam pemecahan masalah. Komponen yang terakhir adalah *individualized consideration* (pertimbangan individual) yang berarti pemimpin harus dapat memberikan dukungan secara spesifik kepada karyawan, seperti mendengar aspirasi, mendidik, memfasilitasi prestasi bawahan sehingga tercapai pertumbuhan dan perkembangan dalam diri bawahan. Selain memiliki karakteristik tersebut, pemimpin dalam gaya kepemimpinan transformasional juga harus bisa berperan sebagai agen perubahan dalam organisasi dan bertindak sebagai katalisator, yaitu berperan mengubah sistem menjadi lebih baik melalui peningkatan sumber daya manusia yang ada di organisasi tersebut (Rahmi, 2014: 61)

Employee Engagement

Schaufeli et all (2002) mengatakan *employee engagement* adalah keterikatan karyawan yang memiliki semangat dan dapat bekerja secara efektif serta mereka merasa mampu untuk menyelesaikan tuntutan pekerjaan dengan baik (Putri dan Soedarsono, 2017:2542). Peneliti Ketenagakerjaan Global Perrin/Perrin's Global Workforce Study (2003) memberikan pendapat bahwa *employee engagement* adalah kemampuan karyawan untuk berkontribusi dalam keberhasilan perusahaan secara terus menerus melalui kesediaan karyawannya (Rachmawati, 2010: 55). Sedangkan Trimahanani (2011) mendefinisikan *employee engagement* sebagai keterikatan karyawan dengan organisasi yang mereka tempati sehingga karyawan memiliki komitmen yang kuat untuk bekerja hingga tercapainya tingkat kepuasan kerja (Zhoraya, 2012: 20). Secara umum, *employee engagement* dapat didefinisikan sebagai keterikatan karyawan pada perusahaan yang ditandai dengan sikap optimisme, berdedikasi tinggi, dan berkomitmen terhadap pekerjaan yang diberikan.

Manfaat dari *employee engagement* diungkapkan oleh Siddhanta dan Roy (Dalam Handoyo dan Setyawan, 2017) adalah *employee engagement* akan berkaitan dengan kinerja karyawan, produktifitas, keselamatan kerja, kehadiran dan retensi, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, hingga profitabilitas, yang melalui hal tersebut dapat menciptakan kesuksesan dan keberhasilan bagi perusahaan. Unsur utama dari *employee engagement* adalah perasaan bangga menjadi bagian dari perusahaan yang membuat karyawan menjadi lebih produktif dalam berkontribusi dalam perusahaan. Karyawan yang memiliki keterikatan yang tinggi akan memiliki semangat bekerja tinggi dalam menjalankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan.

Employee Engagement menjadi salah satu kunci kesuksesan suatu perusahaan dalam hal peningkatan kinerja. Semakin tinggi keterikatan karyawan dengan perusahaan atau organisasi yang mereka tempati, semakin baik pula kinerja karyawan tersebut yang akan berdampak pula pada kinerja perusahaan tersebut (Zhoraya, 2012:20). Dari hasil observasi Benneth & Bell tahun 2004 (Amalia Dalam Rizkiani dan Nurnida, 2016) terdapat 3 dimensi perilaku karyawan yang mempunyai *employee engagement* tinggi meliputi aspek Say, Stay dan Strive. Say berarti adalah karyawan mampu mempersepsikan dan memberikan informasi mengenai perusahaan secara positif, baik kepada masyarakat, pelanggan, rekan bisnis, keluarga dan dalam lingkungan sosial lainnya. Stay adalah keinginan besar karyawan untuk tetap tinggal atau berada dalam perusahaan. Sedangkan Strive adalah kerelaan pegawai memberikan kontribusi ekstra untuk kepentingan perusahaan. Stephen Young (Laporan HR, 2007 Dalam Rachmawati, 2010: 22) mengatakan bahwa bukan kepuasan kerja, tetapi *employee engagement*-lah yang menjadi penentu bagaimana suatu kinerja di organisasi itu berjalan. Sehingga perlu penanaman sikap keterikatan pada karyawan (*employee engagement*) pada suatu perusahaan atau organisasi sebagai usaha peningkatan kinerja.

Pengaruh Transformational Leadership Terhadap Employee Engagement

Pemilihan gaya kepemimpinan yang dijalankan oleh pemimpin berkaitan erat dengan perilaku bawahannya di organisasi. Hal ini dikarenakan pemimpin memiliki tanggung jawab dalam pengarahan berjalannya suatu organisasi melalui kinerja karyawannya. Penggunaan gaya kepemimpinan yang tidak tepat akan mengakibatkan kinerja karyawan menjadi terbatas dan karyawan terkesan terbebani dalam bekerja. Hal ini dibuktikan dengan konsep yang dijelaskan Dongoran. Menurut Dongoran (Sunnyoto Dalam Dhita, 2012:15) ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dalam suatu organisasi, akan tetapi sebagian besar dipengaruhi oleh pemimpin, baik sikap maupun gaya kepemimpinan yang melekat pada pemimpin tersebut.

Demikian pula gaya kepemimpinan transformasional (*transformational leadership*) yang berkaitan erat dengan keterikatan karyawan (*employee engagement*). Hal ini dikarenakan “parameter yang digunakan untuk mengukur kepemimpinan transformasional adalah dengan melihat tingkat kepercayaan, kekaguman, kesetiaan, kepatuhan, dan rasa hormat para pengikutnya” (Rahmi, 2014: 57), yang tentu saja parameter ini sangat berhubungan erat dengan keterikatan karyawan. Parameter tersebut akan memotivasi dan membentuk sikap loyalitas dalam diri karyawan. Sikap loyalitas inilah ciri dari adanya keterikatan karyawan (*employee engagement*). Produktivitas dan kinerja seorang karyawan akan optimal ketika ia mempunyai rasa keterikatan yang tinggi. Tinggi rendahnya *engagement* tersebut akan terlihat dalam bagaimana kontribusi kerja, loyalitas, dan komitmen karyawan tersebut dalam perusahaan. *Employee engagement* dibangun melalui proses yang panjang yang ditunjang dari pimpinan. Hal ini buktikan oleh banyaknya hasil penelitian-penelitian yang mengkaji hubungan kepemimpinan transformasional dengan keterikatan karyawan. Kepemimpinan transformasional (*transformational leadership*) berpengaruh positif terhadap keterikatan kerja (*employee engagement*) pada karyawan PT Dua Kelinci Pati didasarkan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dkk (Rizkiani dan Nurnida, 2016: 3582). Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Metzger (2009) yang bertujuan untuk mengetahui hubungan *transactional leadership* dan *transformational leadership* terhadap *employee engagement* dan hasilnya menunjukkan bahwa *transformational leadership* berpengaruh lebih besar terhadap *employee engagement* (Dalam Lubis, 2012: 27). Melalui penelitian-penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan karyawan sangat besar dan sifatnya adalah positif.

Gaya kepemimpinan transformasional memiliki peran penting di dalam organisasi karena mampu menginspirasi para karyawan sehingga karyawan mampu melampaui kepentingan pribadi demi kepentingan organisasi dalam pencapaian tujuan organisasi. Pemimpin transformasional mampu lebih memperhatikan kebutuhan dan aspirasi karyawannya. Melalui kepemimpinan transformasional, karyawan akan merasa lebih diperhatikan oleh pemimpinnya lalu akan meningkatkan rasa keterikatan

kerjanya (Raharjo dan Witiastuti, 2016:350). Rasa keterikatan ini muncul karena dorongan motivasi dan arahan dari gaya kepemimpinan transformasional yang tinggi. Semakin potensial pemimpin dapat menerapkan gaya kepemimpinan transformasional dengan tepat, maka akan lebih meningkatkan employee engagement (keterikatan karyawan) yang ditandai dengan munculnya sikap loyalitas dalam organisasi, sadar akan tanggung jawab, bekerja tanpa beban, berdedikasi dan optimis.

Pemimpin transformasional dalam perilakunya lebih memfokuskan pada nilai-nilai organisasi untuk dirancang dan ditetapkan oleh para karyawannya, sehingga karyawan terbentuk rasa memiliki dan komitmen dalam melaksanakan pekerjaan (Rahmi, 2014:64). Dari fakta ini, pemimpin transformasional menjalankan fungsinya sebagai katalisator, yaitu memberi peran mengubah sistem organisasi ke arah yang lebih baik melalui peningkatan sumber daya manusia yang ada. Peningkatan sumber daya yang dimaksud salah satunya adalah membangun keterikatan karyawan. Karena salah satu kunci utama keberhasilan kinerja sumber daya manusia di perusahaan di sebabkan adanya keterikatan karyawan (*employee engagement*) yang tinggi. Sehingga secara tidak langsung, kepemimpinan transformasional sangat berpengaruh terhadap pembentukan keterikatan karyawan yang akan digunakan sebagai kunci keberhasilan di organisasi tersebut.

Pegawai Pemerintah

Pegawai pemerintah merupakan salah satu aparatur negara yang bertugas dan berfungsi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai bentuk membantu operasional negara dalam menjalankan pelaksanaan pencapaian tujuan negara (Viqi, 2015:1). Secara umum, pegawai pemerintah tersebar di seluruh wilayah Indonesia dari wilayah terdepan hingga wilayah terpencil sekalipun di berbagai bidang untuk membantu pelaksanaan tujuan negara dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kedudukan pegawai pemerintah sangatlah penting karena memegang peranan yang sangat besar dalam kelancaran pemerintah dan pembangunan negara. Pegawai pemerintah sebagai salah satu aparatur pemerintah dan abdi masyarakat harus siap menjalankan tugasnya dan mengabdikan dalam hal memberikan pelayanan pada masyarakat. Dalam suatu organisasi, sumber daya manusia (*Man*) selalu memegang peranan terpenting sebagai pelaksana kegiatan, terutama dalam organisasi aparatur pemerintah yang tugasnya memberikan pelayanan. Oleh karena itu, organisasi aparatur pemerintah sangat membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten di era globalisasi karena semua organisasi harus siap beradaptasi dan mampu menerima semua tantangan di masa yang akan datang. Sangat diperlukan bagi seorang pegawai pemerintah memiliki tingkat keterikatan (*engagement*) yang tinggi. Gallup (Erna Dalam Kurniawati, 2011: 312) mengatakan bahwa pegawai dengan keterikatan kerja yang tinggi akan lebih mudah berinteraksi dalam hubungan kerja, mengatasi stres atas tekanan pekerjaan dan mengelola perubahan yang terjadi dalam organisasi, tugas-tugas dan lingkungan kerjanya. Namun, dalam kenyataannya masih banyak terlihat bahwa

pegawai pemerintahan belum memiliki engagement yang tinggi, contohnya tidak semangat dan disiplin saat bekerja. Salah satu faktornya adalah perbedaan lama masa kerja. Semakin lama masa kerja pegawai, maka semakin banyak pula pengalaman yang ia peroleh di organisasi tersebut. Dengan pengalaman kerja yang banyak, maka semakin besar pula motivasi untuk berkontribusi dalam organisasi yang tentu saja berpengaruh dengan meningkatnya *engagement* pegawai.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang cenderung menggunakan analisis angka-angka statistik dan secara sistematis tersusun serta terstruktur dari awal hingga akhir penelitian. Kasiram (2008) menyatakan penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis angka dari proses data-data untuk melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti. Pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan agar dapat mendeskripsikan dan memaparkan isi dan hasil penelitian secara rinci. Punaji (2010) mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang tujuannya untuk memaparkan atau mendeskripsikan, baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata mengenai suatu keadaan, objek atau segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Penelitian ini akan menguji tentang “pengaruh transformational leadership terhadap engagement employee pada pegawai pemerintah. Hipotesis sementara adalah besarnya kepemimpinan transformasional berpengaruh kuat terhadap tingkat keterikatan pegawai di instansi atau perusahaan.

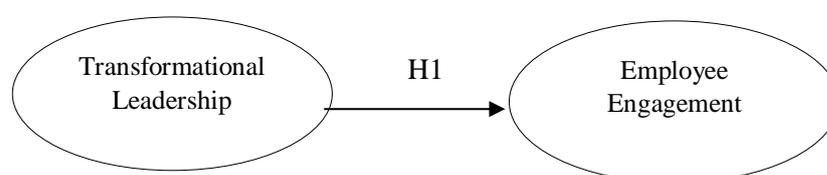
Subjek di dalam penelitian ini adalah pegawai pemerintah, baik yang sudah berstatus pegawai negeri sipil, atau pegawai tetap non PNS (pegawai kontrak) di instansi pemerintah. Populasi yang penulis teliti adalah seluruh pegawai pemerintah yang sudah mengisi kuesioner sejak tanggal 7-12 Maret 2020 yang sudah terkumpul sebanyak 382 orang pegawai pemerintah. Menurut Roscoe, sampel yang tepat dalam penelitian adalah 30 sampai 500, sehingga penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang pegawai pemerintah yang sudah mengisi kuesioner teratas dengan syarat sudah memenuhi karakteristik.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi 2 macam yaitu: *independent variable* dan *dependent variable*. *independent variable* adalah variabel yang mempengaruhi adanya atau timbulnya variabel dependent. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *Independent variable* yaitu *transformational leadership* (kepemimpinan transformasional). Kepemimpinan transformasional merupakan proses dimana terdapat interaksi pemimpin dan bawahan yang dapat menciptakan suatu hubungan yang saling meningkatkan nilai moral dan dorongan dalam pekerjaan (Dalam Rizkiani dan Nurnida, 2016: 3580). Sedangkan *dependent variable* adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang timbul akibat adanya Independent Variable. Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel dependen yaitu *employee engagement* (keterikatan pegawai).

Employee engagement dapat didefinisikan sebagai keterikatan karyawan pada perusahaan yang ditandai dengan sikap optimisme, berdedikasi tinggi, dan berkomitmen terhadap pekerjaan yang diberikan.

Metode pengumpulan data ada 2 macam yaitu :Kuesioner dan Studi Dokumen. Kuesioner adalah metode pengumpulan data untuk memperoleh sejumlah data tentang penelitian terkait dengan cara membuat sejumlah pertanyaan secara tertulis yang kemudian disebar dan dibagikan kepada responden. Teknik kuesioner menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang tentang sebuah fenomena, dimana nantinya setiap jawaban responden akan diberi bobot tertentu. Pertanyaan dalam kuesioner penelitian dibuat terperinci dan lengkap guna mendapatkan informasi pengaruh transformational leadership terhadap employee engagement berdasarkan masa kerja menurut pendapat responden. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan menggunakan media sosial, salah satunya menggunakan media WhatsApp untuk mendapatkan responden yang beragam dengan cara yang efektif dan efisien. Keuntungannya adalah cara pengumpulan data lebih praktis, tidak rumit, dan dapat memperoleh beragam responden dalam jumlah besar tidak terbatas pada wilayah. Kekurangannya adalah adanya kemungkinan data yang tidak valid karena pertanyaan di jawab secara asal atau dibiarkan kosong tanpa jawaban. Yang kedua adalah Studi Dokumen. Studi dokumen adalah metode pengumpulan data melalui catatan atau arsip yang ada. Metode ini merupakan jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan buku dan jurnal yang sesuai dengan penelitian ini. Selain buku dan jurnal, penulis juga menggunakan literatur tesis dan skripsi yang didapatkan secara online melalui perpustakaan online yang tersedia di universitas yang bersangkutan.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif. Metode analisis data kuantitatif adalah metode yang menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dan menggunakan alat statistik. Jika pendekatan analisis kuantitatif menggunakan alat statistik berarti analisis data dilakukan menurut dasar-dasar statistik. Salah satunya alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang digunakan untuk menganalisis data. Analisis ini tidak menerangkan pengujian hipotesis, penarikan kesimpulan atau adanya saling hubungan karena hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi.



Gambar 2. Model Penelitian

Hipotesis:

H1: Kepemimpinan Transformasional berpengaruh secara parsial terhadap keterikatan karyawan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 orang pegawai pemerintahan yang terdiri dari (31%) atau 31 orang pegawai dengan masa kerja lama yaitu masa kerja lebih dari 5 tahun dan (69%) atau 69 pegawai dengan masa kerja baru yaitu masa kerja kurang dari atau sama dengan 5 tahun. Populasi responden dari penelitian ini adalah pegawai pemerintah sebanyak 382 orang yang sudah mengisi kuesioner sejak tanggal 7-12 Maret 2020. Responden penelitian ini meliputi pegawai pemerintah, baik yang sudah berstatus Pegawai Negeri Sipil, pegawai tetap non PNS, maupun pegawai kontrak. Pemilihan sampel responden adalah 100 data pertama yang memenuhi karakteristik, yaitu jelas dalam penulisan keterangan masa kerja (dalam tahun atau bulan).

Karakteristik Responden

<i>Masa Kerja</i>	<i>Jumlah Responden</i>	<i>Presentase</i>
≤ 5 tahun	69	69%
> 5 tahun	31	31%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas adalah suatu alat pengujian yang digunakan untuk melihat dan mengukur sah/valid tidaknya kuesioner (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner akan dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan sistem SPSS versi 20 dengan menggunakan rumus analisis faktor (*factor analysis*). Data bisa dikatakan valid ketika *Kaiser- Meyer-Olkin (KMO)* ≥ 0,5, nilai signifikansi pada *Bartlett's Test of Sphericity* < 0,05, nilai *factor loading* pada *component matrix* > 0,5

Tabel 1. Uji Validitas

<i>Item</i>	<i>Variabel</i>	<i>KMO</i>	<i>Bartlett's Test Sig</i>	<i>Loading Factor</i>	<i>Cronbach's alpha</i>
TL1	<i>Transformational</i>	0.937	0,000	0,524	0,960
TL2	<i>Leadership</i>			0,624	
TL3				0,641	
TL4				0,674	
TL5				0,756	
TL6				0,853	
TL7				0,798	

TL8				0,816	
TL9				0,796	
TL10				0,895	
TL11				0,878	
TL12				0,872	
TL13				0,824	
TL14				0,768	
TL15				0,843	
TL16				0,860	
TL17				0,811	
TL18				0,751	
TL19				0,771	
TL20				0,826	
EE1	<i>Employee</i>	0,892	0,000	0,847	0,937
EE2	<i>Engagement</i>			0,876	
EE3				0,898	
EE4				0,879	
EE5				0,874	
EE6				0,747	
EE7				0,795	
EE8				0,623	
EE9				0,847	

Sumber : Olahan SPSS

Berdasarkan output uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 pada table diatas,kuesioner atau intrumen penelitian yang digunakan valid, karena nilai significant sebesar 0,000 sudah memenuhi syarat $\alpha < 0,05$ dan nilai Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) sebesar 0,937 yang berarti sudah memenuhi syarat $KMO \geq 0,5$.

Uji reliabilitas adalah suatu alat penguji untuk meihat dan mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable ketika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut adalah konsisten atau stabil dalam kurun waktu tertentu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$. Dilihat dari hasil output uji reabilitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa kuesioner atau instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur nilai *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,937 yang berarti telah memenuhi syarat *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$ sehingga dapat diartikan kuesioner yang digunakan reliable.

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul digunakan untuk menganalisis data. Analisis ini tidak menerangkan pengujian hipotesis, penarikan kesimpulan atau adanya saling hubungan karena hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	<i>Mean</i>	<i>Max.</i>	<i>Min.</i>	<i>Stand Dev</i>
TLA	4.5275	6.00	1.45	0.94349
EEA	4.8400	6.00	1.00	1.00792

Olahan SPSS

Berdasarkan tabel 3 mengenai uji statistik deskriptif, dapat diketahui bahwa nilai Employee Engagement lebih besar daripada Transformational Leadership yang artinya responden memiliki tingkat keterikatan karyawan yang lebih besar daripada memiliki pengaruh dari adanya transformational leadership.

Uji Regresi

Uji regresi adalah salah satu metode untuk menentukan hubungan sebab akibat atau korelasi antar variabel. Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Keterikatan Karyawan.

Tabel 4. Uji Regresi

<i>Model</i>	<i>Ajusted R²</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Uji T t-test</i>	<i>F test Sig</i>	<i>F Tes</i>	<i>Sig</i>
<i>Transformational Leadership --> Employee engagement</i>	0,278	0,534	6,257	0,000	39.152	0,000

Olahan SPSS

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R² Square yaitu sebesar 0.278 yang berarti bahwa variabel *Transformational Leadership* dapat menjelaskan *Employee Engagement* sebesar 27,8% sedangkan sisanya 72,2% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Sedangkan untuk Uji Parsial terlihat bahwa nilai sig <0,05 yaitu sebesar 0,000, hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kepemimpinan transformasional (*Transformational Leadership*) berpengaruh signifikan terhadap keterikatan karyawan (*Employee Engagement*). Berdasarkan pengolahan data Uji Simultan memperlihatkan bahwa nilai sig <0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga hal ini berarti masa kerja berpengaruh secara simultan bersama kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan karyawan. Selain itu, nilai coefficient pada pengolahan data memperlihatkan angka sebesar 0,534 atau positif (searah) dimana hal ini berarti semakin besar *Transformational Leadership* yang diterapkan, maka semakin besar pula nilai *Employee Engagement*.

Dari hasil uji analisis data yang dilakukan tersebut dapat di simpulkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap terbentuknya keterikatan pegawai. Seperti halnya penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dkk (2013) di PT Dua Kelinci Pati yang membuktikan bahwa kepemimpinan transformasional (*transformational leadership*) berpengaruh positif terhadap keterikatan kerja (*employee engagement*) pada karyawan dan penelitian yang dilakukan oleh Metzger (2009) yang

hasilnya menunjukkan bahwa transformational leadership berpengaruh lebih besar terhadap employee engagement daripada kepemimpinan transaksional. Penelitian ini juga menunjukkan hasil yang sama dan membuktikan sekali lagi bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh dalam pembentukan keterikatan pegawai. Hal ini dikarenakan kepemimpinan transformasional dapat memotivasi dan membentuk sikap loyalitas dan produktivitas dalam diri bawahannya. Pembentukan karakter inilah ciri dari adanya keterikatan karyawan (employee engagement) yang nantinya akan berdampak pula pada tingginya tingkat kinerja karyawan tersebut. Begitu pula hanya dalam masa kerja, semakin lama masa kerja suatu karyawan di dalam suatu organisasi, semakin besar pula keterikatan kerja pegawai tersebut. Karena semakin banyak pengalaman yang diperoleh oleh pegawai yang memiliki masa kerja lebih lama membuat pegawai lebih handal dalam mengerjakan pekerjaan dan tentunya lebih berkontribusi dan loyal pada perusahaan.

Dari pembahasan diatas maka hipotesis 1,2, dan 3 dapat diterima karena dapat dibuktikan melalui data-data yang ada bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh secara parsial terhadap keterikatan karyawan, masa kerja berpengaruh secara parsial terhadap keterikatan karyawan, kepemimpinan transformasional dan masa kerja berpengaruh secara simultan terhadap keterikatan karyawan.

Hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa penerapan kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap terbentuknya keterikatan karyawan pada bawahannya, maka dari itu dapat disusun langkah-langkah penerapan yang bisa dilakukan oleh manajer yang nantinya dapat menciptakan keterikatan karyawan didalam perusahaan, langkah langkah tersebut adalah: (1) Sebagai manajer dan pemimpin karyawan, hendaknya memotivasi kinerja karyawan bawahannya. Motivasi yang diberikan kepada karyawan dapat meningkatkan inisiatif penyelesaian pekerjaan menjadi lebih baik, (2) Dapat menginspirasi para karyawan dengan memberikan contoh perilaku yang baik dan pemahaman tentang loyalitas kepada perusahaan, (3) Membangkitkan, mengarahkan, dan membimbing karyawan bawahannya agar bersemangat dalam pencapaian tujuan organisasi dengan santai tapi tetap produktif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan yan telah dilakukan, dapat disimpulkan mengenai beberapa hal yaitu sebagai berikut ini:

- 1) *Transformational Leadership* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap *Employee Engagement* yang artinya semakin besar *Transformational Leadership*, maka semakin besar pula *Employee Engagement*. Dapat dibuktikan pada banyaknya data yang valid dan mendukung pada penelitian ini bahwa semakin potensial pemimpin dapat menerapkan gaya kepemimpinan transformasional dengan tepat pada bawahannya, maka employee engagement (keterikatan karyawan) pada bawahannya pun akan meningkat yang ditandai dengan

munculnya sikap dedikasi, optimis, loyal, dan sadar akan tanggung jawab sehingga karyawan dapat bekerja tanpa beban.

- 2) Masa Kerja berpengaruh secara parsial terhadap *Employee Engagement*. Hal ini berkaitan pada perbedaan banyaknya pengalaman yang telah didapat oleh karyawan yang telah lama tinggal di perusahaan dan karyawan baru. Semakin berpengalaman seorang karyawan, maka tingkat kinerja dan loyalitas dalam pekerjaan akan semakin besar pula. Hal inilah yang menjadi pendukung terciptanya suatu keterikatan karyawan.
- 3) *Transformational Leadership* dan Masa Kerja berpengaruh secara simultan terhadap *Employee Engagement*. Kedua faktor tersebut baik kepemimpinan transformasional maupun masa kerja merupakan bentuk pendorong terbentuknya keterikatan karyawan, semakin besar 2 faktor tersebut, maka semakin besar pula keterikatan karyawan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dua faktor tersebut berpengaruh simultan terhadap keterikatan karyawan sehingga hipotesis dapat diterima dan dibuktikan melalui penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreana, Viki. 2015. Pengaruh budaya organisasi dan kepemimpinan terhadap *employee engagement* pada pegawai negeri sipil di Kantor Bupati Bagian Umum Setda Kabupaten Siak. *Jurnal Jom Fekon*. 2(2): 1-13.
- Dhita, Justisia Riman. 2012. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transaksional dan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan PT. Formitra Multi Prakarsa Jakarta*. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Gumilar, Muhammad Akbar. 2018. *Pengaruh Gaji Dan Masa Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Infomedia Nusantara di Bandung*. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- Handoyo, Agnes Wahyu dan Roy Setiawan. 2017. Pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan Pada PT. Tirta Rejeki Dewata. *Jurnal Agora*. 5(1).
- Jelly, Muhammad Jafar. 2018. *Teknologi informasi: Ragam masalah dan solusinya*. Yogyakarta: Teknosain.
- Kuniawati, Irma Dwi. 2014. Masa Kerja Dengan Job Engagement Pada Karyawan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. 2(2): 311-324.
- Murnianita, Febriana Budhi. 2012. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap *Employee Engagement* Pada PT. PLN (Persero) Pusdiklat. *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Putri, Mariza Duma dan Dewi K. Soedarsono. 2017. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan *Employee Engagement* Terhadap Kinerja Karyawan

- Direktorat Solution Operation Telkomsigma. *Jurnal e-Proceeding of Management*. 4(3): 2541-2546.
- Rachmawati, Meida. 2010. Employee Engagemenet Sebagai Kunci Meningkatkan Kinerja Karyawan (International Journal Review). *International Journal of Business and Management*. 5(12): 52-65.
- Raharjo, Dina Christina dan Rini Setyo Witiastuti. 2016. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Keterikatan Kerja Melalui Keadilan Organisasional Sebagai Variabel Mediasi. *Management Analysis Journal*. 5(4): 347-361.
- Rizkiani, Wikantika dan Ida Nurnida. 2016. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Employee Engagement (Studi Pada Divisi Produksi PBB Bogor PT. Wijaya Karya Beton, Tbk). *Jurnal e-Proceeding of Management*. 3(3): 3579-3585.
- Lubis, Ade Amalia. 2012. Analisis Pengaruh Gaya kepemimpinan Terhadap Employee Engagement di PT. XYZ. *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rahmi, Sri. 2014. Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi: Ilustrasi Dibidang Pendidikan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Septyan, dkk. 2017. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Motivasi Dan Kinerja (Studi Pada Karyawan CV. Jade Indoprata Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 53(1): 81-88.
- Sipayung, Rina Hotmarida. 2012. Perbedaan Work Engagement Berdasarkan Biographical Characteristics Pada Karyawan Swasta Di Perusahaan Tambang. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Zoraya, Athina. 2012. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Kekohesifan Kelompok Terhadap Keterikatan Karyawan: Studi Pada Karyawan Non-Manajerial Learning Operations Departement Di Learning Center Group PT. Bank X (Persero) Tbk Jakarta. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.

PENGARUH KEPERIBADIAN TERHADAP INTENSI BERWIRSAUSAHA DALAM BIDANG DIGITAL (*TECHNO-ENTREPRENEUR*) PADA MAHASISWA YANG TELAH MENEMPUH MATA KULIAH KEWIRSAUSAHAAN DI UNIVERSITAS NEGERI MALANG

Okki Aenur Diana, Dediak Tri Kurniawan

Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang

ABSTRAK

Salah satu upaya menanggulangi jumlah pengangguran dan kemiskinan, yaitu dengan meningkatkannya jumlah wirausaha. Intensi berwirausaha perlu dibangun untuk menciptakan wirausahawan yang unggul. Selaras dengan semakin canggihnya teknologi, saat ini banyak perguruan tinggi melakukan aktivitas pendidikan kewirausahaan melalui mata kuliah yang ditempuh. Kewirausahaan yang berbasis teknologi dapat menciptakan keuntungan yang signifikan secara personal maupun negara. Intensi berwirausaha sangat berkaitan dengan kepribadian. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepribadian terhadap intensi berwirausaha di bidang digital (*techno-entrepreneur*) pada mahasiswa Universitas Negeri Malang khususnya mahasiswa yang telah menempuh kewirausahaan. Universitas Negeri Malang merupakan salah satu perguruan tinggi yang menjadi kewirausahaan sebagai mata kuliah pilihan. Penelitian ini berpacuan pada pengumpulan data berupa kuisioner dengan responden Mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

Kata kunci: *kepribadian, techno-entrepreneur, mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa.*

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan Negara berkembang yang memiliki peluang berkompeten dalam segala bidang. Dalam kehidupan yang berkembang dan berjalan di permukaan bumi ini, akan membutuhkan beragam kompetensi untuk mewujudkan sebuah cita-cita yang dimiliki (Somantrie, 2010). Masalah terbesar sampai saat ini bagi negara Indonesia dalam mewujudkan cita-cita negara adalah jumlah pengangguran dan kemiskinan yang semakin meningkat. Lapangan pekerjaan tidak seimbang dengan rata-rata kelulusan atau rekrutmen tenaga kerja baru di segala tingkatan pendidikan (Saiman, 2009 dalam Aprilianty, 2012). Setiap tahunnya jumlah pengangguran terdidik yang semakin meningkat. Banyak lulusan perguruan tinggi tidak berminat dalam berwirausaha. Menurut Badan data resmi Badan Pusat Statistik (BPS) menerangkan tingkat pengangguran terbuka menurun dari tahun sebelumnya, namun dari sisi pendidikannya, lulusan universitas makin banyak menjadi pengangguran. Presentase menunjukkan semakin tinggi lulusan pendidikan menganggur yaitu dari 6,5 persen menjadi 25 persen. Dari tiga faktor yang dikemukakannya, salah satunya penyebabnya yaitu penyediaan lapangan kerja yang terbatas. Sehingga permasalahan tersebut dapat diatasi dengan munculnya kewirausahaan. Berani membuka usaha-usaha baru atau memutuskan menjadi seorang wirausaha, maka angka pengangguran dan kemiskinan dapat diperkecil (Aprilianty, 2012).

Sebuah kata keharusan menerapkan pendidikan kewirausahaan memang harus bagi negara berkembang seperti Indonesia, untuk mencapai negara yang berkompeten dan tidak tertinggal di jaman teknologi ini. Dalam konteks negara,

keberadaan **wirausaha** di Indonesia perlu digalakkan dengan semaksimal mungkin agar sebanding dengan hasil pencapaian negara- negara lainnya. Dalam *e-paper* media Indonesia, Menteri perdagangan Enggartiasto Lukita menjelaskan bahwa Jumlah penduduk sebagai wirausaha terbilang sangat rendah, jika dibandingkan dengan negara- negara maju yang mencapai 14 persen. Sedangkan di Indonesia saat ini baru mencapai 3,1 persen. Angka tersebut menandakan Indonesia berada di posisi peringkat 94 dari 137 negara. Sehingga hal ini Menekankan bahwa generasi muda sangat penting untuk menumbuhkan konsep kewirausahaan agar dapat berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi. Adapun faktor – faktor dalam mendorong perkembangan kewirausahaan dalam suatu negara, salah satunya faktor pendorong tersebut terletak pada ruanglingkup perguruan tinggi melalui proses pengadaan pendidikan kewirausahaan (Suharti & Sirine, 2011). Melihat fakta sekarang, peran perguruan tinggi dalam menggagas perkembangan kewirausahaan belum menunjukkan hasil yang begitu baik (Larviatmo, 2018). Tidak bisa terelakkan bahwa Pendidikan formal yang berunsur kewirausahaan harus benar- benar dibangun kepada generasi muda terutama mahasiswa agar tidak menjadi beban bagi suatu negara, seperti memberikan mata kuliah kewirausahaan (Choiriyah, 2018).

Kewajiban untuk memberikan pendidikan dalam bidang usaha memang harus di jembatani dari berbagai pihak, salah satunya lembaga pendidikan itu sendiri. Terlihatnya fasilitas, prasarana serta aspek yang mengarahkan ke segi kewirausahaan dan masih banyak lagi. Universitas Negeri Malang merupakan salah satu perguruan tinggi yang mengharapkan mahasiswanya mampu menghadapi ini teknologi dengan kepribadian yang dimiliki seorang wirausaha. Namun, tidak semua dari mahasiswa Universitas Negeri Malang memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh mata kuliah kewirausahaan. Yang terjadi dalam keadaan lapangan, di Universitas Negeri Malang mata kuliah kewirausahaan dijadikan sebagai mata kuliah pilihan atau mata kuliah yang wajib diambil bagi jurusan yang berkaitan seperti jurusan manajemen, sehingga dapat dikatakan dasar ilmu kewirausahaan memiliki peranan yang cukup penting dan berguna sebagai bekal *action* di ranah masyarakat (Choiriyah, 2018). Mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan di harapkan bisa dapat mengaplikasikan dalam kehidupan sehari – hari. Universitas Negeri Malang juga memfasilitasi Mahasiswa yang memiliki minat dan bakat kewirausahaan dengan basis mata kuliah yang telah ditempuh melalui program PMW atau yang sering disebut PKM. Pendidikan, penyusunan perencanaan bisnis, pelatihan kewirausahaan, serta pendampingan merupakan fasilitas yang diberikan (Husna, Yuhelmi & Trianita, 2015).

Dikatakan Tjahjono, Maryati & Fauziah (2013), berkembangnya teknologi di era sekarang ini membawa mata kuliah berunsur kewirausahaan ikut terpengaruh, karena pada dasarnya kewirausahaan muncul untuk menjawab konsep- konsep baru. Sehingga dalam setara pendidikan yang tinggi ini, teknologi secara cepat mampu di kuasai oleh mahasiswa khususnya Mahasiswa Universitas Negeri Malang. Mahasiswa- mahasiswa di perguruan tinggi merupakan kalangan dari masyarakat yang masih berumur muda dimana memiliki kesempatan belajar dan termasuk pengguna teknologi informasi secara intensif dan lebih baik jika dibanding dengan kalangan yang tidak menempuh

pembelajaran di perguruan tinggi. Munculnya istilah *techno-entrepreneur* yang tidaklah asing bagi masyarakat di era digital ini, apalagi mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Malang. Kata *techno-entrepreneur* dapat disimpulkan sebagai tahapan pembentukan dan pengelolaan bersama antara usaha dengan menerapkan teknologi yang menjadi unsur pendukung yang dimana menjadi dasar dari usaha tersebut baik proses, sistem, pihak yang ikut serta, dan hasil produk yang telah dihasilkan (Baihaqi & Nurif, 2015).

Sesuai fakta lapangan, banyak mahasiswa yang melek akan adanya *techno-entrepreneur*. Namun banyak dari mahasiswa belum mampu memberanikan diri dan kreatif dalam memulai *techno-entrepreneur*. Dalam Seminar Creativepreneur yang diselenggarakan oleh SEBI (Student Entrepreneur and Business Incubator) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Hero Wijayadi selaku Founder HeroSoftMedia menjelaskan bahwa mahasiswa harus siap menghadapi *techno-entrepreneur* karena sangat penting dan berguna di masa mendatang untuk perkembangan ekonomi. Kunci awal untuk mengembangkan usaha berbasis *techno-entrepreneur* salah satunya adalah *people*. Berarti dapat dimaksudkan intensi atau minat berwirausaha dari diri sendiri sangat perlu bagi mahasiswa. Wirausahawan dikatakan berhasil karena mempunyai kepribadian yang unggul. Kepribadian terkadang menjadi pembeda oleh banyak orang (Aprilianty, 2012). Menurut Feist & Feist (dalam Atikah dan Hariyadi, 2019) Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda-beda. Adanya dorongan dari berbagai pihak baik pemerintah atau lembaga pendidikan akan menciptakan kepribadian yang berkompeten untuk bisa memulai kewirausahaan dalam bidang yang serba digital ini. Sehingga terwujudnya pembangunan nasional yang bisa membawa negara Indonesia mengikuti negara- negara maju di Asia.

Penelitian ini bermaksud untuk mengukur tentang pengaruh kepribadian mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha dalam berkembang teknologi digital atau *techno-entrepreneur*. Dari pemaparan penelitian hasil penelitian Saraswati (2012) dalam Rizki (2017), dijelaskan mayoritas mahasiswa ingin berwirausaha karena memiliki banyak manfaat seperti finansial bertambah, menambah relasi, meningkatkan kreatifitas dan kemandirian diri, serta merasa bangga memiliki penghasilan sendiri. Namun ketertarikan berwirausaha ini tidak dibarengi dengan keyakinan yang dimiliki dalam kemampuan untuk berwirausaha. Hal ini sebagai salah satu alasan terpenting dalam penelitian ini, untuk mengetahui dan membuktikan apakah kepribadian mahasiswa di Universitas Negeri Malang yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan ini, mempengaruhi intensi dalam berwirausaha di bidang digital.

KAJIAN LITERATUR

1. Kepribadian

Kepribadian adalah suatu sikap atau gaya yang dimiliki seseorang sebagai ciri khas dari individu tersebut yang berasal dari penerimaan lingkungan sekitar. Teori ilmu kewirausahaan seperti intensi dalam berwirausaha di bentuk melalui faktor kepribadian

yang sangatlah penting (Citradewi, 2015). Sifat kepribadian menghasilkan sikap positif dalam meningkatkan intensi kewirausahaan (Karabulut, 2016 dalam Larvlatmo dan Ratnawati, 2018). Kepribadian bisa menjelaskan nilai positif atau negatif pada diri seseorang. Kepribadian lainnya yang harus dimiliki saat berwirausaha seperti berorientasi pada tujuan, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, memiliki jiwa kepemimpinan, pekerja keras, sabar, tekad yang kuat serta terdapat banyak lagi, yang mampu memotivasi terbentuknya sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha yang ada..

Ada beberapa literatur di bidang psikologi dan perilaku yang mengatakan sifat kepribadian individu mempengaruhi intensi berwirausaha. Pengukuran kepada variabel kepribadian ini menggunakan *Big Five* yang mana perlu di pahami kepribadian ini tidak mengklasifikasikan kepribadian individu dalam satu kepribadian tersebut, tetapi kepribadian itu disadari oleh diri sendiri oleh individu dalam hidup sehari hari (Larvlatmo dan Ratnawati, 2018) Menurut *Indonesia Productivity And Quality Institute*, modal lima besar atau yang disebut *Big Five Personality* meliputi Terbuka terhadap Hal-hal baru, sifat berhati-hati. Biasanya disebut dalam bahasa Inggris dikenal sebagai OCEAN yaitu *Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness dan Neuroticism*. *Openness*, yaitu keinginan individu dalam mempelajari sesuatu yang baru, dikenal sebagai individu yang kreatif, berfikir luas, intelektual. *Conscientiousness* adalah menjelaskan seorang individu yang mengambil keputusan ataupun tindakan selalu berhati-hati. *Extraversion*, seseorang yang dapat berinteraksi dengan lingkungan sekitar, biasanya individu mudah bergaul dan bersosialisasi. *Agreeableness* yaitu kepribadian yang menghindari konflik dan lebih sepehaman dengan oranglainnya, mudah akur atau bersepakat. *Neuroticism* yaitu kepribadian yang dinilai dengan kemampuan menahan semua tekanan (*stress*), kepribadian ini cenderung ke negatif lebih mudah gugup, tidak percaya diri dan mudah berubah pikiran. Lima kepribadian tersebut akan menggiring ke tipe kepribadian berwirausaha, jika individu memiliki intensi berwirausaha. Keberhasilan bidang usaha ditentukan oleh tipe kepribadian wirausaha. Yaitu pencapaian pribadi, tenaga penjualan super, manajer nyata dan generasi gagasan pakar merupakan empat tipe kepribadian wirausaha (Husna, Yuhelmi dan Trianita, 2015).

2. Intensi Berwirausaha

Intensi merupakan sebuah dugaan seseorang merencanakan seberapa jauh kemungkinan untuk bertindak sesuatu. Intensi bisa dikatakan sebagai keinginan atau minat yang ada dalam diri seseorang (Budi dan Fachrudin, 2018). Maka dapat dimaksudkan intensi berwirausaha adalah keinginan untuk terjun ke bidang usaha, dimana mampu individu sudah mampu menghadapi tantangan seorang wirausaha. Skala aspek-aspek yang diukur untuk intensi berwirausaha, yaitu: 1) Menentukan untuk berwirausaha daripada ikut bekerja orang lain, 2) Memutuskan menjadi wirausahawan, 3) Berencana untuk melakukan aktivitas memulai usaha, 4) Meraih pendapatan yang lebih tinggi, 5) Harga diri dan status sosial menjadi wirausaha lebih meningkat (Budi dan Fachrudin, 2018).

3. *Techno-entrepreneur*

Techno-entrepreneur berasal dari dua kata, yaitu “Teknologi” dan “Kewirausahaan” (Mapangga 2015 dalam Putri et.al, 2019). *Techno-entrepreneur* adalah suatu kegiatan kewirausahaan yang memanfaatkan aktivitas kegiatan wirausaha dengan teknologi, faktor teknologi sebagai bagian kegiatan utama baik dalam usaha kecil, menengah ataupun skala besar. Bisnis- bisnis berbasis teknologi menjadi besar dalam dunia bisnis, yang dimana dimuai dar skala kecil terlebih dahulu atau hasil penelitian. Bisnis- bisnis dikembngakan dengan secara cepat dan kontinu melalui membuat inovasi dan model bisnis berbasis teknologi ini. Di dunia globalisasi, saat ini sudah muai terjadi bisnis berbasis teknologi termasuk juga Indonesia (Maulana dan Ridwansyah, 2010). *Techno-entrepreneur* memang sudah ada di Indonesia, tapi produk- produk yang diberikan belum bisa membawa perubahan yang signifikan untuk masyarakat, namun turut berbangga karena sekarang mulai banyak perusahaan-perusahaan *start-up* yang sudah di didirikan oleh para lulusan universitas (Lupita et. al, 2015 dalam Ikhtiagung & Soedihono, 2018). Dengan *techno-entrepreneur* dapat menghasilkan sebuah ilmu yang membuat produk baru, industri dan pasar (Okorie et. al, 2014)

4. Pendidikan Kewirausahaan

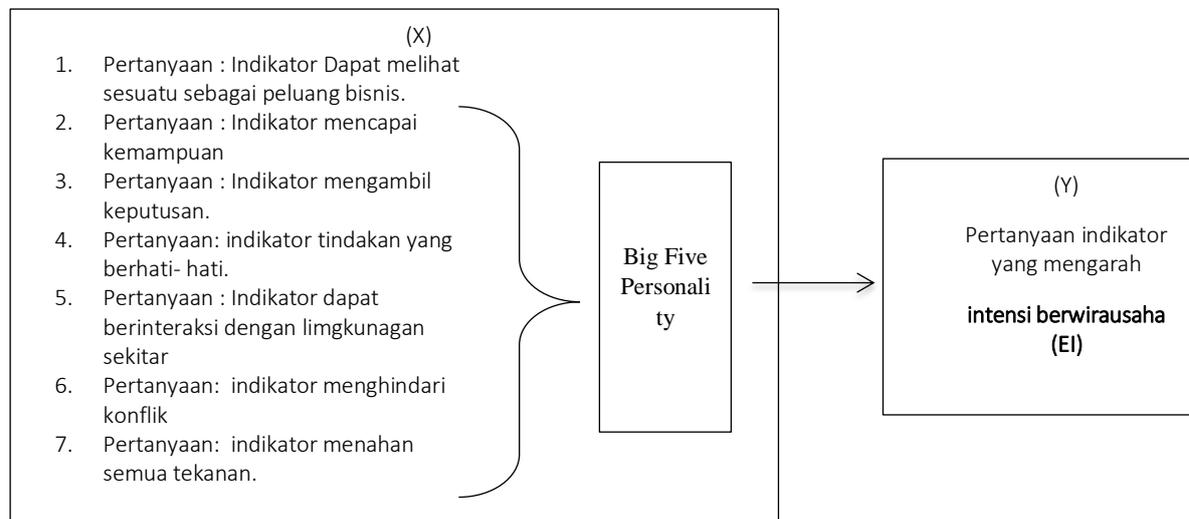
Pendidikan adalah suatu yang dilaksanakan secara sadar tanpa paksaan dimana berguna untuk memperbaiki perilaku seseorang. Kegiatan dari pendidikan akan direncanakan, dikontrol erta diperbaiki untuk mencapai tujuan yang di inginka. Sedangkan kewirausahaan adalah perilaku dan sikap seseorang yang di dasari rasa semangat untuk bertindak ekspolarasi, menciptakan dan menerapkan metode, teknologi dan produk baru guna lebih mudah dan membawa keuntungan yang cukup besar (Sukidjo, 2012). Pendidikan kewirausahaan adalah suatu hal yang sangat tergantung dengan bagaimana pola fikir mahasiswa bisa menerima untuk membuat karirnya dan menciptakan kewirausahaan di dalam atau di luar Universitas. Dengan pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan wawasan tentang kewirausahaan, melalui sikap, ilmu, dan keterampilan yang berguna mengatasi masalah- masalah saat mengemban tugas- tugas sebagai wirausaha (Wedayana, Ni Putu, dan Giantari, 2016). Pembelajaran mata kuliah di bidang kewirusahaan sebuah penilaian yang baik (Choiriyah, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif atau statistik. Populasi yang diambil dari mahasiswa Universitas Negeri Malang. Sedangkan yang akan menjadi sampel adalah mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan sekitar 100 orang lebih. Sampel atau respoden yang terpilih menggunakan teknik *purposive sampling*, karena populasi yang dipilih sangat memfokuskan strata yang berada dalam populasi itu sendiri (Rizki, 2017). Alat pengukur data yang diambil ini berupa kuesioner atau angket yang merujuk pada kepribadian mahasiswa Universitas Negeri Malang yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dalam intensi berwirausaha di bidang digital (*techno-entrepenuer*). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data sesuai dengan yang diharapkan peneliti dimana data tersebut bersifat objek dan tepat sasaran. Alat pengumpulan data dengan kuesioner. Dengan tersebut maka data yang dipilih adalah

data primer yang dimana peneliti membagikan kuesioner kepada mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Kuesioner yang sudah di isi merupakan tanda pembuktian langsung dari responden, sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisis subjek. Kuesioner yang dibagikan terbagi menjadi dua bagian, yang pertama berisi tentang profil, seperti nama, usia, gender, bidang apa yang disukai, pengeluaran perbulan, intensi menjadi kewirausahaan di masa yang akan datang dan lain- lainnya. Sedangkan untuk bagian yang kedua, berisi pertanyaan- pertanyaan terkait kepribadian mahasiswa tersebut dalam intensi berwirausaha di bidang digital ini (Santoso & Oetomo, 2016).

Analisis data yang akan dilaksanakan setelah data terkumpul yaitu dengan analisis deskriptif statistika yang dimana dapat di sajikan tabel atau grafik seberapa banyak responden yang memiliki skor kepribadian yang tinggi. Setelah itu memaparkan data yang dinamakan dengan statistik Inferensial. Dalam statistik inferensial, proses memaparkan kesimpulan diambil berdasarkan data sampel yang lebih sedikit hingga menjadi kesimpulan yang lebih umum untuk populasi (Huang, 2019). Untuk lebih jelas lagi akan di lakukan analisis korelasional yang berusaha mencari pengaruh antara dua variabel. Kekuatan hubungan antara 2 variabel mengartikan apakah hubungan keduanya lemah, erat ataupun tidak erat. Dengan ini dinyatakan bentuk hubungannya apakah bentuk kolerasi negatif atau bentuk kolerasi positif



Gambar 1. Kerangka Pikiran

Hipotesis :

H1 : Terdapat Ada pengaruh signifikan Kepribadian terhadap variabel Intensi berwirausaha

HASIL DAN ANALISIS

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepribadian terhadap intensi berwirausaha dalam bidang digital (*techno-entrepreneur*) pada mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Malang. Sebelum melakukan pengolahan data, telah dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang berjumlah 245 orang. Berhubung metode yang dilakukan berupa penyebaran kuesioner, maka responden yang terpilih sesuai kriteria adalah Mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Malang, sekitar 175 orang yang mana mayoritas mahasiswa berasal dari Fakultas Ekonomi dan minoritas dari Fakultas Teknik, Psikologi dan sastra. Mahasiswa yang mengisi kuisisioner sudah menempuh semester 1 ke atas, dimana mahasiswa berasal dari 4 fakultas tersebut yang telah menempuh matkul kewirausahaan. Jenis kelamin responden yang 80 % dari perempuan sisanya berjenis kelamin laki-laki. Semua kuesioner diisi lengkap sesuai dengan jumlah pertanyaan dan instruksi yang diberikan dalam kuesioner tersebut. Selanjutnya kuesioner yang telah di isi dapat diproses sebagai penelitian.

B. Uji Validitas

Untuk mengetahui seberapa sah atau validnya kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka diperlukan uji validitas. Validitas merupakan sebuah ukuran yang menyatakan variabel yang diukur peneliti adalah variabel yang benar benar hendak diteliti oleh peneliti.

Tabel 1. Validitas Variabel Independen

<i>Item</i>	<i>Variabel</i>	<i>KMO</i>	<i>Bartlett's Test</i>	<i>Loading Factor</i>
PC1				0,759
PC2				0,706
PC3	Pengaruh			0,788
PC4	Kepribadian (<i>Psychology Characteristics</i>)	0,774	0,000	0,647
PC5				0,817
PC6				0,669
PC7				0,782
EI1				0,826
EI2	Intensi			0,910
EI3	Berwirausaha (<i>Entrepreneur Intention</i>)	0,885	0,000	0,872
EI4				0,869
EI5				0,905
EI6				0,876

Sumber: Olahan SPSS

Tabel 1 tersebut menunjukkan bahwasannya uji validitas dari 7 variabel yang diteliti menghasilkan *loading factor* > 0,5, sehingga bisa dikatakan data yang terkumpul valid. Meskipun sebelumnya variabel yang diteliti oleh peneliti adalah 11 variabel yang menunjukkan 4 variabel tidak valid karena <0,5 maka dilakukan pemilihan variabel yang

benar-benar dibutuhkan, sehingga 4 variabel tidak diikutsertakan. Setelah peneliti meninjau kembali, 4 kuisisioner yang tidak diikutsertakan memang tidak bisa mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner. Dijelaskan dalam tabel di atas juga bahwa, variabel dengan *loading factor* terkecil adalah 0,669 dan *loading factor* terbesarnya adalah 0,817 yang dapat diartikan sebagai mempunyai validitas tertinggi. Uji validitas semua data juga bisa dilihat data Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yang memperlihatkan 0,885, artinya $\geq 0,5$ sedangkan nilai signifikansi pada *Bartlett's Test of Sphericity* $< 0,5$ menunjukkan pada angka 0,00. Dengan demikian uji validitas dengan kuisisioner di penelitian ini dinyatakan valid karena memenuhi syarat uji validitas dan peneliti bisa melakukan analisa selanjutnya. Pada tabel 1, EI adalah variabel dependen (terikat) dengan jumlah 6 variabel yang menyatakan validitas sangat tinggi karena nilai *loading factor* dari semua variabel lebih dari 0,5 yang menekankan bahwa nilai tertinggi ditunjukkan 0,910 dan terendahnya yaitu 0,826. *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* yang ditunjukkan juga adalah 0,885 dengan *Bartlett's Test* sebesar 0,000, sehingga hal tersebut menunjukkan data yang didapatkan memenuhi syarat uji validitas sehingga dapat dikatakan valid.

C. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah keselarasan melalui seragkaian alat ukur penelitian. Maksud dari penjelasan tersebut, pengukuran dari alat ukur yang sama akan menghasilkan hasil yang sama, yang mengartikan bahwa apakah dua orang responden memberikan skor penilaian skor yang mirip, maka bisa dikatakan reliabilitas atau keandalan. Hal ini bisa dilihat dari alat ukur penelitian ini berupa sebuah tes berbentuk kuisisioner yang diberikan responden, maka dari kuisisioner yang telah dijawab bisa diketahui berapa responden yang tingkat penilaiannya mirip, sehingga uji reliabilitas perlu dilakukan. Dalam Variabel kuesioner dikatakan reliabel atau andal ketika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6 dan pertanyaan yang membentuk variabel tersebut sebagian besar memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0.3 .

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's alpha	Correlated Item Total correlation
Psychology Characteristics (PC)	PC1	0,853	0,637
	PC1		0,599
	PC1		0,677
	PC1		0,541
	PC1		0,714
	PC1		0,553
	PC1		0,660
Entrepreneur Intention (EI)	EI1	0,939	0,826
	EI2		0,910
	EI3		0,872
	EI4		0,869

EI5	0,905
EI6	0,867

Sumber: Olahan SPSS

Tabel 2 diatas, sangat mudah dipahami yang dimana menjelaskan variabel kuisioner memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,6 yaitu 0,853 dan 0,939 artinya data tersebut reliable atau andal. Uji reliabilitas menghasilkan *Correlated Item Total correlation* yang memiliki nilai tertinggi dari variabel PC adalah 0,714 dan nilai lainnya lebih dari 0,3. Sedangkan pada variabel EI mempunyai *Correlated Item Total correlation* dengan nilai terendah adalah 0,826 yang masih diatas 0,3. Sehingga dapat dikatakan penelitian ini, menunjukkan hasil yang konsisten jika dilakukan penelitian lagi terhadap subjek yang sama.

D. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif tidak untuk menarik kesimpulan sebuah data melainkan memberikan informasi data yang bermanfaat dan berguna. Statistik Deskriptif diartikan komponen menyajikan dan penyusunan data yang ada, seperti halnya berupa tabel, diagram dan lain-lainnya. Sehingga hal tersebut memudahkan untuk pencarian informasi terkait data.

Tabel 3. Statistik deskriptif

	<i>Mean</i>	<i>Max.</i>	<i>Min.</i>	<i>S. Dev</i>
<i>Psychology Characteristics</i>	4.8596	6.00	3.29	0.68097
<i>Entreprenuer Intetion</i>	4.9157	6.00	2.67	0.85918

Sumber: Olahan SPSS

Dapat dilihat tabel di atas secara mudah kita bisa menjelaskan bahwa rata-rata (data kuisioner) yang telah di isi untuk PC menunjukkan nilai 4,8596. Bisa dikatakan sekitar 4,9 dengan batas pengukuran penilaian yaitu 6,00 dan minimal penilainnya 3,29 serta standar deviasi data menunjukkan 0,68097. Sedangkan untuk EI rata-rata penilaian dari 175 data yang diisi adalah 4,9 yang artinya dalam penjelasan yang tertera di kuisioner dikatakan setuju. Reponden rata rata mengisi kuisioner memiliki tingkat kesetujuan dengan yang disampaikan dalam kuisioner sehingga menjelaskan keminatan mahasiswa. Penilaian tertinggi tertera di angka 6,00 sama halnya dengan PC, sedangkan standar deviasi EI adalah 0,85918. Data tersebut menunjukkan secara mudah letak keseluruhan data di sebuah tabel.

E. Uji Regresi

Regresi merupakan metode atau cara yang dipergunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung (Sabrudin dan Suhendra, 2019). Dengan adanya uji regresi dapat kita dapat melihat seberapa besar pengaruh Variabel bebas (kepribadian) terhadap variabel terikat (intensi kewirausahaan).

Tabel 4. Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Ajusted R²</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
<i>psychology characteristics</i>	0,713 ^a	0,509	0,506	0,60409

Sumber: Olahan SPSS

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *Ajusted R²* = 0,506. diartikan bahwa *psychology characteristics* dapat menjelaskan intensi kewirausahaan sebesar 50,6%, sedangkan 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian ini. Hasil penelitian ini bisa dilihat juga melalui *R Square* yang menunjukkan bahwa koefisien determinasi adalah sebesar 0,509 dengan ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepribadian terhadap intensi berwirausaha dalam bidang digital sebesar 50,9% sisanya sekitar 49,1 dijelaskan oleh variabel penelitian yang lain.

F. Pembahasan

Dalam penelitian ini, H1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal tersebut tercermin dari nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, penelitian ini mengkonfirmasi hubungan positif antara kepribadian Mahasiswa Universitas Negeri Malang terhadap intensi wirausaha di bidang digital. Hubungan yang ditunjukkan adalah hubungan positif dimana menggambarkan bila semakin besar kepribadian yang dibentuk maka semakin meningkatnya intensi berwirausaha di bidang digital. Hal ini sejalan dengan Kağrıncı (2012) yang mengemukakan bahwa Faktor internal yaitu kepribadian merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi penyesuaian diri seorang individu. Selain itu hal ini didukung (Nuraisah, *et.al.* 2017) yang menjelaskan untuk menumbuhkan cara berlogika yang produktif dan rasional dalam menggapai aktivitas wirausaha yang semaksimal mungkin, perlu adanya dukungan dari beberapa faktor salah satunya yaitu pendidikan. Bisa disebut bahwa pendidikan adalah suatu usaha sadar yang dipergunakan untuk mewujudkan aktivitas wirausaha secara maksimal. Menurut Sriyono dalam Yasa, 2008 (dalam Nurmilah, 2013). Aktivitas adalah semua kegiatan yang dilakukan secara fisik maupun nonfisik. Peranan peserta didik untuk hasil yang optimal ditunjukkan saat proses belajar mengajar berlangsung (Nurmilah, 2013). Lewat lembaga pendidikan, kepribadian positif akan terus dipupuk dan kepribadian negatif akan berubah signifikan dengan adanya pengaplikasian yang gigih. Kepribadian merupakan titik terbawah yang digunakan untuk membedakan seseorang dengan orang lainnya (Citradewi, 2015). Sifat, kepribadian, pelatihan dan pengalaman akan membentuk sebuah kreativitas (Riyanti, 2003 dalam Citradewi dan Margunani, 2016). Kepribadian adalah ciri khas dari diri seseorang yang berasal dari bentukan yang diterima oleh lingkungan sekitarnya (Sjarkawi, 2008 :11). Sesuai dengan data primer penelitian, peneliti telah mendapatkan data yang menegaskan bahwa Universitas Negeri Malang sebagai lembaga pendidikan telah memberikan mata kuliah kewirausahaan dengan menyediakan fasilitas kewirausahaan seperti laboratium marketing sigma, pelatihan-pelatihan melalui seminar kewirausahaan di bidang digital dan lain-lainnya.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa variabel Kepribadian berpengaruh terhadap Intensi berwirausaha. Variabel kepribadian memiliki data validitas KMOnya $\geq 0,5$ yang dimana kuisisioner yang di ujikan menunjukkan valid. Mahasiswa Universitas Negeri Malang yang telah melakukan mata kuliah kewirausahaan memiliki kepribadian yang cukup bagus, hal ini dapat dilihat dari variabel kuisisioner x (Kepribadian) yang diisi memiliki rata-rata 4,8 menunjukkan bahwa kepribadian 175 mahasiswa Universitas Negeri Malang memiliki kepribadian yang cukup baik untuk bersikap sesuai kepribadian seorang wirausaha. Dalam menciptakan kuisisioner variabel kepribadian, peneliti memiliki pertimbangan yang sangat signifikan karena kuisisioner variabel kepribadian harus sesuai dengan tipe *Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness dan Neuroticism*. Yang dimana responden memiliki Kepribadian yang meliputi kepribadian yang berfikir luas dan intelektual saat mempelajari hal yang baru, kepribadian yang mengambil keputusan selalu berhati-hati, kepribadian yang mudah bergaul, kepribadian yang tidak suka konflik serta apakah responden memiliki kepribadian yang merasa kurang percaya diri. Dalam Penelitian (Reza, 2017) dijelaskan bahwa kepribadian *the big five* semulanya adalah *big five inventory* lalu dikembangkan oleh John, Naumann & Soto pada 2008. Instrumen yang ada terdapat 44 pertanyaan. Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini hanya mengambil 11 pertanyaan sesuai bobot yang dibutuhkan dalam penyesuaian diri mahasiswa. Sehingga di peroleh 11 pertanyaan atau bisa disebut dengan variabel kuisisioner yang dijadikan variabel x telah diwakili dengan keakuratan data menjadi 7 variabel yang diambil. Sedangkan untuk intensi berwirausaha dalam bidang digital, dinyatakan dalam variabel kuisisioner terdapat pernyataan yang menekankan intensi berwirausaha cukup tinggi. Almeida, et.al (dalam Citradewi, 2015: 10) menegaskan bahwa berkaitan dengan hubungan antara minat kejuruan seseorang dan perbedaan individu dalam berwirausaha. Hasil Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara beberapa tipe kepribadian dimana dikemukakan oleh Holland dengan kegiatan kewirausahaan. Selain itu juga, aktivitas kewirausahaan juga dipengaruhi oleh kemampuan dan perilaku seorang wirausahaan. Hal ini bisa dilihat dari pengisian kuisisioner yang menjelaskan mahasiswa sudah sangat serius memikirkan untuk memulai dan mendirikan sebuah perusahaan, memikirkan tujuan profesional sebagai wirausaha, siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha, melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan perusahaan sendiri, bertekad untuk membuat perusahaan di masa depan serta memiliki niat kuat untuk memulai suatu perusahaan suatu hari nanti. Selain itu menurut McCrae (dalam Pervin et.al., 2005) menjelaskan bahwa McCrae yang termasuk juga sebagai pengembang teori tipe kepribadian *big five*, dimana *big five personality* didirikan dengan meneliti kepribadian terutama dasar-dasar kepribadian dan menganalisa perkataan yang sering digunakan dalam kehidupan setiap hari yang berguna untuk menggambarkan tipe kepribadian individu. Hal tersebut dibuktikan melalui jawaban rata-rata kuisisioner dalam pengelolaan SPSS tersebut adalah 4,9 yang bisa dikatakan mahasiswa intensi tinggi dalam pembukaan usaha di bidang di gital. Dalam Novitaloka dan Nurtjahjanti (2015) menjelaskan bahwa kepribadian secara signifikan berkorelasi dengan keberhasilan

berwirausaha. Dimensi *big five personality* yang berkaitan secara signifikan dengan keberhasilan berwirausaha. Intensi berwirausaha yang kuat dapat memunculkan keberhasilan berwirausaha.

Selain itu, uji regresi juga menjelaskan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, diyakinkan kembali dengan uji regresi yang menyatakan *Ajusted R²* adalah 0,506 berarti 50,6 % variabel independen sangat berpengaruh dan untuk sisanya 49,4 % adalah berkaitan dengan variabel lain dari penelitian yang diteliti. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa kepribadian dengan mengaitkan tipe *the big five* memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausahaan di bidang digital. Dalam penelitian yang dilakukan Dacul (2017) hasil penelitian yang dilakukannya menuai hasil bahwa *the big five personality traits (openness, agreeableness, conscientiousness, extraversion dan neurotics)* mempunyai pengaruh baik terhadap intensi dalam menjadi wirausahawan (Larviamto dan Ratnawati. Penelitian lainnya juga sejalan dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan Fitria dan Harapan (2017) yang menunjukkan tipe kepribadian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Telkom, baik langsung ataupun tidak langsung kepribadian berpengaruh positif terhadap intensi menjadi wirausahawan di bidang digital. Hal ini mengartikan, semakin sesuai sifat kepribadian mahasiswa dan semakin baik maka semakin tinggi pula intensi individu tersebut membangun kewirausahaan (Larviamto dan Ratnawati, 2018). Kepribadian memiliki pengaruh terhadap intensi mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Malang. Hal ini bisa dilihat dari beberapa hasil yang mengarah kepada H1 diterima dan H0 diterima dan di dukung dengan uji regresi yang ada.

G. Implikasi Manajerial

Mahasiswa adalah sebuah aset yang dibutuhkan untuk negara. Ilmu yang didapat dari lembaga pendidikan yang lebih tinggi dapat dijadikan sebagai pondasi untuk penggerak bangsa. Mahasiswa memiliki peranan penting dalam perekonomian serta kemajuan teknologi ini. Dengan teknologi yang ada mahasiswa telah menjadi barisan terdepan yang melek akan teknologi. Teknologi dapat dijadikan salah satu jembatan untuk meningkatkan perekonomian negara Indonesia salah satunya dengan berwirausaha di bidang digital. Namun setiap mahasiswa di perguruan tinggi memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda-beda. Minat berwirausaha di bidang digital sangat ditentukan dari kepribadian mahasiswa, apalagi mahasiswa yang telah menerima mata kuliah kewirausahaan. Dengan tujuan perguruan tinggi dapat menselaraskan minat mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan untuk berwirausaha dalam bidang digital dan menindaklanjuti agar bukan hanya menjadi intensi tapi terlaksana

Hasil dari analisis yang dilakukan dalam kepribadian terhadap intensi berwirausaha dalam bidang digital (*techno-entrepreneur*) pada mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Malang maka dapat disusun langkah-langkah penerapan yang diperlukan pihak perguruan tinggi agar

memupuk kepribadian mahasiswa yang positif. Untuk terbentuknya kepribadian yang baik maka lembaga perguruan tinggi melakukan beberapa hal diantaranya:

- (1) Pimpinan Universitas harus membuat sebuah keputusan atau kebijakan yang menekankan bahwa mata kuliah kewirausahaan harus diterapkan di semua fakultas. Bisa dikatakan bahwa mata kuliah kewirausahaan diputuskan sebagai mata kuliah wajib universitas yang harus ditempuh seluruh mahasiswa. Mata kuliah ini secara otomatis akan masuk dalam siacad mahasiswa dengan keterangan mata kuliah universitas, sehingga jika tidak diambil mahasiswa dinyatakan belum memenuhi SKS tentu akan mempengaruhi kelulusan,
- (2) Seluruh Mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan kewirausahaan diluar mata kuliah kewirausahaan, seperti halnya seminar berbasis teknologi kewirausahaan, bazar, festival kewirausahaan, PKM dll. Dengan ketentuan apabila mengikuti kegiatan tersebut Universitas akan memberikan kontribusi yang baik bagi mahasiswa semisal memberikan hak kepada dosen untuk memberikan tambahan penilaian dalam mata kuliah kewirausahaan hingga memberikan reward yang berharga,
- (3) Memberikan daya tampung Program Kreativitas Mahasiswa berbasis teknologi yang lebih banyak lagi serta diberikan bimbingan, semisal setiap kelas di prodi perwakilan 6 atau 7 anak diwajibkan untuk dibimbing PKM,
- (4) Dilakukan pembentukan tim pengagas kewirausahaan di bidang digital yang berasal dari mahasiswa atau pembimbing yang berkompeten, tim ini akan ditugaskan untuk melatih mahasiswa, merencanakan kewirausahaan di bidang digital bersama mahasiswa, membuat serta mempublikasikan agar keputusan berwirausaha akan cepat terlaksana, dan
- (5) Pimpinan melaksanakan dan menerapkan point 1, 2, 3, dan 4 implikasi manajerial ke seluruh mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang diperoleh karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pengaruh kepribadian mahasiswa yang telah menempuh matkul kewirausahaan. Dengan memiliki kepribadian yang signifikan ke positif, sehingga memiliki intensi berwirausaha di bidang digital yang cukup tinggi. Untuk menumbuhkan kepribadian yang berorientasi positif perlu dukungan yang benar-benar terus direalisasikan oleh perguruan tinggi agar kepribadian yang baik terus bisa muncul. Jika seseorang sudah memiliki kepribadian yang signifikan kearah positif maka intensi berwirausaha dalam bidang digital juga semakin tinggi. Kepribadian yang mempengaruhi mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah di Universitas Negeri Malang, adalah pengambilan resiko, yakin pada kemampuan mencapai sesuatu, melihat peluang bisnis ketika orang lain bisa belum bisa bertindak, sikap berhati- hati, lebih suka hal yang beranggotakan banyak, tidak suka berkonflik (yang disebut *Big Five Personality*).

Kebijakan pimpinan dalam Learning program dapat direncanakan dengan sebaik mungkin agar mendapatkan hasil yang terbaik juga. Semua elemen harus bisa berpartisipasi baik pemimpin, pengajar, staff dan tentunya mahasiswa itu sendiri agar bisa membawa perubahan dengan hasil dari kewirausahaan tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, bisa melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi mengenai *big five personality* dalam intensi berwirausaha di bidang digital. Unsur dari *Big five personality* bisa di uji satu persatu, karena penelitian yang di teliti oleh peneliti belum mendasar. Semoga dalam penelitian ini memberikan pengetahuan yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Al-karim, A.Y.S., dan Handoyo, S. (2013). Kepribadian entrepreneur pada mahasiswa Universitas. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 2(1), 33-41. DOI: journal.unair.ac.id/JPIO5712-89f7a56434fullabstract.pdf
- Atikah, dan Hariyadi, S. (2019). Social Loafing dalam mengerjakan tugas kelompok ditinjau dari the big five personality traits pada mahasiswa. *Jurnal psikologi ilmiah*, 11 (1), 55-63. Dikases dari <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI/article/download/20118/9417>
- Aprilianty, E. (2008). Pengaruh kepribadian kewirausahaan, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3), 311-324. DOI: [org/10.21831/jpv.v2i3.1039](https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039)
- Baihaqi, I., & Nurif. (2015). *Technopreneurship*. Diakses dari <https://careers.its.ac.id/media/publikasi/Technopreneurship.pdf>
- Budi, B., dan Fachrudin, K. A (2018). Pengaruh faktor kepribadian wirausaha terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa akuntansi studi pada mahasiswa akuntansi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Jurnal Research Gate*. 158-175. DOI: [10.12928/j.reksa.v2i2.22](https://doi.org/10.12928/j.reksa.v2i2.22)
- Choiriyah, U. (2018). Pengaruh pembelajaran mata kuliah kewirausahaan terhadap intensi keiwrausahaan. *Jurnal Research Gate*. 53-60. Diakses dari: <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/5347/5186>
- Citradewi, A. (2015). *Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Aktivitas Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang. DOI: [lib.unnes.ac.id/20918/1/7101411036-s.pdf](https://doi.org/10.20918/1/7101411036-s.pdf)
- Citradewi, A. dan Margunani (2016). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Aktivitas Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 5 (2), 519- 531. Diakses dari: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Dacul, M. A. (2017). "The influence of personality traits on social entrepreneurship intentions of Filipino entrepreneurial students". *Center for Business Research & Development*.

- Harahap, R. & Fitria, S.E., (2017). Pengaruh tipe kepribadian terhadap intensi berwirausaha mahasiswadukungan akademik dan faktor sikap terhadap keinginan berwirausaha bidang teknologi (technopreneur) pada mahasiswa. *Jurnal Universitas Telkom* 4 (3). DOI: 17.04.324_jurnal_eproc.pdf
- Hidayah, N. (2019). Mendag Dorong Generasi Muda Berwirausaha. Media Indonesia. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/227586-mendag-dorong-generasi-muda-berwirausaha>
- Huang, A.H. (2019). Pengertian Statistik Deskriptif Dan Statistik Inferensial. Diakses dari : <https://www.en.globalstatistik.com/pengertian-statistik-deskriptif-dan-statistik-inferensial/>
- Husna, N., Yuhelmi, dan Trianita, H. (2015). Pengaruh kepribadian dan mata kuliah kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa penerima dana program mahasiswa wirausaha (PMW) di fakultas ekonomi Universitas Bung Hatta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3 (2), 167-171. Diakes dari : <http://stiepasaman.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/171>
- Ikhtiyagung, G.N., dan Soedihono, S. (2018). Pengaruh dukungan akademik dan faktor sikap terhadap keinginan berwirausaha bidang teknologi (technopreneur) pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol 19 No. 1*, 1-20. DOI: org/10.30596/jimb.v19i1.1618
- Kağnıcı, D. (2012). The Role of Multicultural Personality in Predicting University Adjustment of International Students in Turkey. *International Journal Adv. Counselling*, 34, 174-184. DOI: 10.1007/s10447-012-9149-5
- Kurniawan, A., Khafid, M., dan Pujiati, A. (2016) Pengaruh lingkungan keluarga, motivasi, dan kepribadian terhadap minat wirausaha melalui self efficacy. *Journal of Economic Education* 5(1), 1-10. Diakses dari: <file:///C:/Users/User/Downloads/13023-Article%20Text-26485-1-10-20170224.pdf>
- Larviatmo, M. H. D. (2018). *Pengaruh Sifat Kepribadian terhadap Intensi menjadi Wirausaha dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. DOI: eprints.undip.ac.id/65968/1/08_LARVIATMO.pdf
- Larviatmo, M.H.D. dan Ratnawati, I. (2018). Pengaruh sifat kepribadian terhadap intensi menjadi wirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel intervening (studi pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 15. 51-65. DOI: 10.14710/jsmo.v15i2.21310
- Maulana, A., dan Ridwansyah, I. (2010). Penerapan E-Learning Pada Pendidikan Berbasis Technopreneur Dan Creativepreneur Guna Meningkatkan Daya Saing, Inovasi, Dan Kompetensi Lulusan Perguruan Tinggi Studi Kasus Pada Fakultas Dkv. Diakses dari <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3591/paper%20arief%20maulana%2c%20iwan%20ridwansyah%20-%20penerapan%20e-learning%20pada%20pendidikan%20berbasis%20technopreneur%20dan%20c.pdf?sequence=1&isallowed=y>

- Novitaloka, M., dan Nurtjahjanti, H. (2015) Hubungan antara tipe kepribadian ekstraversi dengan intensi berwirausaha pada pegawai dinas sosial provinsi jawa tengah. *Jurnal Empati*, 4(1), 111-115. Diakses dari : <https://media.neliti.com/media/publications/69542-ID-none.pdf>
- Nuraisah, Gimin, dan Syabus, H. (2017). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap aktivitas wirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi fkip universitas riauw. *Jurnal Online Mahasiswa FKIP UNRI*, 4(2). Diakses dari : <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFKIP/article/view/14613/14162#>
- Nurmilah, W. (2013). Peningkatan aktivitas belajar peserta didik dengan metode inkuiri pada pembelajaran IPA kelas VI di SDN 08 Kubu. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 2(7), 5-6. Diakses dari <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/2548/pdf>
- Okorie, K., Kwa, D.Y, Olusunle, S.O.O, Akinyanmi, A.O, dan Momoh, I.M. (2014). Technopreneurship: an urgent need in the material world for sustainability in nigerian engineering materials development institute, Akure, Nigeria. *European Scientific Journal*, 10(30), 1857- 7881. DOI: 10.19044/esj.2014.v10n30p%25p
- Pervin, L. A., Cervone, D., and John, O. P. (2005). *Personality: Theory and Research*. (Ed.9). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Pujiastuti, E.E. (2016). Pengaruh kepribadian dan lingkungan terhadap intensi berwirausaha pada usia dewasa awal. *Jurnal Buletin Ekonomi*, 11(1), 1-8. Diakses dari: <https://journal.uin.ac.id/ajie/article/view/3161/2869>
- Putri, M.K. (2018). *Pengaruh Faktor Kepribadian dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Diakses dari : http://repository.usd.ac.id/31328/2/142214162_full.pdf
- Reza, A. M. (2017). Pengaruh tipe kepribadian dan harapan terhadap penyesuaian diri anak didik pemsarakatan. *Jurnal Psikologi Insight* 1(1), 66-81. Diakses dari : <https://ejournal.upi.edu/index.php/insight/article/view/8445>
- Rizki, I. L. (2017). *Hubungan Ambiguity Tolerance dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. Diakses dari : <http://eprints.umm.ac.id/44026/1/jiptummpp-gdl-intanlaila-50551-1-skripsi.pdf>
- Santoso, S., Oetomo, B.S.D. (2016). Pengaruh karakteristik psikologis, sikap berwirausaha, dan norma subjektif terhadap niat berwirausaha. *Jurnal Manajemen* 20(3), 338-352. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/114009-ID-pengaruh-karakteristik-psikologis-sikap.pdf>
- Sabrudin, D., dan Suhendra, S. (2019). Dampak akuntabilitas, transparansi dan profesionalisme paedagogik terhadap kinerja guru di SMKN 21 Jakarta. *Jurnal Nusamba*, 4 (1), 46-47. Diakses dari : <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/download/12848/1162/>
- Sjarkawi. 2008. *Pembentukan Kepribadian Anak*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Somantrie, H. (2010). Kompetensi sebagai landasan konseptual kebijakan kurikulum di Indonesia. *Jurnal Research Gate*. 685. Diakses dari:

- <https://www.researchgate.net/publication/324063585> Kompetensi Sebagai Landasan Konseptual Kebijakan Kurikulum Sekolah di Indonesia
- Suharti,L., dan Sirine, H. 2011. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga). *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 13 (2), 124-134. Diakses dari <http://jmk.petra.ac.id/repository/transfer/JMK2011-nas14a-new.pdf>
- Sukidjo. (2012). Peran pendidikan kewirausahaan dalam pemberdayaan masyarakat miskin di Indonesia. *Jurnal Economia*, 8(1), 33-44. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/19792-ID-peran-pendidikan-kewirausahaan-dalam-pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-indonesia.pdf>
- Tim Pengembangan Technopreneur ITS. (2005). *Technopreneurship*. Surabaya: Badan Penerbit Institusi Teknologi Surabaya. Diakses dari: <https://careers.its.ac.id/media/publikasi/Technopreneurship.pdf>
- Tim IPQI Kalibrasi. (2016, Januari 28). Teori Model Big Five Personality. Diakses dari <https://ipqi.org/teori-kepribadian-model-lima-besar-big-five-personality/>
- Tjahjono, H.K., Maryati, T., & Fauziyah. (2013). Intensi mahasiswa Yogyakarta berwirausaha berbasis teknologi informasi (IT). *Jurnal Siasat Bisnis* 17 (1), 17-27. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication/308752843>
- Uji validitas dan reliabilitas: binus university. (2014, November 01). Diakses dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- UMY, BHP. (2016, Desember 27). Mahasiswa Harus Sadar Pengaruh Technopreneur bagi Perkembangan Negara . 2802(20) *Times*. Diakses dari <https://www.umy.ac.id/mahasiswa-harus-sadar-pengaruh-technopreneur-bagi-perkembangan-ekonomi.html>
- Walpole, R. E. (1993). *Pengantar Statistika*. In *Encyclopedia of local history* (pp. 2-5) Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wedayanti, Ni Putu A.A., Giantari, dan I Gusti A.K. (2016). Peran pendidikan kewirausahaan dalam memediasi pengaruh norma subyektif terhadap niat berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(1), 533-560. Diakses dari: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/16295/11544>
- Widhiastuti, Hardani. 2014. Big five personality sebagai prediktor kreativitas dalam meningkatkan kinerja anggota dewan. *Jurnal Psikologi* 41(1), 115 - 133. DOI: 10.22146/jpsi.6962
- Yosepha Pusparisa. (2019, Mei 17). Anggaran Pengangguran Lulusan Universitas Meningkatkan di Mahasiswa Harus Sadar Pengaruh Technopreneur bagi Perkembangan Negara . 2702(20). Diakses dari <https://katadata.co.id/infografik/2019/05/17/angka-pengangguran-lulusan-perguruan-tinggi-meningkat>

APAKAH *PERCEIVED VALUE* BERPENGARUH TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*? (PERAN *MEDIATING CUSTOMER SATISFACTION*)

Yessy Okfitasari , Sopiah

Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang

ABSTRAK

Bisnis ritel tumbuh sangat cepat. Pengusaha bisnis ritel sekarang dituntut untuk lebih efektif dalam membuat strategi kompetitif mampu memenangkan persaingan. Konsumen menjadi prioritas strategi pemasaran sehingga konsumen berminat melakukan pembelian dalam jangka panjang. Perusahaan harus mempertimbangkan nilai produk, sehingga konsumen puas dengan nilai yang dirasakan dari produk yang ditawarkan, karena ketika konsumen puas. Paper ini bertujuan untuk menjelaskan: (1) pengaruh langsung dari *perceived value* terhadap *repurchase intention*; (2) menjelaskan peran kepuasan konsumen sebagai *mediating variable* dalam kaitan antara *perceived value* dan *repurchase intention*.

Kata kunci: *Perceived Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

LATAR BELAKANG

Bisnis ritel di Indonesia dari waktu ke waktu terus bertumbuh. Nilai penjualan ritel Indonesia pencapaiannya lebih dari Rp 4,5 kuadriliun. Angka ini cukup tinggi jika dibandingkan dengan beberapa negara ASEAN, namun jika dibandingkan dengan Tiongkok dan India, Indonesia masih berada di bawahnya (Databoks.katadata.co.id). Nilai penjualan ritel yang Indonesia menunjukkan peluang yang baik bagi para pebisnis ritel lokal maupun asing dalam mengembangkan usahanya. Beberapa perusahaan ritel asing yang masuk di Indonesia ialah LC Wakiki dari Turki, GS Supermarket peritel asal Korea, raksasa ritel dari Jepang, Cina dan sebagainya. Semakin banyaknya perusahaan ritel di Indonesia semakin ketat persaingan yang akan terjadi.

Para pengusaha bisnis ritel dituntut untuk lebih efektif membuat strategi bersaing agar dapat tetap maju berkembang dan dapat bertahan. Konsumen menjadi prioritas utama dalam strategi pemasaran perusahaan. Perusahaan/ritel harus bisa mempengaruhi konsumen untuk lebih banyak membeli produk yang ditawarkan dan menjadikan konsumen berhasrat melakukan pembelian ulang dalam jangka panjang.

Menurut Donighi & Yousefi (2015) *repurchase intention* adalah niat untuk melakukan pembelian ulang dari perusahaan/ritel yang sama, sesuai dengan pengalaman pelanggan sebelumnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memaksimalkan nilai pelanggan yakni meningkatkan nilai barang, kualitas dan harga yang bersaing dibandingkan dengan pesaing terdekat. Faktor harga yang kompetitif menarik bagi konsumen, terutama untuk produk yang sensitif terhadap harga.

Temuan riset yang dilakukan Kotler dan Keller (2007) membuktikan *perceived value* merupakan persepsi konsumen potensial atas selisih antara semua manfaat serta semua biaya yang dikorbankan atas produk tertentu. Nilai pada suatu produk merupakan hal yang sangat penting untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian ulang. Kuo., et al (2009), dalam penelitiannya membuktikan bahwa kepuasan

pelanggan maupun niat pasca pembelian dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan konsumen. Hal ini juga di perjelas Meng, *et al* (2011), yang mengemukakan bahwa nilai yang dirasakan secara positif terkait dengan kepuasan. Menurut Kotler dan Keller (2007), Kepuasan konsumen adalah perasaan senang/tidak senang yang dirasakan konsumen setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan tentang kinerja produk. Konsumen dikatakan puas jika kinerja produk riil sama/melebihi harapan konsume. Donighi dan Yousefi (2015), membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi niat pasca-pembelian dipengaruhi oleh kepuasan konsumen.

Konsumen yang puas dengan produk yang telah dibeli, di lain waktu konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang (Kuo., *et al* , 2009); Patterson *and* Spreng (1997).

Saat ini salah satu perusahaan ritel yang baru memasuki pasar perekonomian Indonesia ialah PT Miniso Internasional Company, yakni perusahaan yang berasal dari Tokyo, Jepang. PT Miniso Internasional Company ini merupakan perusahaan asing yang bergerak dalam bidang ritel dan menjual berbagai produk. Sebagian besar produk yang dijual untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, seperti: makanan, pakaian, kebutuhan terkait perumahan, alat kecantikan, perhiasan, ATK, dan lain-lain. Produk yang dijual Miniso 80% berasal dari Jepang, sisanya dari negara lain.

Miniso merupakan salah satu perusahaan yang agresif dalam meningkatkan pangsa pasar di Indonesia, dalam jangka pendek, Miniso telah membuka lebih dari 75 gerai yang tersebar di Indonesia. Miniso sudah merambah pasar Indonesia sejak Februari 2017 dengan berdirinya 3 gerai dan sampai Desember 2017 telah berdiri 79 gerai di seluruh Indonesia. (m.kontan.co.id). Produk-produk Miniso dikembangkan berdasarkan konsep konsumsi masa depan, dan pada saat bersamaan menawarkan harga yang cukup terjangkau. Desain dalam pembuatan produk juga mengutamakan kualitas dan memperhatikan bahan baku terbaik. Kualitas produk yang tinggi, pelayanan prima dan harga yang kompetitif merupakan strategi Miniso dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang ditawarkan. Strategi tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk jangka panjang dalam mempertahankan konsumen agar perusahaan dapat tetap bertahan dan terus berkembang.

KAJIAN LITERATUR

Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*

Kotler & Keller (2007), menjelaskan konsumen atau pelanggan sebagai pemaksimal nilai produk yang ditawarkan perusahaan. Konsumen memiliki harapan akan nilai sebuah produk sebelum melakukan pembelian, dan mereka bertindak berdasarkan harapan akan nilai produk tersebut. Ketika pembeli atau konsumen mendapatkan nilai lebih dari produk atau jasa yang dibeli mereka akan merasa puas dan sebaliknya. Kepuasan konsumen merupakan fungsi kinerja produk dan ekspektasi pembeli. Persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk merupakan faktor krusial pembentuk kepuasan konsumen.

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yakni oleh Edward & Sahadev (2011); Meng, *et al* (2011); Jayanti dan ariyanti (2017); Chang dan Wang (2010), membuktikan bahwa kepuasan terkait dengan nilai yang dirasakan konsumen.

Customer Satisfaction dan Repurchase Intention

Kepuasan pelanggan merupakan faktor krusial yang mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen menjadi satu factor penting yang berpengaruh terhadap *repurchase intention* karena minat beli ulang seorang konsumen dipengaruhi oleh masa lalu mereka atas produk baik barang maupun jasa yang telah dibeli. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Donighi dan Yousefi (2015); Kuo., *et al* (2009); Fang., *et al* (2011); Jayanti dan ariyanti (2017); Shin. *et al* (2017), membuktikan bahwa niat pembelian ulang konsumen dipengaruhi oleh pengalaman konsumen yang puas di pembelian produk sebelumnya.

Perceived Value dan Repurchase Intention

Faktor lain yang terkait dengan niat pembelian ulang selain kepuasan konsumen ialah *Perceived value*. Pernyataan ini didukung beberapa penelitian, diantaranya: Donighi and Yousefi (2015), yang membuktikan bahwa niat paska-pembelian dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan atau dipersepsikan konsumen. Temuan yang sama dikemukakan Jayanti dan Ariyanti (2017); Wu. *Et al*, (2012); Yu (2016), dan Setyaputri (2012), membuktikan bahwa nilai konsumen untuk melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh persepsi konsumen akan nilai produk yang ditawarkan perusahaan.

Peran Customer Satisfaction dalam kaitan antara Perceived Value dan Repurchase Intention

Nilai yang dipersepsikan konsumen merupakan prioritas yang dipertimbangkan konsumen sebelum membuat keputusan membeli atau tidak membeli suatu produk. Perusahaan/ritel yang memberikan nilai tertinggi dibandingkan dengan pesaing, itulah yang akan dipilih konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan/peritel untuk mencitrakan nilai yang optimal yang akan dinikmati konsumen jika membeli produk mereka. Kenyataan apakah suatu penawaran memenuhi/melebihi harapan akan nilai yang diinginkan konsumen. (Kotler, 2002). Kuo., *et al* (2009), membuktikan kepuasan pelanggan maupun niat beli ulang pasca pembelian dipengaruhi secara positif oleh *perceived value*. Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa kepuasan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara *perceived value* dan minat beli ulang. Temuan ini diperkuat temuan Patterson dan Spreng (1997), yang membuktikan secara signifikan bahwa kepuasan konsumen berperan sebagai partial mediating dalam kaitan antara *perceived value* niat membeli kembali.

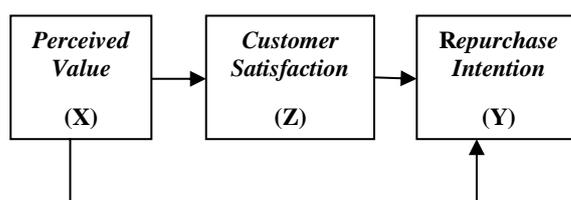
Hipotesis yang diajukan:

- H1 : *Customer satisfaction* dipengaruhi signifikan oleh *Perceived value*.
- H2 : *Repurchase Intention* dipengaruhi secara signifikan oleh *Customer Satisfaction*.
- H3 : *Repurchase Intention* dipengaruhi signifikan oleh *Perceived Value*.
- H4 : *Customer Satisfaction* berperan sebagai mediating variable dalam kaitan antara *Perceived Value* dan *Repurchase Intention*.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Paper ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif dan eksplanatori. Dari 300 kuesoner yang disebar terkumpul sejumlah 297 kuisoner yang layak untuk dianalisis lebih lanjut. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, dengan 5 alternatif pilihan : sangat setuju (1) dan sangat tidak setuju (5). Model frame work research, sebagai berikut:



Gambar 1. Research Frame Work

Sumber: Lampiran 9

Pengukuran Data

Ada 3 variabel dalam penelitian ini, yaitu Variabel Independen: *Perceived Value*, Variabel *Intervening Customer Stisfaction*, dan Variabel Dependen yaitu *Repurchase Intention*. *Perceived Value*, mengadopsi Chang *et al.* (2010), dengan 2 dimensi: kualitas produk dan harga. Kepuasan Pelanggan (Z), mengadopsi Kristensen., *et al* (2010), dengan 3 dimensi: Kepuasan keseluruhan, Pemenuhan harapan, dan Perbandingan dengan situasi ideal. *Repurchase Intention* (Y) mengadopsi Kuo *et al.* (2009), dengan 3 dimensi: Pembelian ulang di masa depan, Rekomendasi kepada orang lain, dan Penggunaan secara terus-menerus. Data dianalisis dengan menggunakan statistic deskriptif dan Path analysis. Sebelum analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik: uji normalitas, multiklonoriaritas dan heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Variabel *Perceived Value*

No. Item	Kuesioner	STS		TS		CS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Produk Miniso memiliki kualitas yang baik	3	1	6	2	52	17,5	147	49,5	89	30	4,0539
2	Produk Miniso dapat menarik minat konsumen	2	7	10	3,4	37	12,5	127	42,8	121	40,7	4,1953
3	Harga produk Miniso tidak	5	1,7	8	2,7	71	23,9	138	46,5	75	25,3	3,9091

	berlebihan dibanding lainnya												
4	Harga produk Miniso sebanding dengan kualitas yang diberikan	3	1	8	2,7	48	16,2	137	46,1	101	34	4,0943	
Grand Mean												4,06315	

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 1 perolehan nilai *grand mean* pada variabel *perceived value* konsumen Miniso adalah sebesar 4,06315 dengan rata-rata dari 4 item tersebut, *perceived value* dalam penelitian ini dapat diartikan termasuk dalam kriteria interval yang tinggi, artinya ekspektasi atau harapan yang diharapkan konsumen sesuai dengan nilai yang dirasakan.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel *Customer Satisfaction*

No. Item	Kuesioner	STS		TS		CS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
5	konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli di Miniso	2	7	5	1,7	40	13,5	146	49,2	104	35	4,1616
6	konsumen merasa senang ketika berbelanja di Miniso	3	1	11	3,7	47	15,8	127	42,8	109	36,7	4,1044
7	Produk-produk yang dijual di Miniso sesuai dengan selera konsumen	3	1	9	3	55	18,5	134	45,1	96	32,3	4,0471
8	konsumen yakin bahwa berbelanja di Miniso merupakan pilihan yang ideal	5	1,7	12	4	90	30,3	119	40,1	71	23,9	3,8047
9	dibanding tempat yang lain konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Miniso	7	2,4	14	4,7	71	23,9	125	42,1	80	26,9	3,8653
10	Harga produk Miniso lebih terjangkau	6	2	23	7,7	89	30	96	32,3	83	27,9	3,7643

dibanding dengan harga produk kompetitor	Grand Mean	3,9579
--	------------	--------

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 2. *customer satisfaction* konsumen Miniso adalah sebesar 3,9579 dikategorikan puas.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi *Variabel Repurchase Intention*

No. Item	Kuesioner	STS		TS		CS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
11	berminat untuk membeli kembali produk Miniso diwaktu yang akan datang	3	1	8	2,7	49	16,5	127	42,8	110	37	4,1212
12	Saya akan lebih sering membeli produk Miniso dimasa yang akan datang	4	1,3	22	7,4	89	30	111	37,4	71	23,9	3,7508
13	berminat untuk merekomendasikan produk Miniso kepada orang lain	3	1	11	3,7	57	19,2	128	43,1	98	33	4,0337
14	Miniso menjadi pilihan pertama dibandingkan dengan toko sejenisnya	4	1,3	22	7,4	73	24,6	120	40,4	78	26,3	3,8283
Grand Mean											3,9335	

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 3. nilai *grand mean* variabel *perceived value* mengenai produk Miniso adalah sebesar 3,9335, dikategorikan baik.

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Pengaruh Antar Variabel

Hubungan Antar Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total	Nilai Signifikansi	Keterangan
X → Z	0,805		0,805	0,000	H ₁ diterima
Z → Y	0,692		0,692	0,000	H ₃ diterima
X → Y	0,194		0,194	0,000	H ₃ diterima
X-Z-Y	0,194	0,557	0,751		H ₄ diterima

Sumber: Lampiran 9

B. Pembahasan

Hasil penelitian 1 membuktikan *Customer satisfaction* dipengaruhi oleh Perceived Value. Menurut Donighi dan Yousefi (2015) *perceived value* merupakan keseluruhan penilaian konsumen tentang keinginan produk yang didasarkan pada persepsi pelanggan terhadap penerimaan dan pengeluaran. Menurut Chang dan Wang (2010), indikator *perceived value*: (1) Kualitas produk, yakni tingkat keunggulan yang di harapkan oleh konsumen pada suatu produk. (2) Harga produk, yakni tingkat kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk yang di dapat. Hasil analisis statistik deskriptif membuktikan mayoritas responden menjawab setuju pada item pertanyaan dari variabel *perceived value*. Maksudnya nilai atau value produk Miniso dipersepsikan baik oleh konsumen; (1) Miniso mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen (2) Kualitas produk Miniso dinilai konsumen sebanding dengan harga yang ditawarkan (3) Konsumen merasa Miniso masih memiliki harga yang masih di atas harga pesaing, namun masalah kualitas dari segi *packaging* dan *design produk* Miniso lebih menarik dan berkualitas.

Harga akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen saat membeli suatu produk namun kualitas dan *design produk* juga tidak kalah penting untuk menarik konsumen saat ini. Mayoritas responden merasa harga Miniso dibanding dengan kualitas produk sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan dengan demikian nilai yang didapat tersebut oleh konsumen menjadikan konsumen Miniso merasa puas. Donighi dan Yousefi (2015), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kesenangan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan sebagai hasil dari pencapaian tuntutan dalam kaitannya dengan produk dan layanan spesifik. Menurut Kristensen., *et al* (2010), indikator kepuasan konsumen antara lain: (1) Konsumen puas secara menyeluruh/umum, (2) Adanya kesesuaian antara harapan dan kinerja riil produk, (3) Kinerja produk dipersepsikan ideal oleh konsumen.

Hasil penelitian membuktikan kondisi variabel *customer satisfaction* dikategorikan tinggi atau puas, dengan nilai *grand mean* sebesar 3,957, artinya nilai produk yang dirasakan atau dipersepsikan konsumen sesuai bahkan melebihi harapan ketika konsumen belum melakukan pembelian produk. Pembeli atau konsumen yang puas atas kinerja produk atau jasa dan pelayanan yang diberikan perusahaan/ritel akan menimbulkan minat pembelian ulang kembali dikemudian hari. Mayoritas responden merasa harga yang diberikan Miniso masih lebih mahal dibanding pesaing, namun para konsumen tetap merasa puas dengan produk yang Miniso. Konsumen merasa senang ketika berbelanja di Miniso karena sebagian besar produk Miniso sesuai dengan selera konsumen, yakni *design* maupun jenis produk yang diberikan Miniso selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini menjadikan para konsumen Miniso untuk berminat membeli kembali produk-produk Miniso.

Donighi & Yousefi (2015), *repurchase intention* adalah niat untuk melakukan pembelian ulang pada perusahaan yang sama, sesuai dengan pengalaman pelanggan sebelumnya. Kuo., *et al* (2009), indikator *repurchase intention* yaitu: pembelian ulang di masa depan (*repurchase intention*), rekomendasi kepada orang lain (*recommendation*), Penggunaan secara terus-menerus (*continuity*). Ketika *value* yang didapatkan konsumen

setelah melakukan pembelian di masa lalu mendapatkan *value* yang positif maka hal ini akan membuat konsumen berminat kembali untuk melakukan pembelian dimasa yang akan datang. Mayoritas responden merasa nilai yang didapatkan setelah melakukan pembelian sudah sesuai/melebihi harapan. Hal ini menjadikan konsumen berminat membeli kembali produk Miniso, dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain, Miniso masih menjadi pilihan pertama dibanding toko yang lainnya dengan harga produk Miniso yang dijual masih dibidang sebanding dengan output yang dikeluarkan.

Temuan ketiga paper ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh nilai produk yang dipersepsikan konsumen. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Edward & Sahadev (2011) pada konsumen pengguna handphone di India. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Temuan yang sama dikemukakan beberapa peneliti, diantaranya: penelitian Meng, *et al* (2011) terhadap wirasatawan *star cruise* di Taiwan. Jayanti dkk (2017) meneliti karyawan Topas TV Regional Jawa Barat, juga menghasilkan temuan yang sama. Chang dan Wang (2010), melakukan riset di Taiwan tentang situs belanja online

Berdasarkan beberapa temuan tersebut, dapat digaris bawahi tentang pentingnya *perceived value* yang berdampak pada pada kepuasan konsumen atau sebaliknya ketidakpuasan konsumen. Mayoritas responden, berpendapat bahwa produk Miniso memiliki kualitas yang baik dan sebanding dengan harga yang ditawarkan dan dapat menarik minat konsumen walaupun jika dibandingkan dengan gerai lainnya yang menjual beberapa produk yang sama konsumen merasa Miniso masih memiliki harga yang masih di atasnya. Seperti halnya produk jenis kabel data yang dijual di Miniso dengan yang dijual di toko-toko luar memiliki selisih harga yang lebih tinggi di Miniso. Namun untuk masalah kualitas dari segi *packaging* dan *design produk* Miniso lebih menarik dan berkualitas.

Harga akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen saat membeli suatu produk namun kualitas dan *design* produk juga tidak kalah penting untuk menarik konsumen saat ini. Mayoritas responden merasa harga Miniso dibanding dengan kualitas yang didapat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan sehingga konsumen Miniso merasa puas.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Customer satisfaction* memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *repurchase intention* pada konsumen Miniso. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *customer satisfaction* pada produk Miniso yang tinggi dapat meningkatkan *repurchase intention*. Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya, yakni oleh Shin, *et al* (2017), meneliti konsumen di Korea Selatan. Hasil penelitian membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat membeli kembali. Donighi and Yousefi (2015), meneliti konsumen layanan farmasi di kota Tehran Iran, membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi niat pasca-pembelian. Kuo., *et al* (2009), meneliti layanan seluler di Taiwan, dengan menggunakan koesioner yang disebar pada mahasiswa dari 15 Universitas. Fang, *et al* (2011) meneliti konsumen di Cina, membuktikan bahwa

kepuasan konsumen positif berpengaruh pada minat pasca pembelian. Jayanti dkk (2017), dalam penelitiannya yang dilakukan di Indonesia pada karyawan Topas TV Regional Jawa Barat, mengemukakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap keinginan setelah pembelian.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *repurchase intention* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Perceived value* pada konsumen Miniso. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, yakni oleh Donighi and Yousefi (2015), meneliti konsumen layanan farmasi di kota Tehran; Wu., *Et al*, (2012), meneliti konsumen minuman siap saji di Taiwan; Wang., *et al* (2016), meneliti konsumen *online shopping* di Taiwan; Setyaputri (2012), meneliti konsumen sushi tei yang berada di Plaza Indonesia.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *customer satisfaction* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *perceived value*. *Repurchase intention* dipengaruhi oleh *Customer satisfaction*. Berdasarkan hasil *Sobel test*, juga menunjukkan bahwa *perceived value* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada konsumen Miniso dengan nilai $t_{hitung} = 11,8$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu =1,65). Sehingga dalam penelitian ini *customer satisfaction* berperan sebagai pull mediating variabel dalam hubungan antara *perceived value* dan *repurchase intention*. Temuan penelitian ini diperkuat temuan Kuo., *et al* (2009), yang meneliti layanan seluler di Taiwan, Patterson and Spreng (1997), meneliti firma konsultan di Australia, yang membuktikan bahwa *perceived value* sepenuhnya dimediasi kepuasan dan hanya secara tidak langsung mempengaruhi niat membeli kembali.

KESIMPULAN

Didasari oleh hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Kondisi *perceived value* dikategorikan baik. indikator pada *perceived value* pada produk Miniso meliputi, kualitas produk, dan harga produk. Kondisi *repurchase intention* dikategorikan tinggi artinya konsumen berminat untuk membeli kembali. Indikator *repurchase intention* pada produk Miniso meliputi, pembelian ulang dimasa depan, rekomendasi kepada orang lain, penggunaan secara terus menerus. Kondisi *customer satisfaction* dikategorikan puas. Indikator *customer satisfaction* pada produk Miniso meliputi, kepuasan keseluruhan, pemenuhan harapan dan perbandingan dengan situasi ideal. Temuan penelitian membuktikan kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh *perceived value*. Artinya bahwa *perceived value* pada produk Miniso yang dipersepsikan tinggi oleh konsumen maka tingkat kepuasan konsumen juga tinggi. *Customer satisfaction* memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *repurchase intention* pada konsumen Miniso. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *customer satisfaction* pada produk Miniso yang tinggi dapat meningkatkan *repurchase intention*. Niat konsumen melakukan pembelian ulang dipengaruhi secara signifikan oleh nilai yang dipersepsikan konsumen. Artinya jika nilai yang dipersepsikan konsumen tinggi maka niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang juga tinggi. Kepuasan konsumen berperan sebagai full mediating dalam keterkaitan antara nilai yang dipersepsikan konsumen dan niat konsumen melakukan pembelian ulang.

Implikasi Manajerial

Bagi pembuat kebijakan di Perusahaan Miniso: 1) Perlu lebih meningkatkan kembali kualitas produk maupun layanan terutama pada beberapa produk dengan harga tinggi, karena asih ada keluhan konsumen yang menilai kualitas tidak/kurang sesuai dengan harga produk. 2) Perlu lebih meningkatkan kepuasan konsumen dengan menjaga dan memperbaiki segala kekurangan baik dari segi produk maupun layanan yang diberikan kepada konsumen, dengan memberi wadah bagi konsumen untuk memberikan saran dan kritik dalam situs web Miniso atau kotak saran dalam gerai Miniso untuk dapat memonitoring segala keluhan konsumen Miniso. Hasil keluhan konsumen tersebutlah yang akan dijadikan bahan evaluasi perusahaan untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sehingga konsumen yang puas akan berminat membeli dimasa yang akan datang dan kemungkinan besar juga akan merekomendasikan kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Metode Penelitian: Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bernarto, I., dan Patricia. 2017. Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction dan Trust terhadap Customer Loyalty Restoran XYZ Tangerang. *Journal for business and Entrepreneur*. Vol. 1 (1), pp: 36-49.
- Chang, H.H., and Wang, H.W. 2010. The moderating effect of customer perceived value on online shopping behaviour. Vol. 35:3, pp: 333-359.
- Donighi, S.S., and Yousefi, M. 2015. Impact of Service Quality and Perceived Value on Post-Purchase Intention With Mediation Of Customer Satisfaction. *International Journal of Natural and Sosial Siences*. Vol. 4 (1), pp: 1805-3602.
- Edward, M., and Sahadev, S. 2010. Role of Switching Costs in The Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction and Customer Retention Linkage. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 23 (3), pp: 327-345.
- Edward, S.T., and Wang Jia-Rong Yu. 2016. Effect of Product Attribute Beliefs of Ready-To-Drink Coffee Beverages on Consumerperceived Value and Repurchase Intention. *British Food Journal*. Vol. 118 (12).
- Fang, Y.H., Chiu, C.M., Wang, E.T.G. 2011. Understanding customers' satisfaction and repurchase intentions An integration of IS success model, trust, and justice. *Internet Research*. Vol. 21 (4), pp: 479 – 503.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: UNDIP.
- Grewal, D., Kim, Y., Shin, Y., Thai, V.V. 2014. Do Corporate Sustainable Management Activities Improve Customer Satisfaction, Word of Mouth Intention and Repurchase Intention? Empirical Evidence from the Shipping Industry. *The International Journal of Logistics Management*. Vol. 28 (2), pp: 555-570.

- Hidayah, N., dan Anjarwati, A.L. 2018. *Pengaruh Perceived Quality terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel intervening (Studi Penelitian pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Surabaya Timur)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 6 (1).
- Kim, C., Galliers, R.D., Shin, N., Ryoo, J.H. 2012. Factor Influencing Internet Shopping Value and Customer Repurchase Intention. *Electronic Commerce Research and Application*. Vol. 11, pp: 374-387.
- Kotler, P., 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: SMTG Desa Putera.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristensen, K., Martensen, A., Gronholdt, L. 2010. Customer Satisfaction Measurement at Post Denmark: Results of Application of the European Customer Satisfaction. *Index Methodology*. Vol. 11 (7), pp: 1007-1015.
- Kuo, Y.F., Wu, C.M., Deng, W.J. 2009. The Relationship Among Service Quality, Perceived value, Customer Satisfaction, and Post purchase Intention in Mobile Value-Added Service. *Computer In Human Behaviour*. Vol. 25, pp: 887-896
- Meng, S.M., Liang, G.S., Yang, S.H. 2010. The Relationships of Cruise Image, Perceived Value, Satisfaction, and Post-Purchase Behavioral Intention on Taiwanese Tourists. *African Journal of Business Management*. Vol. 5 (1), pp: 19-29.
- Neolaka, A. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Patterson, P.G., Johnson, L.W., Spreng, R.A. 1997. Modeling the Determinants of Customer Satisfaction for Business-to-Business Professional Services. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol 25, pp: 4-17.
- Jayanti, A., R., & Aryanti, M. 2017. Hubungan antar Kualitas Servis, Nilai yang Dirasakan, Kepuasan Pelanggan, dan Keinginan Setelah Pembelian (Post Purchase Intention) Pada Servis Gaming Online Steam. *e-Proceeding of Management*. Vol. 4 (1), pp: 599-608.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Universitas Negeri Malang. 2010. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*. Malang: UM Press
- Wu, L.Y., Chen, K.Y., Chen, P.Y., Cheng, S.L. 2012. Perceived Value, transaction cost, and repurchase-intention in online shopping: A relational exchange perspective. *Business Research*. Vol. 67 (49), pp: 2768-2776.
- Katadata.co.id, 2018. *Indonesia Masuk Daftar 10 Pasar Ritel Teraktif*. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/06/indonesia-masuk-daftar-10-pasar-ritel-teraktif>), Online, diakses 20 November 2018.
- Miniso. 2013. Brand Profile, Brand Origin, Brand Philosophy, Brand Life, dan Product. (<http://miniso.co.id/getinfo.php?to p=1>), Online, diakses 20 November 2018.
- m.kontan.co.id. 2017. Miniso agresif menambah toko di Indonesia. (<https://www.google.com/amp/amp.kontan.co.id/news/miniso-agresif-menambah-toko-di-indonesia?espv=1>), Online, diakses 20 November 2018.

PENGEMBANGAN E-MODUL EXEARNING UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN SISWA DALAM MENGELOLA ARSIP

Mega Ayu Andini, Madziatul Churiyah

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Email: madziatul.churiyah.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Berbagai usaha dilakukan guru untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam mengelola arsip, salah satunya dengan membuat E-Modul yang sesuai kurikulum. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah mengembangkan E-Modul dengan aplikasi *eXelearning* Pada Mata Pelajaran Kearsipan untuk siswa. Jenis penelitian ini adalah Research and Development pada mata pelajaran kearsipan pada siswa kelas X Program Keahlian Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran SMK Negeri 1 Turen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data presentase dan uji *independent sample t-test*. Hasil dari penelitian dan pengembangan ini adalah E-Modul yang dapat meningkatkan keterampilan siswa. Modul ini sudah divalidasi oleh ahli materi dan ahli media yang hasilnya "sangat layak" digunakan dan sudah diuji coba kepada 6 siswa dan mendapatkan hasil sangat layak digunakan. Uji coba lapangan melalui posttest terbukti secara signifikan meningkatkan keterampilan siswa. Sehingga kesimpulannya E-Modul dengan aplikasi *eXelearning* Pada Mata Pelajaran Kearsipan dapat digunakan sebagai sumber belajar dan dapat meningkatkan keterampilan siswa dalam mengelola arsip.

Kata Kunci: *E-Modul, eXelearning, Keterampilan Mengelola Arsip*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bahan ajar menjadi kunci utama dalam pembelajaran berbasis komputer dan memungkinkan siswa untuk mempermudah pengalaman belajar siswa sehingga hasil belajar menjadi lebih baik (Mercer, dkk 2019). Hal ini bertujuan agar pembelajaran dapat lebih unggul, bermakna, dan menyenangkan. Permasalahan yang terjadi di lapangan guru belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi dan waktu untuk menyampaikan materi kepada siswa sangat terbatas. Berdasarkan hasil observasi di SMK Negeri 1 Turen diketahui guru masih menggunakan bahan ajar cetak dan papan tulis dalam proses pembelajaran sementara belum ada bahan ajar yang mendukung perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Penggunaan bahan ajar yang digunakan kurang menarik sehingga siswa kurang memahami materi terutama pada materi praktik sistem kearsipan.

Oleh karena itu diperlukan bahan ajar yang memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam fasilitas belajar yaitu bahan ajar kombinasi. Bahan ajar kombinasi merupakan bahan ajar yang mengkombinasikan penggunaan audio dan video dalam pengembangannya. Teknologi yang dikembangkan dalam E-Modul menurut Heinich, dkk dalam Warsita, (2008) memiliki enam format yaitu, latihan dan pengulangan (*drill and practice*), tutorial, permainan (*games*), simulasi (*simulation*), penemuan (*discovery*), dan pemecahan masalah (*peroblem solving*). Bentuk bahan ajar kombinasi akan mendorong pengembangan 3 ranah kemampuan dalam kurikulum 2013 revisi 2017 serta sistem *student-centered-learning* yang mengharuskan siswa untuk belajar

secara mandiri. Sebab dengan adanya penggunaan audio dan video dalam sebuah bahan ajar siswa dapat menganalisis materi secara lebih maksimal.

E-modul atau modul elektronik merupakan bahan ajar modifikasi dari modul versi cetak menjadi modul versi komputer yang digunakan dalam pembelajaran agar siswa dapat meningkatkan keterampilan dalam mata pelajaran kearsipan. Kossioni (2013) menyatakan bahwa pembelajaran dengan modul elektronik merupakan pembelajaran yang tepat karena pembelajaran yang dilakukan terpusat, fleksibel, interaktif, terkini, relevan dengan evaluasi dan praktik, mandiri, mampu memotivasi, serta mengarahkan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran. Pengembangan bahan ajar cetak menjadi elektronik mempermudah siswa untuk mengakses materi terutama dalam materi kearsipan yang memiliki banyak kompetensi dasar yang harus dikuasai melalui praktik seperti penyimpanan arsip 5 sistem yaitu sistem kronologis, geografis, nomor, abjad dan subjek.

Salah satu bentuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam fasilitas belajar adalah bahan ajar kombinasi. Bahan ajar kombinasi merupakan bahan ajar yang mengkombinasikan penggunaan audio dan video dalam pengembangannya. Bentuk bahan ajar kombinasi akan mendorong pengembangan 3 ranah kemampuan dalam kurikulum 2013 revisi 2017 serta sistem *student-centered-learning* yang mengharuskan siswa untuk belajar secara mandiri. Sebab dengan adanya penggunaan audio dan video dalam sebuah bahan ajar siswa dapat menganalisis materi secara lebih maksimal. Akan tetapi, bentuk bahan ajar yang ada di SMK Negeri 1 Turen pada mata pelajaran kearsipan saat ini masih menggunakan bahan ajar cetak, sementara belum ada bahan ajar yang mendukung kurikulum tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengembangan bahan ajar elektronik atau e-modul. E-Modul yang dikembangkan peneliti pada mata pelajaran kearsipan ini menggunakan aplikasi *eXelearning*. Aplikasi *eXelearning* merupakan aplikasi open source yang mampu digunakan dalam sistem operasi *windows* dan *Linux*, serta mampu menyajikan materi secara menarik dengan fitur untuk menyisipkan video, gambar, maupun audio. Hal tersebut sependapat dengan pernyataan (Klement, 2014) bahwa bahan pembelajaran elektronik harus mengandung tidak hanya teks, tetapi juga elemen yang mampu menarik perhatian pada istilah-istilah penting dan juga dapat memotivasi pelajar dengan mempertahankan perhatiannya dengan gambar, video, dan rekaman suara. Hal tersebut membantu siswa agar lebih mudah memahami materi serta mempraktikkan penyimpanan arsip 5 sistem. Secara output aplikasi *eXelearning* dapat berupa SCORM, IMS, COMMON CARTRIDGE, folder, EPUB3.

Pemakaian E-Modul untuk mata pelajaran kearsipan ini diharapkan dapat membantu pembelajaran mandiri maupun disaat guru tidak bisa menyampaikan materi di dalam kelas seperti saat ini dan juga membuat siswa dapat memahami dan mempraktikkan materi penyimpanan arsip sistem kronologis.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian dan pengembangan atau Research and Development (R&D) oleh Dick & Carey (1978). Model penelitian dan pengembangan Dick and Carey disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Model penelitian ini dimodifikasi menjadi 9 langkah, yaitu (1) Analisis kebutuhan, (2) Analisis pembelajaran, (3) Tujuan umum dan khusus, (5) Mengembangkan instrumen, (6) Mengembangkan strategi pembelajaran, (7) Mengembangkan dan memilih bahan pembelajaran, (8) Merancang dan melaksanakan evaluasi formatif, dan (9) Melakukan revisi.

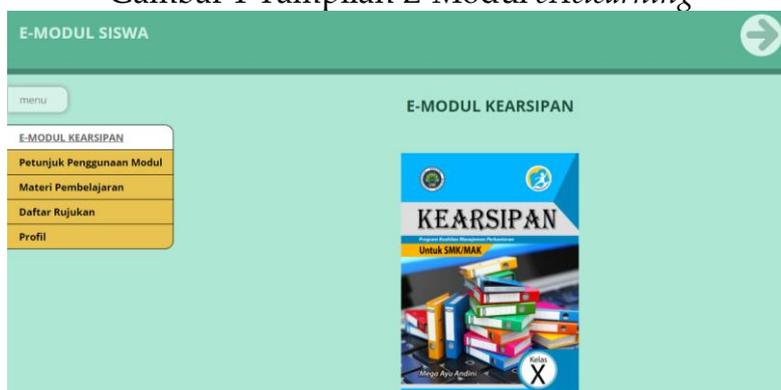
Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini berupa hasil wawancara, dokumen, angket, dan soal test. Wawancara digunakan untuk mengetahui masalah dan potensi subjek penelitian. Angket digunakan untuk uji ahli media, ahli materi dan siswa. Dokumen sebagai bukti penting dalam penelitian. Soal test digunakan untuk mengukur hasil belajar keterampilan siswa.

Data yang digunakan berupa data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif yang berasal dari skor pengisian angket untuk menilai E-Modul dengan menggunakan teknik analisis data presentase dan hasil *posttest* untuk mengetahui perbedaan hasil belajar kelas eksperimen dan kelas kontrol dengan menggunakan teknik analisis Uji *Independent Sample T-test*. Sedangkan data kualitatif didapat dari hasil wawancara, observasi dan hasil masukan berupa catatan, saran, komentar, kritik, dan pendapat ahli media, materi, dan siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dan pengembangan ini dilakukan untuk menghasilkan sebuah bahan ajar elektronik atau E-Modul menggunakan aplikasi *eXelearning* pada mata pelajaran Kearsipan Kelas X OTKP. E-Modul kearsipan ini dapat dioperasikan pada komputer maupun *smartphones*. Akan tetapi untuk pengoperasian melalui *smartphone* harus menggunakan aplikasi pendukung seperti *moon and reader*. Pada saat penelitian E-Modul ini dioperasikan melalui *smarthpones*. E-Modul *eXelearning* dipasang pada perangkat *smartphone* dimana teknologi yang sering digunakan peserta didik pada zaman sekarang. Bahan ajar ini dibuat mencakup 3 Kompetensi Dasar yaitu prosedur penyimpanan arsip 5 sistem, prosedur penggunaan arsip dan prosedur pemeliharaan arsip.

Gambar 1 Tampilan E-Modul *eXelearning*



Penjelasan menu pada E-Modul *eXelearning* sesuai Gambar 1 terdiri dari menu cover, petunjuk penggunaan modul, materi pembelajaran, daftar rujukan dan profil pengembang. Untuk mengatur menu yang ingin dipilih langsung klik pada menu dan dapat memilih sesuai kebutuhan. Pada menu materi pembelajaran terdapat 3 kompetensi dasar prosedur penyimpanan arsip 5 sistem, perosedur penggunaan arsip dan prosedur pemeliharaan arsip. Pada masing-masing kompetensi dasar terdapat sub-sub bab yang dapat dipilih sesuai kebutuhan siswa maupun guru. Seperti pada gambar 2 dibawah ini.

Gambar 2 Tampilan Materi



Penjelasan sub-sub bab materi pada gambar 2 terdiri dari 3 kompetensi dasar, pada setiap kopetensi dasar terdiri atas uraian materi, video pembeajaran, soal pilihan ganda, soal uraian dan soal praktik sesuai kompetensi dasar. E-Modul *eXelearning* ini dilengkapi dengan buku petunjuk penggunaan. Penggunaan bahan ajar ini dapat diakses secara *offline* agar siswa dapat belajar kapanpun dan dimana pun cukup menginstalnya saja tanpa bantuan internet melalui *smartphone* maupun PC.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan (Sung, dkk 2016) yang menyatakan bahwa teknologi seluler telah menyebabkan kebanyakan orang membawa komputer kecilnya sendiri yang mengandung kekuatan komputasi yang luar biasa, seperti laptop, PDA, PC, ponsel dan pembaca e-book sehingga kombinasi komputasi, probabilitas dan komunikasi nirkabel serta alat sensitivitas konteks membuat komputasi menjadi alat pembelajaran yang sangat potensial baik di ruang kelas tradisional maupun pembelajaran informal di luar ruangan. Sehingga melalui kepraktisan dan kemudahan pengoperasian e-modul tersebut akan menjadi bahan ajar elektronik ini sebagai bahan ajar guru dan bahan ajar siswa yang dapat dioperasikan dimanapun dan kapanpun. Hal tersebut membuktikan bahwa teknologi telah memainkan peran yang semakin penting dalam pendidikan ketika juga melaksanakan bentuk-bentuk pendidikan non-tradisional, seperti pendidikan tanpa waktu dan ruang kelas (Serafin, dkk 2014).

1. Kelayakan Media

Berdasarkan Tabel 1 hasil perhitungan persentase keseluruhan dari ahli media, materi, dan peserta didik menunjukkan skor 96 %. Dengan demikian, dapat disimpulkan validasi media dapat dikatakan "Sangat Valid" dan dapat digunakan dalam proses pembelajaran.

Tabel 1 Hasil Validasi Media

No	Validasi	Presentase	Kriteria Kevalidan
1	Ahli Materi	95 %	Sangat Valid, Sangat Layak Digunakan
2	Ahli Media	99 %	Sangat Valid, Sangat Layak Digunakan
3	Peserta Didik	95 %	Sangat Valid, Sangat Layak Digunakan
	Rata –Rata	96 %	Sangat Valid, Sangat Layak Digunakan

Saran validator media diperlukan adanya optimalisasi pada beberapa elemen grafis seperti misalnya pada warna font pada teks atau bagian tertentu dan pencantuman sumber pada video pembelajaran. Saran ahli materi diperlukan adanya tambahan soal atau kuis pada modul elektronik yang sesuai dengan tujuan pembelajaran. Sedangkan dari peserta didik sebagai pengguna melalui uji kelompok kecil yang diambil 6 peserta didik menuliskan komentar untuk melakukan revisi terhadap e-modul berkaitan dengan bahasa yang terdapat pada e-modul meminimalisir penggunaan kata yang terlalu banyak dan memberikan tambahan pada video pembelajaran.

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Perdana, dkk (2017) yang mendapatkan hasil sangat baik pada penilaian validasi ahli materi dan media. Hal ini menunjukkan bahwa e-modul yang dikembangkan masuk dalam kategori sangat baik menurut kesesuaian bahan ajar. Lumbantobing (2019) juga menyatakan bahwa validasi kepada ahli materi dan media berguna untuk mengetahui layak atau tidaknya materi e-modul yang dikembangkan jika dilihat dari beberapa aspek instrumen penilaian. Aini, dkk (2017) E-Modul berbasis *eXelearning* dapat meningkatkan motivasi belajar dan hasil belajar siswa di Sekolah Menengah Kejuruan yang dirancang sehingga memotivasi setiap siswa dalam belajar.

2. Hasil Belajar

E-Modul yang sudah melalui revisi dari hasil validasi ahli media, materi, dan peserta didik kemudian diuji cobakan pada uji coba kelompok besar. Kelas X OTKP 1 sebagai kelas eksperimen (kelas yang menggunakan E-Modul) dengan total 36 peserta didik dan kelas X OTKP 3 sebagai kelas kontrol (kelas yang tidak menggunakan E-Modul) dengan total 34 peserta didik di SMK Negeri 1 Turen. Penilaian hasil belajar kelas eksperimen dan kontrol dilakukan melalui hasil praktik. Mora, dkk (2018) menyatakan bahwa melakukan tes keterampilan pada siswa merupakan kegiatan untuk mendapatkan data prestasi akademik siswa sehingga dapat diketahui apakah *treatment* yang dilakukan pada sampel menghasilkan pembelajaran yang efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Damarsasi & Saptorini (2015) mengungkapkan bahwa pada penelitiannya dilakukan juga tes untuk mengukur ketuntasan belajar siswa.

Pengujian hipotesis pada hasil praktik dengan bantuan SPSS 24 dan menggunakan analisis Uji *Independent Sample T-test*. Penggunaan dengan SPSS dikarenakan *software* ini mudah digunakan baik untuk melakukan analisis perbandingan parametrik dan non parametrik serta banyak digunakan oleh peneliti atau akademisi diseluruh dunia. Hasil perhitungan SPSS menunjukkan bahwa pada bagian tabel *Equal Variances Assumed* diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,003 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara

rata-rata nilai keterampilan siswa antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Sedangkan perbedaan rata-rata nilai hasil belajar yaitu sebesar 87,05 dan 82,17 dengan selisih nilai rata-rata yaitu sebesar 4,88 poin.

Hasil perhitungan rata-rata hasil belajar kelas eksperimen lebih tinggi dibanding kelas kontrol. Terdapat Indikator yang mempengaruhi besarnya peningkatan hasil belajar peserta didik yang menggunakan media pada penelitian ini disebabkan karena materi pembelajaran dan latihan soal yang disajikan. Materi dibuat dua yaitu materi ringkasan dan materi lengkap yang disajikan dalam bentuk teks dan gambar. Materi singkat dibuat agar peserta didik dapat memahami poin-poin penting yang perlu dipelajari, sedangkan materi lengkap digunakan peserta didik untuk lebih luas mendapatkan informasi lebih dalam.

Selain itu, disajikan video pembelajaran untuk menyampaikan bentuk visualisasi cara penyimpanan arsip sistem kronologis. Hal ini membantu siswa lebih memahami materi penyimpanan arsip dan dapat mempraktekkan sistem penyimpanan tersebut setelah melihat secara langsung proses penyimpanan arsip melalui video pembelajaran. Adapun penyajian latihan soal yang dibagi menjadi soal pilihan ganda, soal uraian dan soal praktik.

Indikator lain yang menyebabkan perbedaan yang signifikan disebabkan karena keaktifan belajar dan kemandirian peserta didik menggunakan E-Modul *eXelearning* dengan *smartphone* atau komputer/PC. Desain tampilan E-Modul yang menarik dengan menyajikan kombinasi teks, gambar, audio, dan video dengan kualitas yang baik mampu membuat siswa lebih antusias memahami materi sehingga termotivasi untuk menggunakan E-Modul sebagai sumber belajar baik di sekolah maupun di rumah. Hal ini berbeda dengan kelas kontrol yang masih mendapatkan penjelasan materi dari guru melalui bantuan media *PowerPoint* dan papan tulis. Peserta didik akan merasa jenuh dan bosan saat mendengarkan materi di kelas dan tidak termotivasi untuk belajar lagi di rumah.

Herawati & Muhtadi, (2018) menyatakan bahwa pembuktian efektivitas, penguasaan dan pemahaman materi siswa pada pembelajaran dengan menggunakan e-modul yakni dengan melakukan tes yang mendapatkan hasil bahwa e-modul yang dikembangkan efektif digunakan siswa sebagai sumber belajar. Peningkatan penguasaan konseptual pada e-modul terjadi dalam setiap ranah kognitif (mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan) sehingga e-modul efektif dalam meningkatkan penguasaan konsep siswa (Harjono, 2020). Dengan ketepatan dalam penggunaan bahan ajar yang digunakan dan materi sesuai, maka pembelajaran akan menjadi efektif dan efisien, sehingga siswa akan dapat menerima dan menyerap materi dengan mudah dan dapat memperoleh hasil belajar yang optimal sesuai dengan yang diharapkan.

KESIMPULAN

Penelitian dan pengembangan ini menghasilkan E-Modul dengan aplikasi *eXelearning* pada mata pelajaran kearsipan untuk meningkatkan keterampilan siswa

dalam mengelola arsip kelas X Program Keahlian Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran di SMK Negeri 1 Turen.

E-Modul *eXelearning* yang dihasilkan telah melewati proses validasi validasi dari ahli materi, ahli media, dan uji coba kelompok kecil. Hasil validasi materi menunjukkan hasil sebesar 95% dan hasil validasi ahli media sebesar 99%. Selain itu E-Modul juga melalui uji coba kelompok kecil dengan hasil penilaian sebesar 95%. Dari ketiga penilaian validasi tersebut didapatkan rata-rata penilaian sebesar 96% sehingga dinyatakan bahwa E-Modul *eXelearning* yang dikembangkan sangat layak digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Berdasarkan hasil Uji *Independent Sample T-test* menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil belajar kelas yang menggunakan E-Modul *eXelearning* dan kelas yang tidak menggunakan E-Modul *eXelearning*. Hasil belajar pada kelas yang menggunakan Kelas Adp memiliki nilai lebih tinggi sebesar 4,88 poin dibanding kelas yang tidak menggunakan E-Modul. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan E-Modul *eXelearning* efektif untuk meningkatkan hasil belajar keterampilan siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. I. L., Siswandari, & Sawiji, H. (2017). The Peculiarity of E-Learning XHTML Editor (EXE) Based on Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction (ARCS) to Improve the Students' Learning Motivation of Vocational High School. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 158(Ictte), 958–963. <https://doi.org/http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
- Atma, D. C. H., Siswandari, S., & Indrawati, C. D. S. (2017). The Effectiveness of Archived E-Book Based Curriculum 2013 as an Effort to Improving Learning Outcomes in Vocational School. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 11(3), 251. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v11i3.5936>
- Damarsasi, D. G., & Saptorini, S. (2015). Penerapan Metode Inkuiri Berbantuan E-Modul. *Jurnal Inovasi Pendidikan Kimia*, 7(2), 1201–1209.
- Dick, Walter, Carey, L. (1978). *The Systematic Design Of Intruction*. America: Foresman and Company.
- Harjono, A., Gunawan, G., Adawiyah, R., & Herayanti, L. (2020). An Interactive e-Book for Physics to Improve Students' Conceptual Mastery. *Internationa Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 15(05), 40. <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i05.10967>
- Herawati, N. S., & Muhtadi, A. (2018). Pengembangan modul elektronik (e-modul) interaktif pada mata pelajaran Kimia kelas XI SMA. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 5(2), 180–191. <https://doi.org/10.21831/jitp.v5i2.15424>
- Klement, M., Dostál, J., & Marešová, H. (2014). Elements of Electronic Teaching Materials with Respect to Student's Cognitive Learning Styles. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 112(Iceepsy 2013), 437–446. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1186>
- Kossioni, A. E., Kavadella, A., Tzoutzas, I., Bakas, A., Tsiklakis, K., Bailey, S., Akota, I. (2013). The development of an exemplar e-module for the continuing professional development of European dentists. *European Journal of Dental Education*, 17(SUPPL. 1), 38–44. <https://doi.org/10.1111/eje.12029>
- Lumbantobing, M. A., Munadi, S., & Wijanarka, B. S. (2019). Pengembangan E-Modul Interaktif untuk Discovery Learning pada Pembelajaran Mekanika Teknik dan Elemen Mesin. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.21831/dinamika.v4i1.24275>

- Mercer, N., Hennessy, S., & Warwick, P. (2019). Dialogue, thinking together and digital technology in the classroom: Some educational implications of a continuing line of inquiry. *International Journal of Educational Research*, 97(August), 187–199. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2017.08.007>
- Mora, T., Escardíbul, J. O., & Di Pietro, G. (2018). Computers and students' achievement: An analysis of the One Laptop per Child program in Catalonia. *International Journal of Educational Research*, 92(June), 145–157. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2018.09.013>
- Perdana, F. A., Sarwanto, S., Sukarmin, S., & Sujadi, I. (2017). Development of e-module combining science process skills and dynamics motion material to increasing critical thinking skills and improve student learning motivation senior high school. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.20961/ijscs.v1i1.5112>
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: CV Ando Offset.
- Serafin, Č., Havelka, M., Dostál, J., Marešová, H., & Kropáč, J. (2014). Evaluation of Technology Including Effects of Using Technology When Teaching. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 112(Icepsy 2013), 472–480. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1191>
- Sung, Y. T., Chang, K. E., & Liu, T. C. (2016). The effects of integrating mobile devices with teaching and learning on students' learning performance: A meta-analysis and research synthesis. *Computers and Education*, 94, 252–275. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.11.008>
- Universitas Negeri Malang. (2017). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Warsita, B. (2008). *Teknologi Pembelajaran Landasan dan Aplikasinya*. PT. Rineka Cipta.

WORK LIFE BALANCE, EMPLOYEE ENGAGEMENT, DAN INTENTION TO STAY KARYAWAN GENERASI X DAN Y PT CHEIL JEDANG INDONESIA JOMBANG

Amiruddin, Nuri Herachwati

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh dan perbedaan persepsi *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* pada karyawan generasi X dan Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel 287 karyawan tetap, yang terdiri generasi X dengan 85 sampel, dan generasi dengan Y 202 sampel. Data dianalisa dengan regresi linier berganda dan uji beda *two-sample t-test*. Hasil penelitian menunjukkan *work-life balance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement*, sedangkan secara parsial pengaruh masing-masing variabel *work-life balance* terhadap *employee engagement* adalah *personal life interference with work* (PLIW) berpengaruh 8,4%, *work interference with personal life* (WIPL) berpengaruh 6,1%, *work enhancement of personal life* (WEPL) berpengaruh 4,1% dan *personal life enhancement of work* (PLEW) berpengaruh 3,9%. Dalam penelitian diperoleh *employee engagement* berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to stay*. Terdapat perbedaan persepsi generasi X dan generasi Y terhadap *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay*. Karyawan generasi Y memiliki persepsi terhadap *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* lebih rendah dibandingkan karyawan generasi X.

Kata kunci: *work-life balance*, *employee engagement*, *intention to stay*, generasi X dan generasi Y, PLIW, WIPL, WEPL dan PLEW

LATAR BELAKANG

PT Cheil Jedang Indonesia Jombang merupakan perusahaan MNC (*Multi National Company*) yang bergerak di bidang *Bio Industry* dengan kantor pusat di Seoul, Korea Selatan. Berdiri pada tahun 1997 dan sampai sekarang semakin berkembang dengan *Bio Product*-nya (berbagai macam asam amino dan *nucleotide*). Seiring dengan perkembangan dan kemajuan yang pesat perusahaan, ada beberapa fenomena yang muncul dan menjadi perhatian manajemen terkait dengan sumber daya manusia (SDM). Diantaranya perubahan komposisi karyawan yang mulai bergeser dari yang sebelumnya didominasi oleh generasi X (lahir tahun 1961-1981) berubah menjadi mayoritas didominasi oleh generasi Y (lahir 1981-2000). Berdasar data tingkat *turn over* antara tahun 2015 – 2019 di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang cukup rendah, rata – rata *turn over rate* hanya 1,24% . Meskipun demikian, apabila dikaitkan dengan perbedaan generasi karyawan, maka tingkat *turn over rate* generasi X adalah 21% sedang tingkat *turn over rate* generasi Y adalah 79 %. Berdasar data diperoleh bahwa tingkat *turn over* karyawan generasi Y lebih tinggi bila dibandingkan dengan generasi X, sehingga ada potensi peningkatan *turn over* pada generasi Y yang lebih tinggi pada masa yang akan datang apabila tidak diatasi karena mayoritas karyawan adalah generasi Y. Sehingga muncul permasalahan terkait *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay*, oleh karena itu penelitian tentang tentang ke tiga hal tersebut menjadi penting.

Dari latar belakang diatas penelitian ini ingin mengetahui pengaruh *work life balance* (yang terdiri dari empat variabel : *work interference with personal life* (WIPL),

personal life interference with work (PLIW), work enhancement of personal life (WEPL) dan personal life enhancement of work (PLEW), terhadap employee engagement, dan pengaruh employee engagement terhadap intention to stay serta perbedaan persepsi karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang terhadap work-life balance, employee engagement dan intention to stay.

KAJIAN LITERATUR

Work-Life Balance (WLB) dan Employee Engagement

Fisher *et al.* (2009) dalam artikelnya di jurnal *Occupational Health Psychology* menjelaskan bahwa ketika pekerjaan sudah mengintervensi atau mencampuri kehidupan pribadi maka akan mengganggu keseimbangan kehidupan kerja (*work -life balance*) dari para karyawan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa *work-life balance* sebagai upaya yang dilakukan individu untuk lebih menyeimbangkan antara domain kerja dan kehidupan pribadi yang dijalani. Berdasarkan beberapa penelitian menyebutkan bahwa ada pengaruh positif antara *work-life balance* dan *employee engagement*. *Work-life balance* merupakan salah satu driver (pendorong) terbentuknya *employee engagement* (Hewitt, 2018). Bombacher (2014) dalam tesisnya mengatakan, bahwa *employee engagement* dipengaruhi oleh *work-life balance*. Osorio *et al.*, (2014) juga menyebutkan bahwa *work-life balance* secara simultan dapat meningkatkan *employee engagement*. Demikian juga Louse P Parkes *et al.*, (2008) juga menyebutkan bahwa *work-life balance* berpengaruh terhadap *employee engagement* dalam organisasi, meskipun dengan pengaruh yang rendah.

Terdapat empat variabel *work life balance* menurut Fisher *et al.* (2009) yaitu *work interference with personal life (WIPL), personal life interference with work (PLIW), work enhancement of personal Life (WEPL) dan personal life enhancement of work (PLEW)*, yang masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Work Interference With Personal Life (WIPL) dan Employee Engagement

Work interference with personal life (WIPL) menunjukkan sejauh mana domain pekerjaan mengganggu kehidupan pribadi atau keluarga. Berdasarkan teori peran dan teori konservasi sumber daya variabel WIPL adalah pemicu stress kerja (*job stress*). Jika individu tidak merasa memiliki perpaduan pekerjaan dan peran yang tidak baik dalam pekerjaan, mereka mungkin mengalami hasil negatif atau saling bertentangan. (Frone *et al.*, 1997). Variabel WIPL berdasar hasil penelitian Fisher *et al.*, 2009 ada hubungan terhadap kepuasan kerja tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian Andriani P (2017) menyebutkan bahwa *work-life balance* berpengaruh secara simultan terhadap *employee engagement*, sedangkan secara parsial variabel WIPL juga berpengaruh terhadap *employee engagement*. Kuantum pekerjaan yang mempengaruhi kehidupan pribadi karyawan (WIPL) berbeda dari individu ke individu dan dari organisasi ke organisasi.

Toyasz Shekar (2016) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa ada hubungan terbalik antara kesenangan (*pleasure*) dan pekerjaan (*work*). Lebih lanjut dikatakan bahwa terdapat korelasi antara WIPL (*work interference with personal life*) dengan *employee engagement*. Titik keseimbangan antara *work interference with personal life* dan *employee engagement* itulah saat karyawan mencapai *work life balance*. Bakker dan Demerouti (2007) menyebutkan *employee engagement* dipengaruhi oleh *job resources* (sumber daya kerja), *job demands* (tuntutan kerja), *personal resources* (sumberdaya pribadi), dan *personal demands* (tuntutan pribadi), dalam hal ini *work interference with personal life* termasuk dalam *job demands*, yaitu segala sesuatu yang secara potensial menimbulkan tekanan dan menguras kemampuan untuk beradaptasi yang dimiliki pekerja.

H1: *Work Interference with Personal Life* (WIPL) berpengaruh terhadap *Employee Engagement*

2) *Personal Life Interference with Work* (PLIW) dan *Employee Engagement*

Personal life interference with work berhubungan dengan sejauh mana kehidupan pribadi seseorang dapat mengganggu pekerjaannya. Menurut Fisher et al., (2009) variabel PLIW termasuk *demands* dalam *work-life balance*, yaitu segala sesuatu yang berpotensi dapat menimbulkan tekanan dan menguras kemampuan untuk beradaptasi yang dimiliki oleh pekerja. Ditemukan bahwa *work family conflict* memiliki dampak negatif pada kinerja organisasi dan karyawan. Karyawan yang kelebihan beban atau yang pekerjaannya mengganggu keluarga (dan sebaliknya) sangat stres, mengalami kelelahan, menyatakan ketidakpuasan terhadap kehidupan, dan kesehatan mental / fisiknya buruk. Selain itu di tempat kerja, *work family conflict* juga menyebabkan turunnya produktivitas, keterlambatan, semangat kerja yang rendah, dan penurunan komitmen organisasi (Greenhaus et al, 2003).

Hasil penelitian Andriani P (2017) menyebutkan bahwa variabel *personal life interference with work* (PLIW) berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement*, sedang menurut Rincy V Mathew (2010) yang meneliti tentang hubungan variabel *work life balance* dengan komitmen organisasi menyebutkan bahwa *personal life interference with work* (PLIW) berkorelasi dengan komitmen organisasi, yang memiliki persamaan dengan konsep *employee engagement* yaitu terletak pada ketertarikan diri seseorang karyawan untuk berkontribusi secara lebih besar kepada organisasi atau perusahaan. Bakker dan Demerouti (2007) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi *employee engagement* adalah *personal demands* (tuntutan pribadi), yaitu segala sesuatu yang secara potensial menimbulkan tekanan dan menguras kemampuan untuk beradaptasi yang dimiliki oleh pekerja dalam hal ini terkait dengan domain *personal life*.

H2: *Personal Life Interference with Work* (PLIW) berpengaruh terhadap *Employee Engagement*

3) *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) dan *Employee Engagement*

Variabel *work enhancement of personal life* (WEPL) atau pekerjaan memperkuat kehidupan pribadi berkontribusi pada pembaruan sumber daya, oleh karena itu, variabel WEPL ini berhubungan negatif dengan stres kerja secara keseluruhan (Fisher et al, 2009). Variabel WEPL berdasar hasil penelitian Fisher et al., 2009 berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja tetapi tidak signifikan. Rincy V Mathew (2010) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *work enhancement of personal life* (WEPL) berpengaruh signifikan positif terhadap komitmen organisasi.

Hubungan antara *work enhancement of personal life* dan *employee engagement* juga diteliti oleh Marais E et al., (2014) tentang *work resources, home resources, work engagement dan work – family enhancement*. Hasilnya mengkonfirmasi bahwa ada hubungan positif antara *work enhancement of personal life* (WEPL) terhadap *employee engagement*. Bakker dan Demerouti (2007) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi *employee engagement*, salah satunya adalah *job resources* (sumber daya kerja), *Job resources* merupakan dimensi-dimensi dari pekerjaan yang fungsional untuk mencapai *goal*, yang menimbulkan efek dari tuntutan kerja atau menstimulasi *personal growth*, dalam hal ini WEPL adalah *job resources*. Menurut Schaufeli dan Bakker (2004) *job resources* memiliki potensi motivasi dan memberi energi dengan pekerjaan yang berpotensi membantu mengurangi efek buruk dari stressor kerja yang mengarah ke pencapaian dan tugas kerja yang mendorong terciptanya *employee engagement* (Schaufeli & Bakker, 2004)

H3: *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) berpengaruh terhadap *Employee Engagement*

4) *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) dan *Employee Engagement*

Personal life enhancement of work (PLEW) atau kehidupan pribadi memperkuat pekerjaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja (Fisher et al., 2009), dan kepuasan kerja ini dapat membuat karyawan lebih *engaged* dan berkontribusi lebih pada perusahaan.

Rincy V Mathew (2010) menyebutkan bahwa *personal life enhancement of work* (PLEW) berpengaruh signifikan positif terhadap komitmen organisasi. Penelitian lain yang dilakukan Marais E et al., (2014) juga menyebutkan ada hubungan signifikan antara *personal life enhancement of work* dengan *employee engagement*. Bakker dan Demerouti (2007) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* adalah *personal resources (individual personal factor)*, dalam hal ini PLEW merupakan *personal resources* (sumber daya pribadi) yaitu merupakan evaluasi positif yang berhubungan dengan kegembiraan dan mengarah pada perasaan individu terhadap kemampuannya untuk mengontrol dan memberi dampak pada lingkungannya secara positif. *Personal resources* berpengaruh terhadap *employee engagement* (Bakker dan Demerouti, 2007)

H4: *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) berpengaruh terhadap *Employee Engagement*

Employee Engagement dan Intention to Stay

Ketika karyawan sudah terikat (*engaged*) karyawan memiliki suatu kesadaran terhadap tujuan perannya untuk memberikan layanannya sehingga membuat karyawan akan memberikan seluruh kemampuan terbaiknya. Karyawan yang mempunyai *engagement* yang tinggi akan merasa nyaman dalam lingkungan kerjanya sehingga menurunkan keinginan untuk berpindah (Khan, 1990). Sejalan dengan pendapat Baumruk & Gorman (2006) yang menjelaskan jika karyawan memiliki rasa keterkaitan (*engage*) yang tinggi dengan perusahaan, akan meningkatkan perilaku umum, salah satunya yaitu *stay* (tetap tinggal) dengan kata lain karyawan akan tetap bekerja di organisasi walaupun ada peluang untuk bekerja di tempat lain.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *employee engagement* telah muncul di dunia kerja saat ini sebagai konstruksi yang dapat secara signifikan mempengaruhi *turnover intentions* atau *intention to stay* karyawan. Secara khusus, karyawan dengan tingkat *employee engagement* rendah lebih cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk meninggalkan organisasi, serta benar-benar meninggalkannya (Zhao J dan Zhao L, 2017)

Menurut Shantz, Alfes & Latham (2016), yang melakukan penelitian dari sebuah organisasi manufaktur di Inggris tentang hubungan antara *employee engagement*, komitmen organisasi dan *intention to stay*. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat *employee engagement* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to stay*, artinya semakin tinggi tingkat *employee engagement* maka *intention to stay* juga semakin tinggi.

H5: *Employee Engagement berpengaruh terhadap Intention to Stay*

Work-Life Balance, Employee Engagement, dan Intention to Stay pada Generasi X dan Y

Dalam konteks sosial setiap generasi yang berbeda dapat mempengaruhi kepribadian dan perasaan seseorang terhadap otoritas, nilai dan kepercayaan terhadap organisasi, etos kerja, alasan, cara dan tujuan bekerja, serta aspirasi untuk kehidupan pribadinya (Smola dan Sutton,2002)

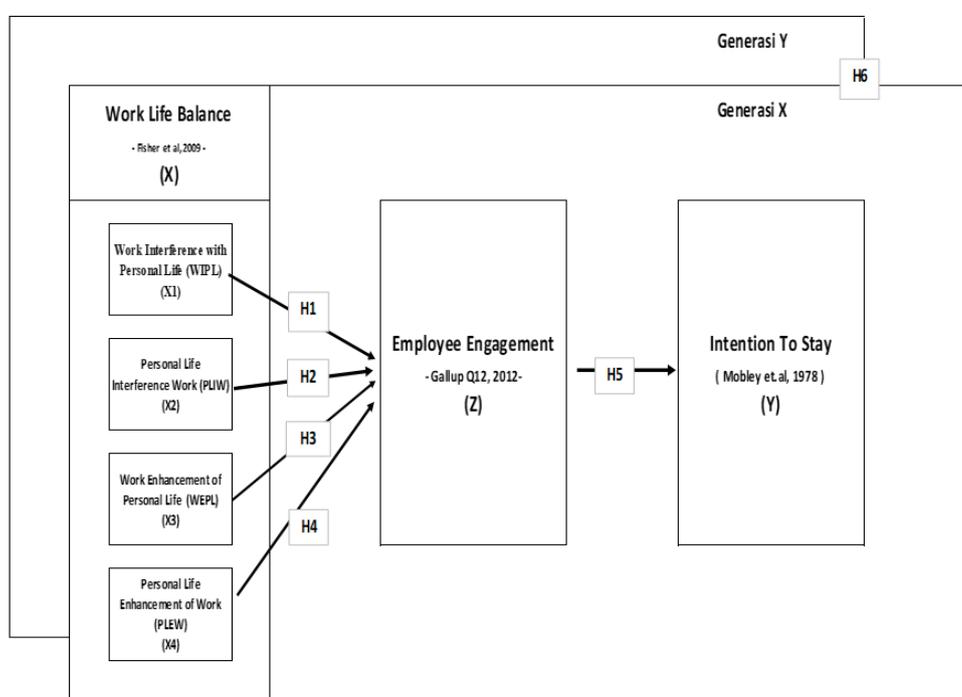
Hasil penelitian yang dilakukan Meier, Austin, dan Crocker (2010) menemukan generasi Y lebih memperhatikan *work-life balance* dibandingkan generasi X, mereka menganggap hubungan dengan teman dan keluarga dapat mendukung kinerjanya (Meier, Austin, Crocker,2010). Berbagai penelitian lain mengatakan bahwa factor-factor work-life balance, peluang karir, dan kemampuan organisasi dalam mengelola performa karyawan adalah factor utama untuk menjaga keberlangsungan karir generasi Y di organisasi. Sebanyak 46 persen responden dalam riset yang dilakukan oleh McCrindle (2006) menyatakan jadwal kerja yang fleksibel membantu mencapai keseimbangan antara kerja dan kehidupan. Berdasar laporan penelitian tentang *trend global employee engagement* (Hewitt, 2016) menyebutkan bahwa terdapat perbedaan faktor *engagement* antara generasi baby boomers, X dan generasi Y. Faktor *engagement* untuk karyawan generasi Y (*milineal*) adalah *peluang karir, gaji (pay), reputasi perusahaan, brand alignment* dan adanya pengakuan (*recognition*).

Lebih lanjut Hewitt (2016) juga menjelaskan tentang adanya perbedaan tingkat *engagement* antara tiga generasi yang berbeda, generasi Y memiliki tingkat *engagement* yang paling rendah dibandingkan generasi X dan generasi *baby boomers*. Data survey yang dilakukan Gallup (2016) juga menyebutkan bahwa sebesar 71% karyawan generasi Y tidak mau terikat secara aktif pada pekerjaan. Survey yang dilakukan Deloitte di Indonesia menyebutkan hanya 27% dari generasi Y yang berkeinginan untuk bertahan (Deloitte Indonesia, 2019).

H6: Terdapat perbedaan persepsi *Work-Life Balance*, *Employee Engagement*, dan *Intention to Stay* pada generasi X dan Y

Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, tujuan penelitian, tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Olahan sendiri (2020)

Berdasarkan model penelitian (Gambar 1) penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *work-life balance* dengan empat variabel (*work interference with personal life*-WIPL, *personal life interference with work*-PLIW, *work enhancement of personal life* – WEPL dan *personal life enhancement of work* – PLEW) terhadap *employee engagement* dan pengaruh *employee engagement* dengan *intention to stay*. Penelitian ini juga untuk mengetahui persepsi generasi X dan generasi Y terhadap *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dalam pendekatan ini penelitian difokuskan pada pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner dan juga dari dokumen terkait, yang kemudian diproses dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji beda two-sample t-test. Penentuan sample dilakukan dengan non probability sampling dengan teknik random sampling Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan *margin error* 5%, Penelitian ini dilakukan pada tanggal 26 Maret – 15 April 2020 . Objek penelitian adalah karyawan tetap PT Cheil Jedang Indonesia Jombang yang dikelompokkan berdasarkan generasi X (lahir 1961-1981) dan generasi Y (lahir 1982 – 2000)

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel *Work-Life Balance*, *Employee Engagement* dan *Intention to Stay*, dilakukan dengan skala Likert 1 sampai 4 (nilai 1 'sangat tidak setuju', nilai 2 'tidak setuju', nilai 3 'setuju' dan nilai 4 'sangat setuju'). *Work-Life Balance* menggunakan konsep Fisher et al., (2009) dengan empat variabel *Work Interference with Personal Life* (WIPL) lima indikator ($\alpha = 0.821$), *Personal Life Interference with Work* (PLIW) dengan enam indikator ($\alpha = 0.741$), *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) dengan tiga indikator ($\alpha = 0.769$), dan *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) dengan tiga indikator ($\alpha = 0.816$). Dengan interpretasi untuk variabel WIPL dan PLIW skor tinggi mengindikasikan *interference* rendah, WLB tinggi, skor rendah mengindikasikan *interference* tinggi, WLB rendah. Untuk variabel WEPL dan PLEW skor tinggi mengindikasikan *enhancement* tinggi, WLB tinggi, skor rendah mengindikasikan *enhancement* rendah, WLB rendah. *Employee Engagement* diukur dengan instrument dari Gallup Q 12 (2012) yang terdiri dari 12 indikator ($\alpha = 0.940$). *Intention to Stay* diukur dengan konsep Mobley et al., (1978) dengan lima indikator ($\alpha = 0.868$).

Definisi Operasional

Work-Life Balance

Work-life balance yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep Fisher et al., 2009 yang terdiri dari empat variabel : variabel pertama *Work Interference with Personal Life* (WIPL) yang didefinisikan sejauh mana pekerjaan dapat mengganggu kehidupan pribadi karyawan dengan lima indikator (misalnya setelah pulang kerja masih bersemangat untuk melakukan hal lain di luar pekerjaan), variabel kedua *Personal Life Interference with Work* (PLIW) yang didefinisikan sejauh mana kehidupan pribadi karyawan dapat mengganggu pekerjaan dengan enam indikator (misalnya kehidupan pribadi tidak mengurus tenaga untuk bekerja), variabel ketiga *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) yang didefinisikan sejauh mana pekerjaan dapat meningkatkan kehidupan pribadi karyawan dengan tiga indikator (misalnya pekerjaan memberikan energi untuk melakukan hal lain di luar pekerjaan) dan variabel keempat *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) yang didefinisikan sejauh mana kehidupan pribadi karyawan dapat memperkuat pekerjaan, dengan tiga indikator (misalnya kehidupan pribadi memberikan semangat atau kekuatan dalam bekerja).

Employee Engagement

Definisi operasional dari variabel *employee engagement* dalam penelitian ini adalah keterlibatan seorang karyawan serta kepuasan pada pekerjaan yang dilengkapi dengan antusiasme. Gallup (2016) mengatakan *employee engagement* sebagai dorongan ilusi yang memotivasi karyawan untuk menunjukkan *performance* yang tinggi. Dorongan ini merupakan gabungan dari komitmen, loyalitas, produktivitas dan kepemilikan.

Pengukuran *employee engagement* dibangun berdasarkan Gallup Q12-yang terdiri dari 12 indikator antara lain : pemahaman karyawan tentang target kerjanya, ketersediaan sarana dan prasarana kerja, adanya dukungan dari atasan dan rekan kerja untuk berprestasi peluang karyawan untuk menunjukkan peluang terbaiknya, penghargaan yang diterima karyawan atas prestasi kerjanya, adanya kesempatan karyawan untuk berkontribusi terhadap kinerja perusahaan, pemahaman karyawan terhadap tujuan perusahaan, adanya kepedulian atasan dan rekan kerja, pemahaman karyawan atas tujuan perusahaan, perhatian atasan yang diterima karyawan atas kemajuannya, dan adanya kesempatan untuk berkembang.

Intention to Stay

Intention to Stay adalah keinginan karyawan untuk tetap bekerja di perusahaan secara jangka panjang. Keinginan untuk tetap bekerja mencerminkan tingkat komitmen karyawan terhadap perusahaan dan kemauan untuk tetap bekerja. Instrumen penelitian yang digunakan berdasarkan *Model of Employee Intention to Quit / Stay* yang dikembangkan oleh Mobley et al., 1978 dengan lima indikator yaitu : karyawan tidak ada keinginan untuk berhenti dari pekerjaan yang sekarang, karyawan tidak pernah berpikir untuk mencari pekerjaan lain secara aktif, karyawan tidak akan berhenti bekerja apabila ada penawaran dari perusahaan lain, karyawan merasa rugi bila berhenti dari pekerjaan sekarang dan karyawan merasa puas dengan pekerjaan sekarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data kuesioner di lapangan, terkumpul 287 responden yang terbagi dalam kelompok generasi X sebanyak 85 responden (29,6%) dan kelompok generasi Y sebanyak 202 responden (70,4%). Berdasar jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki 95,8% pada responden total, pada kelompok generasi X responden laki-laki sebanyak 97,6% dan kelompok generasi Y responden laki-laki sebanyak 95%.

Dilihat dari status pernikahan, mayoritas responden telah menikah (75,6%), pada kelompok generasi X semua (100%) sudah menikah, sedang pada kelompok generasi Y yang berstatus menikah 65,3%. Generasi X pada tahun ini sudah berusia 39 – 59 tahun sehingga semua sudah berkeluarga. Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar 72,1% berpendidikan SMA/SMK, diploma dan sarjana 26,1% dan pasca sarjana 1,7%.

Karakteristik responden dilihat dari masa kerja menunjukkan masa kerja yang dominan adalah 5 – 10 tahun sekitar 40%, sedangkan dengan masa kerja diatas 10 tahun sebesar 33,4 %, responden dengan masa kerja 0 sampai 4 tahun sekitar 22,6%. Ada

perbedaan yang cukup berarti pada kelompok generasi X dan Y dilihat dari masa kerja. Pada kelompok generasi X didominasi karyawan dengan masa kerja lebih dari 10 tahun yaitu sebesar 94,1%. Hal ini sangat berbeda dengan kelompok generasi Y yang didominasi dengan karyawan dengan masa kerja 7 sampai 10 tahun sebesar 51,4%, karyawan dengan masa kerja lebih dari 10 tahun hanya 7,9%, sedang karyawan dengan masa kerja 0 sampai 6 tahun sebesar 40,6%.

Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Analisis deskriptif hasil penelitian disajikan dalam Tabel 2 yang merupakan jawaban responden dalam bentuk nilai mean (rata-rata) dan standar deviasinya.

Tabel 2. Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Variabel		Total (N=287)		Generasi X (N=85)		Generasi Y (N=202)	
		Mean	StDev	Mean	StDev	Mean	StDev
<i>Work</i>	WIPL	3,22	0,47	3,29	0,55	3,19	0,43
<i>Life</i>	PLIW	3,19	0,44	3,30	0,41	3,14	0,44
<i>Balance</i>	WEPL	3,15	0,60	3,31	0,56	3,09	0,61
(WLB)	PLEW	3,31	0,49	3,39	0,45	3,28	0,50
Work Life Balance (WLB)		3,22	0,69	3,32	0,73	3,18	0,65
Employee Engagement (EE)		3,23	0,49	3,34	0,54	3,18	0,47
Intention To Stay (ITS)		3,32	0,61	3,57	0,51	3,22	0,62

Sumber : Hasil Pengolahan data kuesioner dengan SPSS ver.25

*) WIPL (*Work Interference with Personal Life*), PLIW (*Personal Life Interference with Work*), WEPL (*Work Enhancement of Personal Life*), PLEW (*Personal Life Enhancement of Work*)

Work-life balance

Pada variabel *work interference with personal life* (WIPL) secara keseluruhan responden dengan nilai rata-rata 3,22 termasuk kategori baik, generasi X dengan nilai rata-rata 3,29 kategori sangat baik, dan generasi Y dengan rata-rata 3,19 kategori baik. Semakin tinggi skor rata-rata variabel WIPL menunjukkan semakin rendah tingkat *interference* (gangguan) dari domain *work* terhadap *personal life*.

Pada variabel PLIW (*personal life interference with work*) juga menunjukkan hal yang sama, responden secara keseluruhan rata-rata 3,19 (baik), generasi X rata-rata 3,30 (sangat baik) dan generasi Y memiliki skor rata-rata 3,14 (baik). Semakin tinggi skor rata-rata variabel PLIW menunjukkan semakin rendah tingkat *interference* domain *personal life* terhadap domain *work*, sehingga tingkat *work-life balance* juga semakin baik.

Work-life balance untuk variabel WEPL (*work enhancement of personal life*) secara keseluruhan responden dengan skor rata-rata 3,15 (baik), generasi X dengan skor rata-rata paling tinggi yaitu 3,31 (sangat baik) dan generasi Y dengan skor rata-rata 3,09 (baik), paling rendah bila dibandingkan generasi X dan total responden. Semakin tinggi skor rata-rata variabel WEPL menunjukkan semakin tinggi tingkat *enhancement* dari domain pekerjaan (*work*) terhadap domain kehidupan pribadi (*personal life*) sehingga tingkat *work-life balance* juga semakin baik.

Work-life balance untuk variabel PLEW (*personal life enhancement of work*), keseluruhan responden dengan skor rata-rata 3,31 (sangat baik), responden generasi X dengan skor rata-rata 3,39 (sangat baik) dan juga generasi Y dengan skor rata-rata 3,28 (sangat baik). Pada variabel PLEW persepsi responden memiliki kategori sangat baik (sangat tinggi) hal ini menunjukkan bahwa kehidupan pribadi (*personal life*) merupakan faktor penting dalam memperkuat (memberi semangat) saat melakukan pekerjaan. Semakin tinggi skor variabel PLEW artinya semakin tinggi tingkat *enhancement* domain *personal life* terhadap domain kerja (*work*).

Persepsi responden terhadap *work-life balance* secara simultan, responden total dengan rata-rata 3,22 adalah “baik” (tinggi) artinya sudah ada kesadaran yang baik untuk menyeimbangkan peran dalam kehidupan pribadi dan pekerjaan. Berdasarkan perbedaan generasi, karyawan generasi X memiliki skor *work-life balance* lebih tinggi dibandingkan generasi Y, artinya karyawan generasi X memiliki tingkat *work-life balance* yang lebih baik daripada karyawan generasi Y. Karyawan generasi Y dengan skor 3.18 lebih rendah dari generasi X, artinya persepsi karyawan generasi Y terhadap kebijakan yang terkait *work-life balance* masih lebih rendah daripada generasi X dan ini perlu dicari solusi kedepannya agar persepsi generasi Y terhadap variabel *work-life balance* dapat meningkat. Bila dilihat masing-masing variabel dalam *work-life balance*, ke empat variabel generasi Y memiliki skor yang lebih rendah daripada generasi X.

Employee engagement

Keseluruhan responden menunjukkan skor rata-rata 3,23 (skala 1-4), artinya kondisi *employee engagement* berdasar data ini dalam kriteria “baik” atau “tinggi”. Generasi X dengan skor rata-rata 3,34 (sangat baik) berdasar hasil penelitian ini memiliki tingkat *employee engagement* lebih tinggi dibandingkan generasi Y dengan skor rata-rata 3.18 (baik). Ada beberapa indikator pada generasi Y memiliki skor rata-rata lebih rendah dibanding pada generasi X, yaitu : dukungan atasan dan rekan kerja untuk berprestasi, kesempatan karyawan untuk berkontribusi terhadap kinerja perusahaan dan komitmen karyawan terhadap kualitas hasil kerja. Berdasar data ini generasi Y lebih memerlukan lagi dukungan dari atasan (yang sebagian merupakan generasi X) dalam menjalankan pekerjaannya, juga adanya kesempatan yang lebih luas bagi generasi Y untuk berkontribusi terhadap kinerja perusahaan artinya generasi Y perlu dilibatkan lebih aktif dalam kegiatan yang sifatnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Pemahaman tentang tujuan dan target perusahaan juga perlu dilakukan lebih masif pada karyawan generasi Y.

Intention to stay

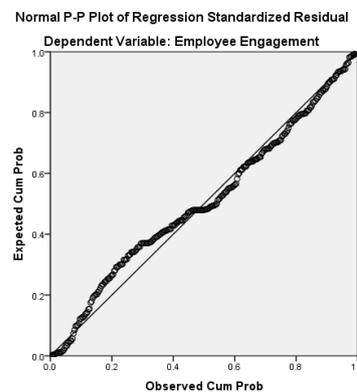
Berdasar hasil analisa data dari keseluruhan responden menunjukkan skor rata-rata dari lima indikator 3,32 (skala 1-4) dengan kriteria “sangat baik”. Empat indikator dengan indeks “sangat baik” yaitu karyawan tidak pernah berniat berhenti dari pekerjaan sekarang (3,31), karyawan tidak pernah memikirkan dan mencari pekerjaan secara aktif (3,37), karyawan merasa rugi jika berhenti dari pekerjaan sekarang (3,55) dan karyawan merasa puas dengan pekerjaan sekarang (3,33) artinya 92%

karyawan merasa puas dengan pekerjaan yang sekarang. Indikator dengan skor paling rendah (3.06) adalah “karyawan tidak akan meninggalkan meskipun ada tawaran yang lebih menarik dari perusahaan lain”, pada indikator ini ada 24% responden yang akan meninggalkan perusahaan bila ada tawaran lebih menarik dari perusahaan lain, tetapi 76% responden akan tetap *stay* meskipun ada tawaran lebih menarik dari perusahaan lain. Berdasar hasil ini *intention to stay* karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang sangat tinggi, hal ini juga dapat dilihat beberapa tahun terakhir *turn over rate* nya hanya 1,24 %. Berdasar pengelompokan generasi X dan Y (tabel 4.20) menunjukkan bahwa rata-rata skor *intention to stay* generasi X lebih tinggi (3,57) dibandingkan generasi Y (3,22). Hal ini menunjukkan bahwa pada karyawan generasi X dapat dikatakan sebesar 92% sudah tidak memikirkan untuk meninggalkan perusahaan dan karyawan generasi Y ada sekitar 15% dengan *intention to stay* rendah, dan ini perlu dicermati oleh perusahaan untuk perbaikan kedepannya.

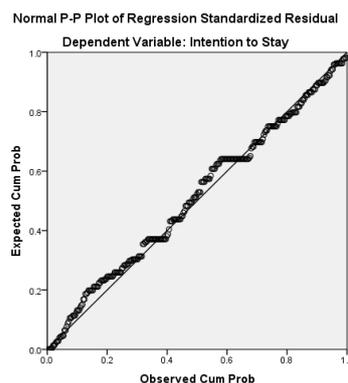
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dengan grafik *normal probability plot* nilai residual untuk model *work life balance* terhadap *employee engagement* serta model *employee engagement* terhadap *intention to stay* keduanya diketahui telah menyebar di sekitar garis diagonal yang menunjukkan bahwa kedua model regresi yang diestimasi sudah memenuhi asumsi normalitas, dimana keduanya telah dapat menghasilkan nilai residual yang kecil.



Gambar 2 Normal Probability Plot *Work-Life Balance* Terhadap *Employee Engagement*



Gambar 3 Normal Probability Plot *Employee Engagement* Terhadap *Intention to Stay*

Tabel 3 Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	<i>sig</i>	Ketetapan	Keterangan.
Residual Model $EE = \alpha + \beta_1 WLB + e_1$	1,330	0,058	> 0,05	Normal
Residual Model $ITS = \alpha + \beta_1 EE + e_2$	1,060	0,211	> 0,05	Normal

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Mengacu pada Tabel 3 diketahui bahwa nilai *p-value* uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk masing-masing model adalah 0,058 dan 0,211 yang keduanya telah memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan residual pada kedua model regresi sudah menyebar menurut distribusi normal.

Uji Non Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya korelasi (hubungan) yang kuat antara variabel bebas dalam model regresi. Pendeteksian ada atau tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF. Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka model regresi bebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas pada dua model regresi :

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

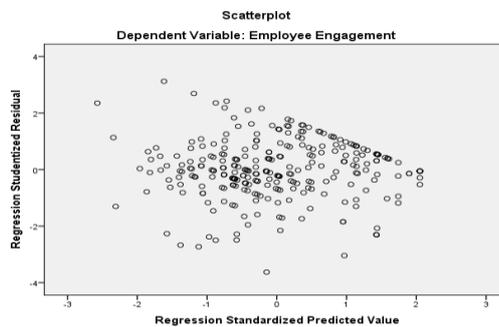
Model Regresi	Variabel Bebas	Colinierity Statistics	
		Tolerance	VIF
Model $EE = \alpha + \beta_1 WLB + e_1$	WLB – WIPL	0,619	1,616
	WLB – PLIW	0,614	1,630
	WLB – WEPL	0,600	1,666
	WLB – PLEW	0,615	1,627
Model $ITS = \alpha + \beta_1 EE + e_2$	<i>Employee Engagement</i>	0,590	1,694

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS ver 25 (2020)

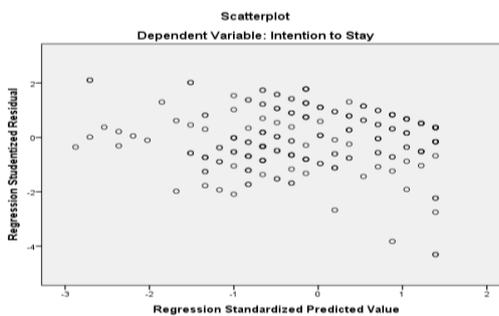
Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai *tolerance* pada kedua model regresi semuanya telah di atas angka 0,1, sementara itu untuk nilai VIF pada kedua model regresi juga lebih kecil dari 10. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua model regresi yang dipergunakan dalam penelitian telah memenuhi asumsi non multikolinieritas.

Uji Non Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan adanya ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain, sehingga model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (non heteroskedastisitas) Pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam analisis path dilakukan dengan metode grafik *scatter plot* dan metode *glejser*.



Gambar 4 *Scatter Plot* Model *Work-Life Balance* Terhadap *Employee Engagement*



Gambar 5 *Scatter Plot* Model *Employee Engagement* Terhadap *Intention To Stay*

Hasil evaluasi heteroskedastisitas pada kedua model regresi dengan grafik *scatter plot* ditunjukkan bahwa kedua sudah menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu Y, yang menunjukkan asumsi non heteroskedastisitas model regresi telah terpenuhi.

Tabel 5 Uji *Glejser*

Model Regresi	Variabel Bebas	Glejser	
		t	Sig
Residual Model $ABRES1 = \alpha + \beta_1 WLB + e_1$	WLB – WIPL	-0,777	0,438
	WLB – PLIW	0,479	0,633
Residual Model $ABRES 2= \alpha + \beta_1 EE + e_2$	WLB – WEPL	-0,922	0,357
	WLB – PLEW	-0,475	0,635
	<i>Employee Engagement</i>	-1,387	0,167

Pengujian *glejser* merupakan uji heteroskedastisitas dengan cara meregresikan nilai variabel bebas terhadap nilai absolute residual yang diperoleh dari estimasi. Apabila dalam uji parsial nilai signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan model regresi telah memenuhi asumsi non heteroskedastisitas. Berdasarkan pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai p-value uji t hasil analisis *glejser* untuk masing-masing model kesemuanya sudah lebih besar dari 0,05 yang menyimpulkan bahwa kedua model regresi telah memenuhi asumsi non heteroskedastisitas.

Pengujian Kelayakan Model (*Model Fit*)

Pengujian kelayakan model regresi dilakukan dengan uji menggunakan uji F yang diperoleh dari estimasi pendugaan model. Model regresi yang layak (*fit*) adalah model regresi yang dapat menghasilkan taksiran pengaruh yang tepat dan tidak bias. Berikut adalah hasil dari uji F model regresi:

Tabel 6. Model *Fit* (Uji F)

Model Regresi	Model <i>Fit</i>		Keterangan
	F	Sig	
Model $EE = \alpha + \beta_1 WLB + e_1$	66,373	0,000	Model Fit
Model $ITS = \alpha + \beta_1 EE + e_2$	243,933	0,000	Model Fit

Hasil uji F pada kedua model regresi yang dicantumkan di Tabel 4.19 diperoleh nilai signifikansi uji F kedua model bernilai 0,000 yang lebih kecil dari ketentuan signifikansi 0,05. Berdasarkan pada hasil ini maka model regresi yang diestimasi telah layak (*fit*) dipergunakan dalam pengujian pengaruh.

Pengujian Hipotesis

Work Life Balance terhadap Employee Engagement

Analisis data secara statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *work-life balance* (dengan 4 variabel) terhadap *employee engagement* pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan model

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Berdasarkan model yang telah dikembangkan diperoleh hasil uji regresi linier berganda seperti tertera pada tabel 4.25

Tabel 7. Estimasi Model Regresi *Work Life Balance* Terhadap *Employee Engagement*

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.	r	r ²
Konstanta	0,412				
<i>Work Interference with Personal Life</i>	0,251	4,271	0,000	0,247	0,061
<i>Personal Life Interference with Work</i>	0,316	5,063	0,000	0,289	0,084
<i>Work Enhancement of Personal Life</i>	0,157	3,459	0,001	0,202	0,041
<i>Personal Life Enhancement of Work</i>	0,178	3,375	0,001	0,197	0,039
R	0,696				
R Square (R ²)	0,485				

Model regresi *work life-balance* (WLB) terhadap *employee engagement* (EE) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$EE = 0,412 + 0,251 \text{ WIPL} + 0,316 \text{ PLIW} + 0,157 \text{ WEPL} + 0,178 \text{ PLEW} + e$$

Nilai koefisien determinasi (R Square) model regresi antara *work life balance* terhadap *employee engagement* diperoleh sebesar 0,485. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman nilai pada *employee engagement* dapat dijelaskan oleh variabel dari *work-life balance* yang meliputi *work interference with personal life* (WIPL), *personal life interference with work* (PLIW), *work enhancement of personal life* (WEPL) dan *personal life enhancement of work* (PLEW) sebesar 48,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model.

- a. **Hipotesis I** penelitian mengemukakan terdapat pengaruh antara *work interference with personal life* (WIPL) terhadap *employee engagement*. Hasil dari uji t untuk variabel *work interference with personal life* diperoleh t hitung 4,271 yang lebih besar dari nilai t tabel (df=285) sebesar 1,968, sementara nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa *work interference with personal life* memiliki pengaruh signifikan terhadap *employee engagement*. Dengan hasil ini hipotesis 1 (H1) dapat terbukti secara statistik. Secara parsial variabel *work interference with personal life* (WIPL) memiliki nilai r (korelasi) sebesar 0,247 hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel *work interference with personal life* dengan *employee engagement* pada tahap rendah, dengan nilai r² sebesar 0,061 atau 6,1% yang menunjukkan pengaruh WIPL secara parsial terhadap perubahan variasi *employee engagement* sebesar 6,1%

- b. **Hipotesis 2** penelitian mengemukakan terdapat pengaruh antara *personal life interference with work* (PLIW) terhadap *employee engagement*. Hasil dari uji t untuk variabel *personal life interference with work* diperoleh t hitung 5,063 yang lebih besar dari nilai t tabel (df=285) sebesar 1,968, sementara nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa *personal life interference with work* memiliki pengaruh signifikan terhadap *employee engagement*. Dengan hasil ini hipotesis 2 (H2) dapat terbukti secara statistik. Secara parsial variabel PLIW memiliki nilai r sebesar 0,289 hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel *personal life interference with work* dengan *employee engagement* pada tingkat hubungan yang rendah, dengan nilai r^2 sebesar 0,084 atau 8,4% menunjukkan pengaruh PLIW secara parsial terhadap perubahan variasi *employee engagement* sebesar 8,4%.
- c. **Hipotesis 3** penelitian mengemukakan terdapat pengaruh signifikan antara *work enhancement of personal life* (WEPL) terhadap *employee engagement*. Hasil dari uji t untuk variabel *work enhancement of personal life* diperoleh t hitung 3,459 yang lebih besar dari nilai t tabel (df=285) sebesar 1,968, sementara nilai signifikansi t sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa *work enhancement of personal life* memiliki pengaruh signifikan terhadap *employee engagement*. Dengan hasil ini hipotesis 3 (H3) dapat terbukti secara statistik. Secara parsial variabel WEPL memiliki nilai r sebesar 0,202 hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel *work enhancement of personal life* dengan *employee engagement* pada tingkat hubungan yang rendah, dengan nilai r^2 sebesar 0,041 atau 4,1% yang menunjukkan pengaruh WEPL secara parsial terhadap perubahan variasi *employee engagement* sebesar 4,1%.
- d. **Hipotesis 4** penelitian mengemukakan terdapat pengaruh signifikan antara *personal life enhancement of work* terhadap *employee engagement*. Hasil dari uji t untuk variabel *personal life enhancement of work* diperoleh t hitung 3,375 yang lebih besar dari nilai t tabel (df=285) sebesar 1,968, sementara nilai signifikansi t sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa *personal life enhancement of work* memiliki pengaruh signifikan terhadap *employee engagement*. Dengan hasil ini hipotesis 4 (H4) dapat terbukti secara statistik. Secara parsial variabel *personal life enhancement of work* (PLEW) memiliki nilai r sebesar 0,197 hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel *personal life enhancement of work* dengan *employee engagement* pada tingkat hubungan yang sangat rendah, dengan nilai r^2 sebesar 0,039 atau 3,9% yang menunjukkan pengaruh WEPL secara parsial terhadap perubahan variasi *employee engagement* sebesar 3,9%.

Employee Engagement Terhadap Intention to Stay

Analisis data secara statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *work-life* terhadap *intention to stay* pada penelitian ini adalah regresi linier dengan model regresi *employee engagement* (EE) terhadap *intention to stay* (ITS) sebagai berikut :

Tabel 8. Model Regresi *Employee Engagement* terhadap *Intention to Stay*

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta	0,930		
<i>Employee Engagement</i>	0,733	15,618	0,000
R	0,679		
R Square (R ²)	0,461		

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS ver 25 (2020)

Dengan persamaan regresi :

$$ITS = 0,930 + 0,733 EE + e$$

Nilai konstanta sebesar 0,930 menunjukkan bahwa apabila nilai semua variabel bebas yang dipergunakan dalam model adalah 0,0 maka besarnya nilai *intention to stay* adalah 0,930. Nilai koefisien regresi *employee engagement* sebesar 0,733 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *employee engagement* mengalami perubahan skor sebesar 1 satuan maka besarnya nilai *intention to stay* akan mengalami peningkatan sebesar 0,733 dengan asumsi variabel bebas lain tidak mengalami perubahan atau konstan. Hal ini menunjukkan terjadi hubungan positif antara *employee engagement* dengan *intention to stay*.

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) model regresi antara *employee engagement* terhadap *intention to stay* diperoleh sebesar 0,461. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman nilai pada *intention to stay* dapat dijelaskan oleh komponen dari *employee engagement* sebesar 46,1% sedangkan sisanya sebesar 53,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model.

Hipotesis 5

Hipotesis 5 penelitian mengemukakan terdapat pengaruh signifikan antara *employee engagement* terhadap *intention to stay*. Hasil dari uji t untuk variabel *employee engagement* diperoleh t hitung 15,618 yang lebih besar dari nilai t tabel (df=285) sebesar 1,968, sementara nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa *employee engagement* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to stay* (ITS) . Dengan hasil ini hipotesis 5 (H5) dapat terbukti secara statistik.

Perbedaan Generasi X dan Generasi Y terhadap Work-Life Balance, Employee Engagement dan Intention to Stay

Uji beda dalam penelitian ini dipergunakan untuk mengetahui perbedaan tanggapan atau persepsi yang diberikan oleh Generasi X (Kelompok 1) dengan Generasi Y (Kelompok 2) atas variabel-variabel penelitian. Uji hipotesis dua rata-rata digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan (kesamaan) rata antara dua buah data. Salah satu teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis dua rata-rata adalah metode uji t (*two-sample t-test*), dengan hasil pada tabel

Tabel 9 Uji beda *Two-Sample T- Test*

Variabel	Kelompok	Mean	P-Value (Sig)	Keterangan.
<i>Work Life Balance</i>	Generasi X	3,32	0,003	Ada beda signifikan
	Generasi Y	3,18		
WIPL	Generasi X	3,29	0,101	Tidak ada beda signifikan
	Generasi Y	3,19		
PLIW	Generasi X	3,30	0,004	Ada Beda signifikan
	Generasi Y	3,14		
WEPL	Generasi X	3,31	0,004	Ada Beda signifikan
	Generasi Y	3,09		
PLEW	Generasi X	3,39	0,064	Tidak ada beda signifikan
	Generasi Y	3,28		
<i>Employee Engagement</i>	Generasi X	3,34	0,011	Ada Beda signifikan
	Generasi Y	3,18		
<i>Intention to Stay</i>	Generasi X	3,57	0,000	Ada Beda signifikan
	Generasi Y	3,22		

Sumber : Data hasil data dengan minitab ver 18 (2020)

Work-Life Balance

Hasil uji *two sample-t test* pada variabel *work-life balance* secara keseluruhan diperoleh nilai signifikansi uji sebesar 0,003 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan persepsi *work-life balance* pada karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Generasi X dengan nilai mean (3,32) memiliki persepsi terhadap *work-life balance* secara keseluruhan lebih baik dibandingkan generasi Y dengan nilai mean (3,17). Perbedaan signifikan *work-life balance* terjadi pada variabel *personal life interference with work* (PLIW) dan variabel *work enhancement of personal life* (WEPL). Variabel *work life balance* yang tidak menunjukkan perbedaan signifikan antara generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia adalah variabel *work interference with personal life* (WIPL) dengan nilai signifikansi 0,100 (P-value > 0,05) dan variabel *personal life enhancement of work* (PLEW) dengan nilai signifikansi 0,064 (P-value > 0,05).

Employee Engagement

Hasil uji beda variabel *employee engagement* diperoleh nilai signifikansi uji sebesar 0,01 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, hal ini menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan persepsi *employee engagement* pada karyawan generasi X dan generasi Y PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Nilai mean pada generasi X (3,34) yang lebih besar dibandingkan generasi Y (3,18) menunjukkan bahwa *employee engagement* generasi X lebih baik dibandingkan generasi Y

Intention to Stay

Hasil uji beda variabel *intention to stay* diperoleh nilai signifikansi uji sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat

perbedaan signifikan persepsi *intention to stay* pada karyawan generasi X dan generasi Y PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Nilai mean pada generasi X (3,57) yang lebih besar dibandingkan generasi Y (3,22) menunjukkan bahwa *intention to stay* generasi X lebih baik dibandingkan generasi Y.

PEMBAHASAN

Penelitian ini telah menemukan bahwa *employee engagement* dapat dipengaruhi oleh variabel *work-life balance* yaitu *work interference with personal life* (WIPL), *personal life interference with work* (PLIW), *work enhancement of personal life* (WEPL) dan *personal life enhancement of work* (PLEW), demikian juga dengan variabel *intention to stay* karyawan dipengaruhi oleh variabel *employee engagement*. Dalam penelitian ini juga menemukan ada perbedaan persepsi terhadap *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* pada karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang.

Work-Life Balance terhadap Employee Engagement

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *work-life balance* (dengan 4 variabel) terhadap *employee engagement*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi (r) antara *work-life balance* dan *employee engagement* sebesar 0,696 yang berarti memiliki hubungan yang kuat. Artinya empat variabel dalam *work-life balance* (*work interference with personal life* – WIPL, *personal life interference with work* – PLIW, *work enhancement of personal life* – WEPL dan *personal life enhancement of work* – PLEW) mempengaruhi dalam terbentuknya *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Pada penelitian ini juga disebutkan bahwa keragaman nilai pada *employee engagement* dapat dijelaskan oleh empat variabel dalam *work-life balance* sebesar 48,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model. Hal ini sesuai dengan pernyataan Osorio et al. (2014) yang mengatakan *work-life balance* memiliki peranan dalam meningkatkan *employee engagement*. Louse P Parkes et al., (2008) dalam penelitiannya yang berjudul “*Work life balance or work life alignment? A test of the importance of work life balance for employee engagement and intention to stay in organization*” juga mengatakan *work-life balance* berpengaruh terhadap *employee engagement* dalam organisasi meskipun dengan pengaruh yang rendah.

Dari keseluruhan responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa *work-life balance* di PT Cheil Jedang Indonesia dalam kondisi baik atau tinggi (skor rata-rata 3.22 dari maksimal skor 4.0), dan *employee engagement* juga dalam level baik (skor rata-rata 3,23 dari maksimal skor 4.0). Artinya *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang dapat diperoleh apabila perusahaan dapat mengaplikasikan *work-life balance* dengan baik. Hal-hal yang dapat dilakukan PT Cheil Jedang Indonesia untuk meningkatkan *work-life balance* pada karyawannya antara lain menjaga konsistensi struktural (respek terhadap atasan dan bawahan), menciptakan suasana kerja yang kondusif dan menyenangkan, memberikan fleksibilitas waktu bila memang dipandang penting, dan selalu memberikan training untuk *skill up* karyawan, mulai level bawah

sampai atas secara kontinyu dan berkesinambungan. Pengaruh masing-masing variabel *work-life balance* adalah sebagai berikut.

a. *Work Interference with Personal life* (WIPL) terhadap *Employee Engagement*

Hasil penelitian menunjukkan variabel *work interference with personal life* (WIPL) berpengaruh terhadap *employee engagement*. Berdasar hasil analisis regresi linier berganda diperoleh bahwa *work interference with personal life* berpengaruh positif terhadap *employee engagement*, meskipun dengan tingkat hubungan yang rendah. Dalam hal ini berarti semakin tinggi skor WIPL mengindikasikan semakin rendah tingkat *interference* (gangguan) pada domain *work* (pekerjaan) terhadap kehidupan pribadi (*personal life*) dan ini artinya tingkat *work-life balance* juga tinggi sehingga berdampak positif terhadap *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang Shekar T (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "*Work Life Balance and Employee Engaggement, a Concep Revisited*" dikatakan bahwa terdapat korelasi antara WIPL (*work interference with personal life*) dengan *employee engagement*. Titik keseimbangan antara *work interference with personal life* dan *employee engagement* itulah saat karyawan mencapai *work-life balance*.

Berdasar hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang memiliki tingkat *interference* (gangguan) pekerjaan terhadap kehidupan pribadi yang rendah, sehingga tingkat *work family conflict* (WFC) juga rendah dan hal ini berpengaruh terhadap *employee engagement*. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang disampaikan oleh Bakker dan Demeorouti (2007) yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* adalah *job demands* (tuntutan pekerjaan), dalam kaitan ini *work interference with personal life* (WIPL) merupakan *job demands* yaitu adalah segala sesuatu yang secara potensial menimbulkan tekanan dan menguras kemampuan untuk beradaptasi yang dimiliki oleh pekerja dalam hal ini terkait dengan domain pekerjaan. Pada peneitian ini tingkat *interference* (gangguan pekerjaan terhadap *personal life*) rendah (ditandai dengan skor WIPL yang tinggi), hal ini juga disebabkan faktor jenis kelamin responden yang 95% adalah laki-laki. Karyawan laki-laki memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk menemukan cara untuk mencapai tugas yang diberikan di tempat kerja dan mengamankan pencapaian peran mereka dalam keluarga, menyebabkan masalah yang relative lebih sedikit di kedua domain (Pleck,1997 dalam Sulistiawan,2017)

b. *Personal Life Interference with Work* (PLIW) terhadap *Employee Engagement*

Hasil penelitian menunjukkan variabel *personal life interference with work* (PLIW) berpengaruh terhadap *employee engagement*. Berdasar hasil analisis regresi linier berganda diperoleh bahwa terdapat hubungan positif antara *personal life interference with work* dengan *employee engagement*, meskipun dengan tingkat hubungan yang rendah. Hal ini menunjukkan karyawan PT Cheil Jedang Indonesia secara keseluruhan memiliki tingkat *interference* (gangguan) pada domain *personal life* (kehidupan pribadi) terhadap domain *work* (pekerjaan) pada tingkat yang rendah yang berarti tingkat *work-life balance* pada tingkat yang baik (tinggi), sehingga berdampak positif terhadap *employee engagement*.

Hasil penelitian ini dapat diartikan semakin tinggi PLIW (atau semakin rendah *interference*) akan menyebabkan kenaikan *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Hasil penelitian Andriani P (2017) menyebutkan bahwa variabel *personal life interference with work* (PLIW) berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement*, sedang menurut Rincy V Mathew (2010) yang meneliti tentang hubungan variabel *work life balance* dengan komitmen organisasi menyebutkan bahwa *personal life interference with work* (PLIW) berkorelasi dengan komitmen organisasi, dalam hal ini komitmen organisasi memiliki kemiripan dengan *employee engagement* yaitu terletak pada ketertarikan diri seorang karyawan untuk berkontribusi lebih besar kepada perusahaan. Bakker dan Demerouti (2007) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi *employee engagement* adalah *personal demands* (tuntutan pribadi), yaitu segala sesuatu yang secara potensial menimbulkan tekanan dan menguras kemampuan untuk beradaptasi yang dimiliki oleh pekerja dalam hal ini terkait dengan domain *personal life* .

c. *Work Enhancement of Personal Life (WEPL) terhadap Employee Engagement*

Hasil penelitian menunjukkan *work enhancement of personal life* berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement*. Berdasar analisis regresi linier berganda, WEPL berpengaruh positif terhadap *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang meskipun dengan tingkat korelasi yang rendah. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marais et al., (2014) yang mengkonfirmasi ada hubungan positif antara *work enhancement of personal life* dengan *employee engagement*. Hal ini berarti semakin tinggi *work enhancement of personal life* dapat meningkatkan *employee engagement*.

Bakker dan Demerouti (2007) menyebutkan WEPL merupakan *Job resources* yaitu dimensi-dimensi dari pekerjaan yang fungsional untuk mencapai goal, yang menimbulkan efek dari tuntutan kerja atau menstimulasi *personal growth* dan ini merupakan salah satu faktor dari *employee engagement*. Penelitian empiris telah menemukan bahwa *job resources* termasuk dukungan supervisor, dukungan rekan kerja, variasi tugas dan umpan balik kinerja membawa peningkatan yang kuat dalam *employee engagement* (Schaufeli dan Bakker,2004).

Untuk meningkatkan *employee engagement*, PT Cheil Jedang Indonesia dapat memperkuat kebijakan terkait *work enhancement of personal life* misalnya training ketrampilan (skill) yang tidak hanya bermanfaat untuk pekerjaan, tetapi juga bermanfaat untuk kehidupan pribadi karyawan atau membuat suasana kerja yang menyenangkan sehingga akan membuat suasana hati karyawan menjadi senang dan ini akan berdampak pada kehidupan personal karyawan dan keluarganya. Juga perlu ditingkatkan dukungan dalam bentuk memotivasi karyawan atau kebijakan yang mendorong kinerja dan prestasi karyawan, misal pemberian *reward* untuk karyawan yang berprestasi dan berkinerja baik.

d. *Personal Life Enhancement of Work (PLEW) terhadap Employee Engagement*

Berdasarkan hasil uji hipotesis ini disimpulkan bahwa *personal life enhancement of work* memiliki pengaruh positif terhadap *employee engagement*. Hal ini berarti peningkatan *personal life enhancement of work* dapat meningkatkan *employee engagement*. Semakin tinggi tingkat PLEW mengindikasikan semakin baik atau tinggi tingkat *work-life balance*, dan hal ini berdampak pada *employee engagement* karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Marais E et al., (2014) yang menyebutkan ada hubungan signifikan antara *personal life enhancement of work* dengan *employee engagement*. Bakker dan Demerouti (2007) menyebutkan *employee engagement* dipengaruhi oleh *personal resources*, dalam hal ini PLEW merupakan *personal resources* (sumber daya pribadi) yaitu merupakan evaluasi positif yang berhubungan dengan kegembiraan dan mengarah pada perasaan individu terhadap kemampuannya untuk mengontrol dan memberi dampak pada lingkungannya secara positif. *Personal life enhancement of work (PLEW)* berpengaruh terhadap *employee engagement*. Studi tentang pengaruh *personal resources* (sumber daya pribadi) memegang dampak signifikan terhadap *employee engagement*. *Personal resources* dalam hal ini adalah pribadi yang sehat, optimis, dan mampu beradaptasi dengan lingkungan yang sangat kritis sekalipun (Schaufeli dan Bakker, 2004).

Dalam hal ini untuk memperkuat *employee engagement*, PT Cheil Jedang Indonesia dapat meningkatkan kebijakan yang terkait dengan *personal resources*, dalam hal ini PLEW (*personal life enhancement of work*), perusahaan perlu memperhatikan terkait *time balance* (keseimbangan waktu) misalnya pengaturan jam kerja yang lebih fleksibel, pengaturan *overtime* karyawan sehingga karyawan akan meningkatkan *personal life nya* yang dapat berdampak positif terhadap tingkat *employee engagement* karyawan dan akan berdampak pada peningkatan produktivitas karyawan itu sendiri di tempat kerja.

Employee Engagement terhadap Intention to Stay

Hasil Penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara *employee engagement* terhadap *intention to stay* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Berdasar Analisa regresi linier diperoleh koefisien regresi variabel *employee engagement* adalah 0,733 hal ini berarti terdapat hubungan positif antara *employee engagement* terhadap *intention to stay*. Semakin tinggi tingkat *engagement* karyawan akan berdampak pada semakin tingginya *intention to stay*. Nilai koefisien determinan (*R square*) dalam model regresi antara *employee engagement (EE)* terhadap *intention to stay (ITS)* adalah 0.461 hal ini dapat diartikan bahwa keragaman nilai pada variabel *intentions to stay* dipengaruhi oleh *employee engagement* sebesar 46,1%, sedang sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Baumruk dan Gorman (2006) yang menyatakan jika karyawan yang memiliki *engagement* yang tinggi pada perusahaan akan berdampak pada peningkatan perilaku umum, salah satunya yaitu *stay* (tetap tinggal) dengan kata lain karyawan akan tetap bekerja di organisasi walaupun ada peluang untuk bekerja di tempat lain. Shantz, Alfes & Latham (2016), yang melakukan penelitian dari

sebuah organisasi manufaktur di Inggris tentang hubungan antara *employee engagement*, komitmen organisasi dan *intention to stay*. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat *employee engagement* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to stay*, artinya semakin tinggi tingkat *employee engagement* maka *intention to stay* juga semakin tinggi.

Berdasar hasil penelitian ini, ada tujuh indikator *employee engagement* yang memiliki skor di bawah rata-rata dari dua belas indikator *employee engagement* berdasar instrument yang disusun oleh Gallup yaitu : penghargaan yang diterima karyawan atas prestasi kerjanya, adanya kepedulian atasan atau seseorang di tempat kerja, dukungan dari atasan atau rekan kerja untuk berprestasi, kesempatan karyawan untuk berkontribusi kepada perusahaan, komitmen karyawan terhadap hasil kerja, perhatian atasan yang diterima karyawan terhadap kemajuannya, dan kesempatan karyawan untuk berkembang (belajar dan tumbuh).

Berdasar kondisi saat ini PT Cheil Jedang Indonesia Jombang sudah menerapkan beberapa kebijakan yang mengarah ke peningkatan *employee engagement* karyawannya, berdasar penelitian ini ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi. PT Cheil Jedang Indonesia Jombang sudah menerapkan sistem *reward*, misalnya penghargaan *best employee* setiap bulannya, insentif pencapaian KPI setiap semester dan penghargaan atas ide atau usulan dari karyawan yang berdampak pada biaya atau produktivitas. Dalam hal pemberian reward ini perlu di tinjau tentang system pemilihan karyawan dan kriteria karyawan yang layak mendapatkan reward, begitu pula dengan reward insentif pencapaian KPI setiap semester, perlu ditinjau lagi kriteria dan target yang harus dicapai untuk masing-masing karyawan. Indikator lain yang perlu diperbaiki terkait kepedulian atasan (pimpinan) terhadap karyawannya, misalnya tentang kepedulian, *feedback* terhadap hasil kerja dan perkembangan karyawan. Diharapkan dengan beberapa perbaikan terhadap indikator *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang akan berdampak terhadap peningkatan *employee engagement* karyawan sehingga berdampak pada tingkat *intention to stay* yang semakin meningkat.

Persepsi *Work-Life Balance*, *Employee Engagement* dan *Intention to Stay* pada Karyawan Generasi X dan Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia terhadap *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay*. Hasil penelitian tentang perbedaan persepsi terhadap variabel *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* pada generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia akan dijelaskan dibawah ini.

***Work-Life Balance* Karyawan Generasi X dan Generasi Y PT Cheil Jedang Indonesia Jombang**

Berdasarkan hasil uji beda *two sample t-test* diperoleh nilai *p-value* 0.003 yang lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi terhadap *work-life balance* secara signifikan antara generasi X dan generasi Y pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Karyawan generasi X memiliki persepsi terhadap *work-*

life balance lebih tinggi (skor rata-rata 3.32) dibandingkan generasi Y (skor rata-rata 3.18) atau dapat dikatakan generasi X memiliki *work-life balance* lebih baik daripada generasi Y. Hal ini menunjukkan karyawan generasi Y memiliki ekspektasi terhadap *work-life balance* yang lebih tinggi daripada generasi X. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Meier, Austin dan Crocker (2010) dalam penelitiannya yang berjudul “*Generation Y in the workforce : Managerial Challenge*” menemukan bahwa generasi Y lebih memperhatikan aspek *work-life balance* dibandingkan generasi X, disamping itu generasi Y juga beranggapan bahwa hubungan baik dengan teman dan keluarga dapat meningkatkan kinerja pada generasi Y. Salah satu penyebab generasi Y memiliki kepedulian lebih terhadap *work life balance* adalah generasi Y dibesarkan oleh generasi X dan *baby boomers* yang bekerja keras 50-70 jam seminggu. Hal ini menyebabkan generasi Y menganggap hubungan sosial dan keluarga sebagai hal yang penting dan dapat mempengaruhi kinerja dari generasi Y (Meier, Austin, dan Crocker, 2010). Herachwati (2019) menyebutkan bahwa generasi Y memaknai *work-life balance* apabila empat kebutuhannya terpenuhi yaitu kebutuhan terhadap kekuasaan di domain pekerjaan , kebutuhan untuk pengembangan diri , kebutuhan terhadap kualitas hidup dan kebutuhan dukungan keluarga secara keseluruhan terpenuhi.

Penelitian ini juga melihat perbedaan persepsi generasi X dan generasi Y ditinjau dari empat variabel *work-life balance* berdasar konsep dari Fisher et al., 2009 .

- 1) Variabel *Work Interference with Personal Life (WIPL)*, Berdasar uji *two sample t-test* tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara karyawan generasi X dan generasi Y (*p-value* 0,101 yang lebih besar dari 0,05). Meskipun dari skor rata-rata generasi X memiliki skor lebih tinggi daripada generasi Y. Sehingga dapat diartikan tingkat *interference* (gangguan) domain pekerjaan terhadap domain kehidupan pribadi generasi X dan generasi Y tidak ada perbedaan yang signifikan. Hasil ini juga menunjukkan karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang mampu memahami tanggung jawab yang harus dikerjakan di perusahaan sebagai karyawan atau dengan kata lain karyawan dapat bekerja secara professional dalam lingkungan pekerjaannya.
- 2) Variabel *Personal Life Interference with Work (PLIW)*, Berdasar uji *two sample t-test* diperoleh bahwa terdapat perbedaan persepsi antara karyawan generasi X dan generasi Y terhadap variabel *personal life interference with work* (*p-value* 0,004 lebih rendah dari 0,05). Generasi X memiliki skor rata-rata lebih tinggi (skor rata-rata 3,30) dibandingkan generasi Y (skor rata-rata 3,14). Hal ini menunjukkan tingkat gangguan kehidupan pribadi terhadap pekerjaan pada generasi X lebih rendah daripada generasi Y. Dari penelitian ini, generasi Y saat bekerja merasa lebih khawatir terhadap berbagai kegiatan yang perlu dilakukan di luar pekerjaan (hobi, organisasi di masyarakat , keluarga). Hal ini menunjukkan karyawan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia memiliki karakter lebih dinamis, karena usianya lebih muda sehingga tidak hanya berpikir tentang pekerjaan, tetapi juga aktivitas lain di luar pekerjaan. Luntungan dkk (2014) menyebutkan generasi Y bersedia untuk memberikan kontribusi lebih dan jam kerja ekstra namun sangat sensitif terhadap

waktu pribadi yang telah dijadwalkan terlebih dahulu. Jadwal pribadi tersebut termasuk komitmen untuk berolahraga atau hobi, ataupun sekedar sosialisasi atau bertemu dengan komunitas atau teman kelompok.

- 3) Variabel *Work Enhancement of Personal Life (WEPL)*, Berdasar uji beda *two sample t-test* diperoleh bahwa terdapat perbedaan persepsi antara karyawan generasi X dan generasi Y terhadap variabel *work enhancement of personal life* (*p-value* 0,004 lebih kecil dari 0,05). Karyawan generasi X memiliki skor lebih tinggi (rata-rata 3,31) sedangkan generasi Y dengan skor lebih rendah (rata-rata 3,09). Hal ini menunjukkan karyawan generasi X lebih menganggap bahwa pekerjaan dapat memperkuat kehidupan pribadinya dibandingkan generasi Y. Perbedaan usia, perbedaan masa kerja dan perbedaan status pernikahan dapat menjadi penyebab hal ini.
- 4) Variabel *Personal Life Enhancement of Work (PLEW)*, Berdasar uji beda *two sample t-test* diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara generasi X dan generasi Y terhadap variabel *personal life enhancement of work* (*p-value* 0,064 lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan generasi X dan generasi Y memiliki persepsi yang sama terhadap *personal resources* terhadap *job demands (work)*. Dilihat dari skor indeks PLEW pada generasi X (rata-rata 3,39) dan generasi Y (rata-rata 3,28) menunjukkan ke dua generasi ini merasakan bahwa *personal resources* sangat mempengaruhi pekerjaan. Semakin tinggi skor *personal life enhancement of work (PLEW)* mengindikasikan semakin tinggi *personal life enhancement* terhadap pekerjaan dan semakin tinggi *work-life balance*. Baik generasi X dan generasi Y menginginkan adanya *time balance* dalam hal ini pengaturan jam kerja yang lebih fleksibel sehingga kehidupan pribadinya menjadi lebih berkualitas dan ini akan berdampak pada pekerjaan. Terutama generasi Y yang memiliki karakter fleksibilitas dalam penggunaan waktu dan lebih mementingkan hasil (*results oriented*) daripada sekedar proses (*time line*).

Employee Engagement Karyawan Generasi X dan Generasi Y PT Cheil Jedang Indonesia Jombang

Berdasar hasil uji beda *two sample t-test* diperoleh nilai *p-value* 0.011 yang lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan terdapat perbedaan signifikan terhadap *employee engagement* pada karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Karyawan generasi X memiliki skor rata-rata 3,34 dari maksimal 4.00 (kategori sangat tinggi) dan karyawan generasi Y memiliki skor rata-rata 3.18 dari maksimal 4.00 (kategori tinggi), atau dapat disimpulkan karyawan generasi Y memiliki tingkat *employee engagement* yang lebih rendah dibandingkan karyawan generasi X. Hasil penelitian tentang *trend global employee engagement* tahun 2016 menyebutkan terdapat perbedaan tingkat *engagement* pada tiga generasi yang berbeda, yaitu baby boomers dengan tingkat *employee engagement* 70%, generasi X dengan tingkat *employee engagement* 66% dan yang paling rendah adalah generasi Y dengan tingkat *employee engagement* 63% (Hewitt, 2016). Hasil yang sama juga diperoleh dari *Gallup's Global Workplace Analytics*, yang menyebutkan tentang suramnya *employee engagement* di Indonesia, hasilnya hanya 8% pekerja di Indonesia yang *feeling engaged* di pekerjaannya, hal ini salah satunya

disebabkan oleh munculnya generasi Y dalam dunia kerja yang rasionya cukup besar (Gallup,2015).

Hasil penelitian ini menunjukkan karyawan generasi Y memiliki skor yang lebih rendah dibandingkan dengan generasi X yaitu pada indikator dukungan atasan dan rekan kerja untuk berprestasi, kesempatan karyawan untuk berkontribusi terhadap kinerja perusahaan dan komitmen karyawan terhadap hasil kerja yang berkualitas. Berdasar hasil penelitian ini, perlu perhatian dan kepedulian atasan terhadap generasi Y. Dukungan atasan untuk perkembangan karyawan ini bukan hanya didasarkan pada kelemahan yang dilihat ada pada diri karyawan, tetapi atasan perlu juga mendukung agar karyawan dapat mengenali diri mereka sendiri sehingga karyawan akan paham sepenuhnya apa yang mereka butuhkan untuk dikembangkan berdasarkan kekuatan dan potensi yang sudah ada pada diri karyawan. Hal lain yang perlu mendapatkan perhatian pada generasi Y yaitu agar karyawan dapat mempunyai kesempatan yang sama dalam berkontribusi untuk perusahaan. Atasan harus lebih mau mendengar dan memproses ide yang telah diberikan karyawan lewat diskusi dan *brainstorming*, hal inilah yang akan membentuk apakah seorang pekerja merasa bernilai atau berkontribusi atau tidak. Peran atasan juga penting untuk meningkatkan komitmen hasil kerja yang berkualitas, dengan meningkatkan kepedulian dan *feedback* pada permasalahan yang ada, dengan memberi semangat untuk terus mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi oleh karyawan yang diharapkan tidak hanya dapat mengatasi permasalahan itu sendiri, tetapi juga memperbaiki proses agar menghindari permasalahan di masa depan.

***Intention to Stay* Karyawan Generasi X dan Generasi Y Karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang**

Beradasar hasil uji beda *two-sample t-test* dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat *intention to stay* (keinginan untuk menetap) karyawan generasi X dan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Karyawan generasi X memiliki skor *intention to stay* rata-rata 3,57 (sangat tinggi), sedang generasi Y memiliki skor rata-rata 3,22 (tinggi). Karyawan generasi X memiliki tingkat *intention to stay* lebih tinggi daripada generasi Y. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat *intention to stay* karyawan generasi Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang tergolong tinggi, hal ini dibuktikan dengan tingkat *turn over rate* di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang antara tahun 2015 – 2019 cukup rendah, rata-rata *turn over rate* hanya 1,24%. Apabila dikaitkan dengan perbedaan generasi, karyawan generasi X dengan tingkat *turn over rate* 21%, sedang generasi Y dengan tingkat *turn over rate* 79% (HR PT Cheil Jedang Indonesia Jombang). Hal ini perluantisipasi dari pihak manajemen agar tingkat *turn over rate* pada generasi Y bisa turun untuk masa yang akan datang, meskipun tingkat *turn over rate* karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang keseluruhan sangat rendah untuk saat ini. Tingkat *intention to stay* karyawan generasi X lebih tinggi daripada generasi Y juga dapat dilihat dari karakteristik demografi, karyawan generasi X (100%) telah menikah, sedang karyawan generasi Y (65,3%) menikah. Status pernikahan generasi

X (100%) ini membuat karyawan generasi X lebih memilih untuk *stay* dalam organisasi, tanggung jawab terhadap keluarga membuat karyawan generasi X untuk tidak pindah ke perusahaan lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa hasil penelitian lain terkait perbedaan generasi dan *intention to stay* karyawan. Data survey tahun 2016 yang dilakukan oleh Gallup "*How Millennials Wants to Work and Live*" menyebutkan bahwa sebesar 71% karyawan generasi Y tidak mau terikat secara aktif pada pekerjaan (Gallup, 2016). Data lainnya dari survey yang dilakukan Deloitte tentang generasi milenial menyebutkan bahwa hanya 27% generasi Y (milenial) yang memiliki keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi (Deloitte, 2016). Hal ini disebabkan karena karakteristik generasi Y (milenial) yang menyukai tantangan dan memiliki tolreansi kebosanan yang rendah sehingga menyebabkan mereka memiliki waktu karir yang lebih pendek dibandingkan generasi sebelumnya (Huybers, 2011).

Hasil penelitian tentang *intention to stay* pada generasi Y dari lima indikator, tiga indikator menunjukkan skor rata-rata yang lebih rendah dari generasi X, yaitu : karyawan tidak pernah berniat atau berpikir berhenti dari pekerjaannya, karyawan tidak pernah memikirkan dan mencari pekerjaan secara aktif di perusahaan lain dan karyawan tidak pernah meninggalkan pekerjaan sekarang meskipun ada tawaran menarik dari perusahaan lain. Hal ini menunjukkan keinginan untuk *stay* dari generasi Y lebih rendah dibandingkan generasi X. Usia generasi Y yang masih lebih muda, karakteristik generasi Y yang menyukai tantangan dan memiliki tingkat kebosanan yang rendah adalah beberapa penyebab. Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan kerja ("karyawan merasa puas dengan pekerjaan sekarang") adalah sangat tinggi baik pada generasi X (rata-rata 3.47 dari maksimal 4.0) dan pada generasi Y (rata-rata 3.28 dari maksimal 4).

KESIMPULAN

- 1) *Work-life balance* secara simultan berpengaruh positif terhadap *employee engagement* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Keragaman nilai pada *employee engagement* dapat dijelaskan oleh empat variabel *work-life balance* yaitu *work interference with personal life*, *personal life interference with work*, *work enhancement for personal life* dan *personal life enhancement of work* sebesar 48,5%, sedang sisanya sebesar 51,5% dijelaskan oleh faktor lain. Secara parsial pengaruh masing-masing variabel *work-life balance* terhadap *employee engagement* adalah *personal life interference with work* (PLIW) berpengaruh 8,4% , *work interference with personal life* (WIPL) berpengaruh 6,1%, *work enhancement of personal life* (WEPL) berpengaruh 4,1% dan *personal life enhancement of work* (PLEW) berpengaruh 3,9%.
- 2) *Employee engagement* berpengaruh positif terhadap *intention to stay* pada karyawan PT Cheil Jedang Indonesia Jombang. Keragaman nilai pada *intention to stay* dipengaruhi oleh *employee engagement* sebesar 46,1%, sedang sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

- 3) Terdapat perbedaan persepsi terhadap *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* pada karyawan generasi X dan Y di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang

Implikasi Manajerial

- 1) **Work-Life Balance di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang**
 - a. PT Cheil Jedang Indonesia Jombang tetap mempertahankan kebijakan yang terkait dengan *work-life balance policy* yang sudah ada misalnya kebijakan lima hari kerja untuk karyawan *daytime*, budaya pulang *on time* meskipun baru satu hari/minggu untuk karyawan *daytime*, kegiatan *family gathering* (setiap tahun), kegiatan olah raga bersama antara manajemen dan karyawan dan mendukung kegiatan hobi yang dilakukan oleh karyawan melalui organisasi forum karyawan (bersepeda, naik gunung dan lainnya)
 - b. Adanya dukungan level supervisor up terhadap *work-life balance* pada karyawan, misalnya menyediakan waktu khusus untuk mendengarkan permasalahan karyawan terkait kehidupan dan pekerjaan, memberikan intervensi apabila ada karyawan yang mengalami konflik pekerjaan dan kehidupan pribadi dan menjadi *role model* terkait *work-life balance* yaitu adanya kepedulian pada aspek keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan.
 - c. Ke depannya , manajemen juga bisa menerapkan model *job flexibility*, untuk memberikan ruang berekspresi dan fleksibilitas karyawan dalam menjalankan tugas, disamping memberikan target dan prosedur kerja yang telah ditetapkan.
- 2) **Employee Engagement, Intention to Stay di PT Cheil Jedang Indonesia Jombang**
 - a. Keberadaan generasi Y yang mayoritas dan memiliki karakter khusus tidak menutup kemungkinan bisa menimbulkan konflik dengan generasi X apabila perusahaan tidak mempersiapkan secara khusus para supervisor up yang bisa sebagai mentoring dan *role model* terhadap potensi konflik dari perbedaan generasi dalam satu team.
 - b. Perusahaan lebih mengoptimalkan peran *coaching*, *counselling* untuk lebih meningkatkan tingkat kepedulian atasan terhadap karyawan,
 - c. Perusahaan secara kontinyu memberikan training baik yang bersifat *softskill* (*motivation*, *leadership*) maupun *hardskill* yang terkait dengan masalah teknis.
 - d. Perusahaan dalam hal ini *Human Resources* perlu melakukan pembenahan dalam aspek perencanaan *man power*, yang bertujuan agar upaya untuk mendapatkan (*attracting*), mempertahankan (*retaining*) dan mengikat (*engaging*) karyawan , terutama generasi Y dan generasi selanjutnya direncanakan dengan lebih matang, termasuk perencanaan sistem karir dan pengembangannya, hal ini terkait dengan karakter generasi Y dalam hal *intention to stay*

Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini dilakukan dengan metode sampel bukan keseluruhan populasi. Hal ini dikarenakan kondisi saat dilakukan penelitian ini, perusahaan sedang

menerapkan *physical distancing* yang ketat, terkait *pandemic Covid – 19* di Indonesia. Sehingga kuesioner dengan *system online* ke karyawan secara acak dan tidak bisa bertatap muka secara langsung

- b. Responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki, hal ini sesuai dengan karakter populasi sebagian besar karyawan adalah laki-laki (95,8%), sehingga persepsi *work life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* dalam penelitian ini hanya menggambarkan jenis kelamin laki-laki.

Arah Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan terhadap variabel *work-life balance*, *employee engagement* dan *intention to stay* pada level jabatan yang berbeda mulai dari tingkat *worker* sampai *manager* dan dengan jenis kelamin yang lebih heterogen
- b. Perlu ditambahkan variabel mediasi atau moderasi untuk mengetahui variabel lain yang dapat memperkuat atau memperlemah, baik antara *work-life balance* dan *employee engagement* maupun antara *employee engagement* dan *intention to stay*
- c. Dalam melakukan penyebaran *online*, penelitian selanjutnya juga dapat memberikan *reminder notification* terhadap responden penelitian untuk meningkatkan jumlah sampel penelitian.

REFERENSI

- Andriani, P. (2017). *Pengaruh Dimensi Work Life Balance terhadap Keterlekatan Karyawan Generasi X dan Y di Indonesia*. Institut Pertanian Bogor (<https://repository.ipb.ac.id>).
- Angie R Skelton, D. N. (2018). Predicting manufacturing employee turnover intentions . *Journal of Economic, Finance and Administrative Science Emerald Publishing Limited*.
- Armstrong, M. (2009). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice (11th Edition)*. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2018). *Profil Generasi Milineal Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak & BPS .
- Bakker, A., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands - Resources Model : State of the Art. *Journal of Managerial Psychology*. Vol 22 No.3, 309 - 328.
- Banu, S., & Vadivel, S. (2019). *A relationship Between Work Life Balance and Job Performance of Employees*. *International Journal of Human Resource Management and Research (IJHRMR)*, Vol. 9, Issue 2, Apr 2019, 53-58.
- Baumruk, R., & Gorman , B. (2006). Why managers are crucial to increasing engagement: Identifying steps. *Strategic HR Review Vol 5 issue 2, 24-27*.
- Beutell, J. H. (1985). Sources of Conflict between Work and Family Roles. *The Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 1, 76-88.
- Bindu, P. (2017). Engaging the diverse workforce – An Empirical study of Generation X and Y. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*, Vol. 7 Issue 4, pp. 14~25.
- Brombacher, A.-L. M. (2014). *The Relation Between Work-life Balance Crafting, Work Engagement and Life Satisfaction of Dual-earner couples*. Master Thesis Work and

- Organizational Psychology Faculty of Behavioural and Social Sciences University of Utrecht.
- Clark, S. C. (2000). Work/Family Border Theory: A New Theory of Work/Family Balance. *Human Relations* 2000 53 (6), 747-770.
- Corporate Leadership Council. (2004). *Driving Performance and Retention through Employee Engagement*. Pennsylvania, Washinton DE: Corporate Executive Board.
- Dale Carnegie. (2017). *Global Leadership Study 2017*. USA: Dale Carnegie Training.
- Deloitte Indonesia. (2019). *Generasi Milenial dalam Industri 4.0 Berkah bagi Sumber Daya Manusia Indonesia atau Ancaman?* Jakarta: Deloitte Indonesia.
- Demerouti, E., Peters, M. C., & Van Der Haijden, B. I. (2012). Work Family Interface from a life and career stage perspective : The Role of Demands and Resources. *International Journal of Psychology* 47:4, 241-248.
- Dwi Larasati, N. H. (2019). The Effects of Work-Life Balance towards Employee Engagement in Millinneal Generation. *4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPC 2018)*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), volume 304.
- Fatimah, H., Dharmawan, A. H., sunarti, E., & Efendi, J. (2015). Pengaruh Faktor karakteristik Individu dan Budaya Organisasi terhadap Keterikatan Pegawai Generasi X dan Y. *Jurnal Aplikasi Manajemen* (13,3), 402-409.
- Fernandes, K. K. (2018). Impact of Employee Engagement on an employee intention to Stay at Rayoner Hospital. *Iternational Journal of Computer & Mathematical Science (IJMS) Vol 7 Issue 3*.
- Fisher, G. G., Bulger, C. A., & Bulger, C. A. (2009). Beyond Work and Family : A Measure of Work / Nonwork Interference and Enhancement. *Journal of Occupational Health Psychology, Vol 14, 441-456*.
- Gallup. (2012). *Employee Engagement Survey : Gallup Questions*. ATC Supplying Innovation.
- Gallup. (2015). Gallup Asia Summit Shanghai April 6-8. *Building High Performance Organization* (p. 34). Shanghai: Gallup Inc.
- Galup . (2016). *Five Ways to Improve Employee Engagement Now*. Gallup Inc.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Greenhaus , & Beutell, N. J. (1985). Sources of Conflict between Work and Family Roles. *The Academy of Management Review, Vol. 10, No. 1, 76 - 88*.
- Greenhaus, Collins, & Shaw. (2003). The relation between work-family balance and quality of life . *Journal of vocational behavior* 63 (3), 510-531.
- Greenhaus, J. H. (2002). Work Family Conflict . *Journal of The Academy of Management Review, 45, 1-9*.
- Hamida Abd El Samie, H. S. (March 2017). Investigating the Relationship between Work Life Balance and Employee Engagement among Flight Attendants. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality, Vol 11 No (1/2)*.

- Hayman, J. (2005). Psychometric Assessment of an Instrument Designed to Measure Work Life Balance,. *Research and Practice in Human Resource Management*, 13(1), 85-91.
- Herachwati, N. (2019). *Work Life Balance pada Generasi Y di Indonesia (Disertasi Tesis)*. Surabaya: <http://lib.unair.ac.id>.
- Hermawan, P. (2016). *Corporate Culture for Employee and Organizational Engagement*. PPSDM Consultant.
- Hermin Fatimah, A. H. (2015). Pengaruh Faktor Karakteristik Individu dan Budaya Organisasi terhadap Keterikatan Pegawai Generasi X dan Y. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Vol 13 No.3* .
- Hewitss, A. (2017). *2017 Trends in Global Employee Engagement*. AON Empower Results.
- Hewitt. (2004). *Strategies for Cost Management of the HR Function. Timely Topics Survey Results*. Hewitss Associates.
- Hewitt, A. (2015). *2015 Trends in Global Employee Engagement Making engagement happen*. AON PLC Publisher.
- Hom, P. W. (2017 Vol 102 No.3). One Hundred Years of Employee Turnover Theory and Research. *Journal of Applied Psychology*, 530 - 545.
- Huybers, C. M. (2011). *The recruitment and retention of generation Y*. Published Thesis, University of Winconsin; <http://www2.uwstout.edu/content/lib/thesis/2011/2011huybersc.pdf> (22 April 2020).
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta; BPFE Yogyakarta.
- Johanim Johari, T. F. (2012 Vol 6 issue :2). Promoting Employee Intention to Stay : Do Human Resource Management Practices Matter? *Journal of Economics and Management* , 396 - 416.
- Kohll, A. (2018). *The 2018 Global Talent Trends study; What Employees Really Want At Work*. Forbes.com.
- Kort, M. d. (2016). *The Relationship Between Work-life Balance, Work Engagement and Participation in Employee Development Activities:A moderated mediation model*. Master Thesis Human Resource Studies Faculty of Social and Behavioral Science Tilburg University.
- Lockett, K. (2008). *Work Life Balance for Dummies*. Milton Australia: Wiley Publishing Australia PTy Ltd.
- Louse P Parkes, P. H. (2008). Work life balance or work life alignment? A test of the importance of work life balance for employee engagement and intention to stay in organization. *Journal of Management & Organization Vol 14 Issue 03*, 267 - 284.
- Luntungan, I., Vitalaya, A., Hubeis, Sunarti, E., & Maulana, A. (2014). Strategi Pengelolaan Generasi Y di Industri Perbankan. *Jurnal Manajemen Teknologi Vol 13 No. 2*, 219 - 240.

- Marais, E., Klerk, M. d., Nel, J. A., & Beer, L. d. (2014). The Antecedents and Outcomes of Work - family Enrichment among Female Workers. *Journal of Industrial Psychology* , 40 (1), 14 pages.
- Marjan Fayyazi, F. A. (2015 Vol 51). The Impact of work life balance on employee job satisfaction and turnover intention; the moderating role of continuance commitment. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 33 - 41.
- McBain, R. (2007). The practice of engagement: Research into current employee engagement practice. *HR Review*, Vol. 6 Iss 6 , 16-19.
- McCrandle, M. (2006). *New Generations at Work: Attracting, Recruiting, Retraining & Training Generation Y*. McCrandle Research.
- Meier, J., Austin, & Crocker, M. (2010). Generation Y in the Workforce: Managerial Challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning* Vol. 6, Num. 1, 68-78.
- Mobley, Stanley, & Hollingsworth. (1978). An Evaluation of Precursors of Hospital Employee Turnover. *Journal of Applied Psychology* Vol.63 No.4, 408 - 414.
- Mobley, W. H. (1997). *The Linkage of Relationship Between Job Satisfaction and Employee Turnover*. *Journal of Applied Psychology*, 62(2), 237-249.
- Mollinda Aginza Hawa, H. N. (2018). Hubungan antara Work Life balance dan Loyalitas Karyawan Pada PT Hanil Indonesia Boyolali. *Jurnal Empati, Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro* Vol 7, 424-429.
- Nor Siah Jaharuddin, L. N. (2019 Vol 13 No.1). The Impact of Work Life Balance on Job Engagement and Turnover Intention. *The South East Asian Journal of Management*, 106 - 118.
- Oludayo, Falola, Obianuju, A., & Demilade, F. (2018). Work-Life Balance Initiative As a Predictor of Employees Behavioural Outcomes. *Academy of Strategic Management Journal*, Volume 17, Issue 1, 1-17.
- Osorio, D. B., Aguado, L. M., & Villar, C. (2014). The Impact of Family and Work-Life Balance Policies on the Performance of Spanish Listed Companies. *Management* Vol 17 (4), 214-236.
- Prasetya, B. E. (2016). Bervagai Upaya Yang Bisa Dikembangkan di Indonesia untuk Mencapai Work Family Balance. *Seminar Nasional Psikologi Indigenous Indonesia " Kebhinekaan dan Masa Depan Indonesia. Peran Ilmu Sosial dalam Masyarakat*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Rinchy V Mathew, N. P. (2010). An Empirical Analysis of the Impact of Various Dimensions of Work Life Balance on Organizational Commitment among Service Sector Employees in India. *International Journal of Management Studies (IJMS)* 17 (1), 129 -147.
- Schabracq, M. J. (2003). *The handbook of work and health psychology*. England: John Wiley & Sons.
- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior* 25, 293-315.

- Shahid, A. (2018 Vol 10 No.4). Employee Intention to Stay : An environment Based on Trust and Motivation. *Journal of Management Research*.
- Shantz, A., Alfes, K., & Latham, G. (2016). The buffering effect of perceived organizational support on the relationship between work engagement and behavioral outcomes. *Human Resource Management*, 55(1), 25–38.
- Shekhar, T. (2016). Work life Balance & Employee Engagement- Concepts revisited. *International Journal of Education and Psychological Research (IJEPR) Vol 5 , Issue 1*, 32-34.
- Shobitha Poulose, S. N. (2014). Work Life Balance: A Conceptual Review. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 01-17.
- Smola, K., & Sutton, C. (2002). *Generational Differences: Revisiting Generational Work Values for the New Millenium*. *Journal of Organizational Behavior* 23, 363–382 .
- Sulistiawan, J. (2017). Work - family conflict and satisfaction : A job demand-resources model perspective. *The 2nd Global Conference on Business management and entrepreneurship (GCBME)*. CRC Press.
- Towers Watson. (2014). *Global Workforce study : Global Trends in Employee Attraction, Retention and Engagement*. Willis Towrrs Watson .
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wayne, J. H., Musisca, N., & Fleeson, W. (2004). Considering the role of personality in the work–family experience: Relationships of the big five to work–family conflict and facilitation. *Journal of Vocational Behavior*, Vol 64 issue 1, 108 - 130.
- Welly, V. L. (2014). Measuring the level of employee engagement using Q12 Gallup. *Journal of Business and Management Vol.3 No.8*, 904-912.
- Wong, M., Gardiner, E., Lang, W., & Coulon, L. (2008). Generational Differences in Personality and Motivation. *Journal of Managerial Psychology* , Vol. 23 No. 8, 878-890.
- Zhao, L., & Zhao, J. (2017). A Framework of Research and Practice:Relationship between Work Engagement,Affective Commitment, and Turnover Intentions. *Open Journal of Social Sciences*, 5, 225-233.

PENGARUH CO-BRANDING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND EQUITY PADA PRODUK INDOMIE HYPE ABIS CHITATO

Lia Faizatul Imamah, Rachmad Hidayat

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
liafaizatul.imamah@gmail.com, rachmad.hidayat.fe@um.ac.id

ABSTRACT

This study uses descriptive and explanatory research designs with a quantitative approach. The sample in this study respondents were people who knew Indomie Hype Abis Chitato product, had the intention to buy, and were domiciled in Malang City. Determination of the sample used was purposive sampling, with a total sample of 206 respondents who had previously been calculated with the infinite population formula. Analysis of the data used is descriptive statistical analysis and path analysis. The results of this study show that: (1) co-branding has a positive and significant direct effect on brand equity, (3) brand equity has a positive and significant direct effect on purchase intention, (4) co-branding has no significant effect on purchase intention, (5) co-branding has an indirect effect on purchase intention through brand equity.

Keywords: Co-Branding, Purchase Intention, Brand Equity

LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan zaman perkembangan industri pangan di Indonesia sangatlah pesat, sehingga persaingan industri pangan saat ini menjadi semakin ketat, dimana saat ini semakin banyak produk-produk baru yang diciptakan oleh perusahaan, baik perusahaan baru ataupun perusahaan yang telah lama berdiri. Melalui inovasi dan pengembangan produk yang sesuai dengan kondisi saat ini maka suatu perusahaan akan mampu menjalankan keberlanjutan bisnisnya. Kemampuan dalam membaca keinginan dan minat masyarakat akan menjadi kunci dalam melakukan inovasi produk.

Potensi mie instan di pasaran saat ini sudah cukup baik. Salah satu produsen mie instan di Indonesia adalah PT. Indofood. Indomie, Sarimie, Supermie, dan PopMie merupakan produk dari PT. Indofood. Perkembangan produk mie dari PT. Indofood cukup baik, hal tersebut karena perusahaan tersebut mampu menerjemahkan keinginan dan minat masyarakat dari masa ke masa. PT. Indofood terus berinovasi dalam mengembangkan berbagai varian dari produk mie instan yang dihasilkannya untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggannya.

Indofood mencoba terus memperluas serta mempertahankan pangsa pasarnya dengan mengeluarkan mie instan varian baru yang disebut Hype Abis. Salah satu produk Indomie dari varian Hype Abis adalah Indomie Hype Abis Chitato, yang mana mie instan ini hasil kolaborasi dari Indomie Goreng dengan Chitato Rasa Sapi Panggang, yang akrab disebut dengan Indomie Hype Abis Chitato.



Gambar 1 Produk *co-branding* Indomie Hype Abis Chitato

Banyak berbagai strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk mempertahankan siklus hidup produknya. Salah satu pilihan strategi yang dapat diterapkan adalah strategi kolaborasi (*co-branding*). *Co-branding* merupakan salah satu strategi yang menggabungkan dua merek yang sudah ada di pasaran sehingga mampu menjadi merek yang unggul. Menurut Park (1996) dalam Washburn (2000), *co-branding* merupakan kombinasi dari dua merek atau lebih untuk menciptakan suatu produk baru dan unik. Sedangkan menurut Leuthesser (2003) dalam Ramdhani, et al (2018), *co-branding* merupakan segala pemasangan dari dua merek dalam konteks pemasaran seperti periklanan, produk, penempatan produk, outlet dan distribusi.

Salah satu sikap yang menunjukkan perilaku seseorang dalam membeli produk adalah *purchase intention*. *Purchase Intention* merupakan tahapan yang dilalui calon pembeli dalam bertindak. Tahapan tersebut sangat menentukan calon pembeli untuk membeli ataupun tidak membeli. Menurut Howard & Seth (1969) dalam Priansa (2017:164), minat pembelian merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Sedangkan menurut Assael (2002) dalam Priansa (2017:164), *purchase intention* merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu merek atau mengambil suatu tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen tersebut melakukan pembelian.

Minat pembelian calon pembeli merupakan masalah yang sangat kompleks, akan tetapi bagian pemasaran harus memperhatikan hal tersebut. Adanya stimulus yang diberikan oleh perusahaan akan dapat memunculkan minat pembelian calon konsumen. Perasaan senang karena pemusatan perhatian pada suatu produk, hal tersebut dapat menimbulkan keinginan dan keyakinan akan barang tersebut, sehingga timbul keinginan memiliki dengan membayarkan sejumlah uang (Priansa, 2017: 164).

Park (1996) dalam Washburn (2000), *co-branding* merupakan kombinasi dari dua merek yang sudah ada di pasaran untuk menciptakan pruduk baru yang unik. Sedangkan menurut Leuthesser (2003) dalam Ramdhani, et al (2018), *co-branding* merupakan segala pemasangan dari dua merek dalam konteks pemasaran seperti periklanan, produk, penempatan produk, outlet dan distribusi.

Kotler (2010:25), *co-branding* pemasaran sering menggunakan produk perusahaan dengan produk dari perusahaan lain dengan berbagai cara. Dalam *co-branding* atau

penguatan merek gabungan (*brand bundling*) dua atau lebih merek terkenal digabungkan menjadi satu produk bersama atau lebih merek terkenal digabungkan menjadi satu produk bersama atau dipasarkan bersama dalam beberapa cara. Ramdhani, et al (2018), mengemukakan bahwa *co-branding* merupakan salah satu solusi serta alternatif jalan keluar dua perusahaan untuk menghadapi ketatnya persaingan dalam memasarkan produk. Co-branding dapat menjadi solusi dari problem pemasaran, seperti semakin tingginya ekspektasi konsumen serta murahnya produk tiruan yang ada.

Salah satu faktor penting dalam tercapainya tujuan perusahaan tidak lepas dari brand equity. Suatu perusahaan yang berkeinginan dalam memenangkan persaingan harus mengetahui seberapa besar ekuitas merek yang dimilikinya. Kuatnya dari ekuitas merek dapat membuat produk tersebut berkembang dan bertahan dalam persaingan. Aaker (1991) dalam Sadat (2009: 163-164), ekuitas merek merupakan serangkaian asset dan kewajiban yang terkait dengan sebuah merek, nama, dan simbol yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan sebuah produk atau jasa kepada perusahaan dan/atau pelanggan perusahaan tersebut.

Kapferer (1996) dalam Kurniawan, et al (2013), dari sudut pandang konsumen brand equity adalah bagian dari daya tarik kepada suatu produk dari sebuah perusahaan yang ditumbuhkan bukan dari atribut produk itu sendiri melainkan dari iklan, pengalaman konsumsi aktivitas lain, hal-hal semacam ini dapat mengembangkan asosiasi dan hubungan dekat antara merek dan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa *brand equity* merupakan janji yang diberikan suatu merek yang kuat sehingga konsumen memiliki kepuasan lebih apabila dibandingkan dengan menggunakan produk pesaingnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode descriptive research dan explanatory research. Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh antar variabel co-branding (X) terhadap purchase intention (Y) melalui brand equity (Z). Responden penelitian ini merupakan konsumen mie instan di Kota Malang. Populasi pada penelitian ini adalah infinite population, yaitu konsumen mie instan yang pernah melakukan pembelian produk mie instan merek apapun sebanyak ≥ 3 kali dalam satu bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan non probability sampling, teknik purposive sampling digunakan dalam penentuan sampel. Adapun kriteria dari responden: (1) orang yang mengetahui produk co-branding Indomie Hype Abis Chitato, (2) konsumen mie instan yang memiliki minat untuk membeli produk co-branding Indomie Hype Abis Chitato, (3) konsumen mie instan yang berdomisili di Kota Malang, (4) responden merupakan anggota dari grup/komunitas pecinta kuliner di Kota Malang. Besarnya sampel sejumlah 206 responden. Analisis jalur atau *path analysis* digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dengan bantuan program SPSS 25 for Windows.

Tabel 1 Tabel Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Co-Branding (X) Senechal, Georges, & Pernin (2013)	1. <i>Perceived Similarity</i> 2. <i>Image Fit</i>
Purchase Intention (Y) Wu & Chang (2016)	1. Akan mempertimbangkan membeli produk 2. Kemungkinan besar akan membeli produk 3. Bersedia membeli produk untuk memenuhi kebutuhan 4. Siap untuk merekomendasikan produk kepada teman 5. Akan berusaha mencari informasi tentang produk
Brand Equity (Z) Lee & Leh (2011)	1. <i>Brand Awareness</i> 2. <i>Brand Perceived Quality</i> 3. <i>Brand Association</i> 4. <i>Brand Loyalty</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Blok 1 Pengaruh Langsung Co-Branding (X) terhadap Brand Equity (Z)
 Tabel 2 Hasil Analisis Pengaruh Co-Branding (X) Terhadap Brand Equity (Z)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,793 ^a	0,629	0,627	3,9830

a. Predictors: (Constant), Co-Branding (X)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,883	0,158		5,595	0,000
	Co-Branding (X)	0,775	0,041	0,793	18,600	0,000

a. Dependent Variable: Brand Equity (Z)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat dirumuskan persamaan Blok I sebagai berikut.

$$Z = \rho_{zx} X + e_1$$

$$Z = 0,793 X + e_1$$

$$Z = 0,793 X + 0,609$$

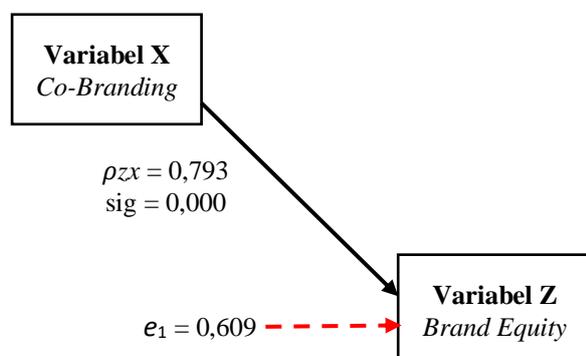
Persamaan struktur Blok I dapat dijelaskan sebagai berikut.

Beta (ρ_{zx}) = 0,793 merupakan koefisien regresi yang terstandarkan dari variabel X, yang bermakna *brand equity* (Z) dapat dijelaskan oleh co-branding (X) sebesar 0,793.

e_1 (pengaruh error) = variabel yang tidak teridentifikasi (error) dapat dihitung sebagai berikut.

$$\rho e_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,629} = 0,609$$

Pengaruh error pada persamaan struktural blok I sebesar 0,609 atau 60,9%, maka yang bermakna bahwa hasil perhitungan hanya mampu menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 39,1%, sisanya sebesar 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.



Gambar 2 Model Blok I Co-Branding (X) Terhadap Brand Equity (Z)

Analisis Blok II Pengaruh Langsung *Co-Branding* (X) dan *Brand Equity* (Z) terhadap *Purchase Intention* (Y)

Tabel 3 Hasil Analisis Pengaruh Co-Branding (X) dan Brand Equity (Z) Terhadap Purchase Intention (Y)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	0,770 ^a	0,593	0,589	0,44181	
a. Predictors: (Constant), Brand Equity (Z), Co-Branding (X)					
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	0,642	0,188	3,416	0,001
	Co-Branding (X)	0,093	0,074	1,259	0,209
	Brand Equity (Z)	0,733	0,078	9,439	0,000
a. Dependent Variable: Purchase Intention (Y)					

Berdasarkan hasil analisis Tabel 3 dapat dirumuskan persamaan Blok II sebagai berikut.

$$Y = \rho_{yx} X + \rho_{yz} Z + e_2$$

$$Y = 0,093 X + 0,649 Z + e_2$$

$$Y = 0,093 + 0,649 + 0,637$$

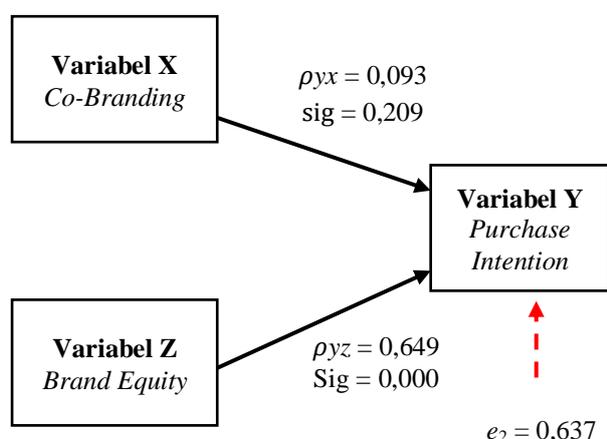
Persamaan struktur Blok II dapat dijelaskan sebagai berikut.

Beta (ρ_{yx}) = 0,093 merupakan koefisien regresi yang terstandarkan dari variabel X, yang bermakna purchase intention (Y) dapat dijelaskan oleh co-branding (X) sebesar 0,093.

Beta (ρ_{yz}) = 0,649 merupakan koefisien regresi yang terstandarkan dari variabel Z, yang bermakna *purchase intention* (Y) dapat dijelaskan oleh *brand equity* (Z) sebesar 0,649.
 e_2 (pengaruh error) = variabel yang tidak teridentifikasi (error) dapat dihitung sebagai berikut.

$$\rho_{e_2} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,593} = 0,637$$

Pengaruh error pada persamaan struktural blok II sebesar 0,637 atau 63,7%, yang bermakna bahwa hasil perhitungan hanya mampu menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 36,3%, sisanya 63,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.



Gambar 3 Model Blok II Co-Branding (X) dan Brand Equity (Z) Terhadap Purchase Intention (Y)

Pengaruh Tidak Langsung Co-Branding (X) Terhadap Purchase Intention (Y) Melalui Brand Equity (Z)

Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) variabel co-branding (X) terhadap variabel *purchase intention* (Y) melalui variabel *brand equity* (Z) sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{PTL} &= (\rho_{zx} \times \rho_{yz}) \\ &= 0,793 \times 0,649 \\ &= 0,515 \end{aligned}$$

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan *co-branding* (X) terhadap *purchase intention* (Y) adalah dengan nilai beta sebesar 0,093. Sedangkan pengaruh tidak langsung *co-branding* (X) terhadap *purchase intention* (Y) melalui *brand equity* (Z) dari hasil perhitungan di atas yakni sebesar 0,515 atau 51,5%. Hasil dari perhitungan diketahui nilai pengaruh langsung sebesar 0,093 dan nilai pengaruh tidak langsung 0,515 artinya nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung, sehingga dapat dikatakan variabel *brand equity* (Z) berfungsi sebagai variabel intervening dalam hubungan pengaruh variabel *co-branding* (X) terhadap variabel *purchase intention* (Y).

Pengaruh Total

Pengaruh total variabel *co-branding* (X) terhadap variabel *purchase intention* (Y) melalui variabel *brand equity* (Z) sebagai berikut.

$$\begin{aligned}PT &= p_{yx} \times PTL \\ &= 0,093 + 0,515 \\ &= 0,608\end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan pengaruh total *co-branding* (X) terhadap *purchase intention* (Y) melalui *brand equity* (Z) sebesar 0,608 atau 60,8%.

Pemeriksaan Validitas Model

Total keberagaman data yang didapat dijelaskan oleh model diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\begin{aligned}R^2m &= 1 - p^2e_1 \cdot p^2e_2 \\ &= 1 - (0,609)^2 \cdot (0,637)^2 \\ &= 1 - (0,370) \cdot (0,405) \\ &= 1 - 0,149 \\ &= 0,851\end{aligned}$$

Dari hasil di atas hasil analisis dapat menjelaskan 85,1% informasi yang terkandung dalam data yang dikaji, sebesar 14,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

H1: *Co-Branding* berpengaruh secara langsung terhadap *Brand Equity*, dapat menunjukkan koefisien beta X terhadap Z sebesar 0,793 dengan nilai t_{hitung} sebesar 18,600 ($t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1,97) dan nilai sig sebesar 0,000 ($sig < \alpha$ yaitu 0,05).

H2: *Brand Equity* berpengaruh secara langsung terhadap *Purchase Intention*, menunjukkan bahwa koefisien beta Z terhadap Y sebesar 0,649 dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,439 ($t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1,97) dan nilai sig sebesar 0,000 ($sig < \alpha$ yaitu 0,05).

H3: *Co-Branding* berpengaruh secara langsung terhadap *Purchase Intention*, menunjukkan bahwa koefisien beta X terhadap Y sebesar 0,093 dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,259 ($t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 1,97) dan nilai sig sebesar 0,209 ($sig > \alpha$ yaitu 0,05).

H4: Terdapat pengaruh tidak langsung antara *Co-Branding* terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Equity*, dengan kekuatan pengaruh tidak langsung sebesar 0,515. Lalu untuk membuktikan bahwa variabel Z dapat menjadi variabel mediasi bagi kedua variabel lainnya dilakukanklah uji sobel dengan hasil menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan sobel test diatas mendapatkan nilai z sebesar 8,414, karena nilai z yang diperoleh sebesar $8,414 > 1,97$ dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa *brand equity* mampu memediasi hubungan pengaruh *co-branding* terhadap *purchase intention*.

Pembahasan

Co-branding merupakan kolaborasi antara dua brand menjadi satu produk baru, yaitu kolaborasi dari Indomie dan Chitato menjadi produk baru Indomie Hype Abis Chitato. Berdasarkan hasil analisa yang telah dijabarkan, jawaban responden bervariasi pada setiap itemnya. Adapun 2 indikator dari *co-branding* adalah (1) *perceived similarity* dan (2) *image fit*. Pada indikator *perceived similarity* yang menunjukkan rata-rata mean sebesar 3,82 yang tergolong baik, dapat diartikan bahwa produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato baik dimata konsumen.

Purchase intention salah satu bentuk rasa senang yang ditunjukkan oleh konsumen karena adanya perhatian khusus terhadap suatu produk. Dari rasa senang tersebut berkembang menjadi adanya minat untuk memiliki produk tersebut. Minat terhadap produk tersebut didasarkan pada keyakinan bahwa produk tersebut akan memberikan manfaat bagi konsumen. Adanya keyakinan akan manfaat terhadap suatu produk akan membuat konsumen untuk membeli produk tersebut. Tanggapan responden atas item-item pernyataan atas *purchase intention* pada produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato menunjukkan rata-rata mean sebesar 3,76 yang tergolong baik. Dapat diartikan bahwa para konsumen berminat untuk melakukan pembelian pada produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato.

Brand equity suatu produk dapat menunjukkan tingkat dari kekuatan merek tersebut dipasaran. Brand equity yang kuat akan mampu menambah nilai dari merek tersebut. Sebaliknya jika brand equity produk tersebut rendah maka akan mengurangi nilai dari merek tersebut. Brand equity yang kuat akan mampu mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil nilai rata-rata pendapat responden atas item-item pernyataan atas brand equity produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato menunjukkan rata-rata mean sebesar 3,77 yang mana nilai ini dalam kategori baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *brand equity* produk Indomie Hype Abis Chitato di mata konsumen baik.

Hasil penelitian, diketahui bahwa variabel *co-branding* berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap variabel *brand equity* pada produk Indomie Hype Abis Chitato. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Kurniawan, et al (2013), menunjukkan bahwa *co-branding* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand equity*. Penelitian ini didasarkan pada strategi *co-branding* yang dilakukan oleh Daihatsu dan Toyota. Hasil dari *co-branding* tersebut menghasilkan dua produk identik yaitu Daihatsu Xenia dan Toyota Avanza. Hasil penelitian ini menunjukkan *co-branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity*.

Selanjutnya dalam penelitian Warraich, et al (2014), *co-branding* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand equity*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi merek ekuitas tinggi memperkuat citra merek gabungan. Ini juga membuktikan bahwa ketika merek ekuitas tinggi dikombinasikan dengan merek ekuitas rendah itu menambah citra merek gabungan. Strategi *co-branding* merupakan strategi untuk meningkatkan ekuitas merek, dalam penelitian ini dijelaskan bahwa *co-branding* meningkatkan citra merek terlepas dari ekuitas merek rendah atau tinggi. Merek dengan ekuitas tinggi tidak akan terdepresiasi ketika dipasangkan dengan merek ekuitas rendah.

Merek dengan ekuitas tinggi lebih kebal terhadap persepsi negatif dan mengalihkan kekebalannya ke merek dengan ekuitas rendah.

Brand yang memiliki *brand equity* yang kuat akan membantu dalam mencapai keberhasilan produk baru yang diluncurkan sebagai perluasan merek seperti produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato yang mana untuk perluasan merek yang tergabung Indomie dan Chitato, juga dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam pembelian keputusan merek Indomie dan Chitato, meningkatkan keberhasilan pemasaran untuk merek Indomie Hype Abis Chitato, dan mengurangi risiko diantisipasi atau diperhitungkan akan membeli produk Indomie Hype Abis Chitato.

Hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa *co-branding* berpengaruh secara langsung terhadap *brand equity*. Semakin tinggi pengaruh *co-branding* maka akan semakin tinggi pula *brand equity* suatu produk, karena *co-branding* dapat meningkatkan *brand equity* dengan adanya transfer nilai dari merek-merek yang berpartisipasi yaitu Indomie dan Chitato. Menurut Washburn, et al (2000) dalam Kurniawan, et al (2013), merek yang memiliki ekuitas yang tinggi jika dipasangkan dengan merek lain yang mempunyai ekuitas yang tinggi pula akan menghasilkan evaluasi yang lebih positif pada *partnering brand* dibandingkan dengan sebelum dipasangkan.

Hasil penelitian menghasilkan bahwa variabel *brand equity* berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention* pada produk Indomie Hype Abis Chitato. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya oleh Samadi, et al (2017), yang menunjukkan bahwa *brand equity* memiliki dampak positif pada *purchase intention* pada peserta pemeran serta pada pengunjung dengan memediasi peran kompetisi intensitas pameran.

Selanjutnya penelitian oleh Sanjaya (2012), menunjukkan bahwa *brand equity* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada PT. SunLife Financial di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand equity* responden mengetahui PT. SunLife Financial sebagai produk layanan asuransi jiwa yang cukup berkualitas. Sedangkan variabel *purchase intention* menunjukkan bahwa menurut responden yang mengetahui PT. SunLife Financial berminat untuk dijadikan pilihan serta mencoba mencari informasi lebih terkait produk asuransi SunLife Financial.

Hasil penelitian oleh Tharmi & Senthilnathan (2011), menunjukkan bahwa *brand equity* sebagai variabel independen dan *purchase intention* sebagai variabel dependen. Sementara kedua variabel secara individual memiliki atribut tingkat tinggi dari pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *brand equity* dan *purchase intention* pada pelanggan untuk membeli sabun bayi bermerek.

Hasil penelitian didapatkan bahwa *brand equity* berpengaruh secara langsung dengan *purchase intention* karena memang dibutuhkan *brand equity* pada saat akan melakukan pembelian produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato, karena dari ekuitas merek (*brand equity*) yang ada sebuah produk dapat memberikan kesan kepada konsumen dalam mempengaruhinya untuk sekedar berminat melakukan pembelian atau bahkan pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Ekuitas merek ini

dapat berpengaruh terhadap kepercayaan diri konsumen dalam pengambilan keputusan membeli baik itu disebabkan adanya pengalaman di masa lalu dalam memakai merek Indomie ataupun Chitato, sehingga konsumen memiliki kepercayaan diri serta keyakinan untuk membeli produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato.

Hasil penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil variabel *co-branding* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *purchase intention* pada produk Indomie Hype Abis Chitato. Sebelum para konsumen berminat melakukan pembelian produk kolaborasi Indomie Hype Abis Chitato, konsumen sudah terlebih dahulu mempercayai merek Indomie ini. Konsumen berminat melakukan pembelian produk Indomie Hype Abis Chitato karena bermerek "Indomie", karena reputasi baik yang dimiliki oleh *brand* Indomie. Hal ini didukung oleh grafik *Top Brand Awards* dalam *Top Brand Index* dari tahun 2015-2019 produk mie instan di Indonesia yang selalu menduduki posisi pertama adalah Indomie dengan rata-rata prosentase 76,82%, angka yang bisa dikatakan sebagai merek superior.

Kertajaya (2006:485), bahwa *brand* paling tidak harus mempunyai *reputation* dan *affinity*. *Reputation* merupakan track record baik yang dimiliki oleh suatu produk berdasarkan tingkat kualitas yang diberikan. Sedangkan *affinity* adalah ketertarikan atau simpati yang timbul antara sebuah brand produk tertentu dengan pelanggannya. Brand yang sudah banyak disukai oleh banyak konsumen akan lebih mudah dijual. Hal ini membuktikan bahwa Indomie memang memiliki brand image yang baik karena mempunyai track record yang bagus dan mempunyai *emotional relationship* antara brand dan konsumennya.

Penelitian yang sudah dilakukan ini hasilnya tidak sama dengan hasil penelitian lain, diantaranya oleh Ramdhani, et al (2018), menunjukkan bahwa variabel *co-branding* berpengaruh secara langsung dan signifikan akan variabel *customer purchase intention* pada konsumen ice cram Walls's Selection Oreo di Indonesia. Begitupun pada hasil penelitian oleh Ashton, et al (2008), menunjukkan bahwa *co-branding* dari hotel restaurant berpengaruh signifikan terhadap *intent to purchase* dengan dua faktor yang pertama pengaruh dari *consumer perspective*, kedua pengaruh dari *alliance perspective*. *Co-branding* hotel restaurant dapat menjadi strategi yang sukses, dan dapat berperan dalam menambah pendapatan hotel baik dalam akomodasi dan penjualan makanan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *co-branding* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*. Akan tetapi *co-branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity*. Dan dapat diketahui pula bahwa *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Dari ketiga hasil tersebut, walaupun *co-branding* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* bukan berarti *co-branding* tidak berpengaruh langsung terhadap *purchase intention* melalui *brand equity*. Karena hubungan antar variabel *co-branding* terhadap *brand equity* dan *brand equity* terhadap *purchase intention* diterima. Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh MacKinnon (2008), yang menyatakan bahwa meskipun dalam casual step disebutkan ada syarat-syarat untuk membuktikan suatu variabel sebagai intervening, namun sebenarnya bila koefisien "a" dan "b" signifikan, hal tersebut dapat membuktikan

adanya mediasi walaupun koefisien “c” tidak signifikan. Dengan kata yang lain bahwa variabel independen mempengaruhi variabel mediator, dan variabel mediator memengaruhi variabel dependen walaupun variabel independen tidak signifikan memengaruhi variabel dependen.

Besar pengaruh tidak langsung dari hasil penelitiang menunjukkan lebih besar daripada pengaruh langsung walaupun perbedaannya kecil akan tetapi dengan hasil uji sobel yang dilakukan peneliti membuktikan bahwa *brand equity* mampu menjadi variabel mediasi pengaruh *co-branding* terhadap *purchase intention*. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa kontribusi pengaruh variabel independent terhadap variabel *dependent* sebesar 36,3% yang mana kontribusinya sangat kecil. Sedangkan sisanya sebesar 63,7% dipengaruhi variabel lain yang belum terdapat pada penelitian ini.

Adapaun variabel lain yang dapat mempengaruhi *purchase intention* menurut penelitian yang dilakukan oleh Harsalim & Sugiharto (2015), promotion dapat mempengaruhi purchase intention konsumen. Promosi juga berperan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk karena dengan promosi dapat menyampaikan manfaat dari produk serta untuk membuat konsumen berminat untuk membeli produk. Hal ini sama dengan penelitian oleh Wandebori & Wijaya (2017), *food quality* juga berperan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, karena dari *food quality* ini konsumen melihat tingkat baik atau buruknya suatu produk. Tujuan konsumen membeli suatu produk adalah untuk memperoleh suatu manfaat dari produk tersebut, jika kualitas produk buruk tentu konsumen tidak akan berminat untuk membeli.

KESIMPULAN

Hasil penelitian didapatkan: (1) secara langsung *co-branding* berpengaruh terhadap *brand equity*; (2) secara langsung *brand equity* berpengaruh terhadap *purchase intention*; (3) secara langsung *co-branding* berpengaruh terhadap *purchase intention*; (4) secara tidak langsung *co-branding* berpengaruh terhadap *purchase intention*. Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyarankan kepada peneliti lain untuk menambah variabel lain selain yang terdapat dalam penelitian ini namun masih berkaitan dengan variabel yang ada di penelitian ini seperti harga, rasa, kualitas produk, promosi, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1991. *Managing Brand Equity: Caitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press.
- Ashton, A. S., Scott, N., & Breaky, N. 2008. Hotel Restaurant Co-Branding: The Impact of Consumer Evaluation on Perceived Risk, Perceived Value and Intention to Purchase. *International Journal of Marketing and Management*, 1-12. (Online), (<https://www.researchgate.net/publication/>), diakses 10 September 2019.
- Harsalim, R. R., & Sugiharto, S. 2015. Analisis Pengaruh Product Quality, Price, dan Promotion Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Alphard di Surabaya. *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 3, No. 1, 1-11. (Online), (<https://media.neliti.com>), diakses 05 Februari 2020.
- Kertajaya, H. 2006. *Marketing Plus 2000*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, A., Suryoko, S., & Listyorini, S. 2013. Pengaruh Strategi Co Branding, Brand Equity Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Preference: Studi Co-Branding Daihatsu Toyota Pada Produk Daihatsu Xenia di Karya Zirang Utama. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-7. (Online), (<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/6253>), diakses 10 September 2019.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran: Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Lee, G. C., & Leh, F. C. 2011. Dimensions Of Customer-Based Brand Equity: A Study On Malaysian Brands. *Journal Of Marketing Research and Case Studies*, 2011, Vol. 2011, pp. 1-10. doi:0.5171/2011.821981. (Online), (<http://www.ibimapublishing.com/journals/JMRCS/jmracs.html>), diakses 10 September 2019.
- MacKinnon, D. P. 2008. *Introduction to Statistical Mediation Analysis (Multivariate Application Series)*. Erlbaum Psych Press.
- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramdhani, D., Suharyono, & Hidayat, K. 2018. Pengaruh Co-Branding Terhadap Customer Purchase Intention dan Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Wall's Selection Oreo di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 115-121. (Online), (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>), diakses 10 September 2019.
- Samadi, M., Ghanbarzad, A., & Sheykhaaghaee, K. 2017. Impact of Brand Equity of Exhibitors on Purchase Intention of Visitors with Mediating Role of Competition Intensity of the Exhibition. *International Journal of Scientific Study*, Vol. 5, Issues 5, pp. 1-7. (Online), (https://www.ijss-sn.com/uploads/01_ijss_reza__aug_oa14_-2017), diakses 10 September 2019.
- Sanjaya, E. 2012. Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Preference Pada Produk PT Sunlife Financial di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 1, No. 5, pp. 1-7. (Online), (<http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/308>), diakses 10 September 2019.
- Senechal, S., Georges, L., & Pernin, J. L. 2013. Profit and Non-Profit Brand Alliances: The Pertinence Of Fair Co-Branding. *Innovative Marketing*, Vol 9, Issues 2. (Online), (<https://businessperspective.org/journals/innovative-marketing/issue-136/profit-and-non-profit-brand-alliances-the-pertinence-of-fair-co-branding>)
- Top Brand Index. 2019. Top Brand Awards. (Online), (https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=indomie), diakses 13 September 2019.

- Tharmi, U & Senthilnathan, S. 2011. The Relationship of Brand Equity to Purchase Intention. *The IUP Journal of Marketing Management*, Vol. 11, No. 2, pp. 1-19. (Online), (<https://www.researchgate.net/publication/228280244>), diakses 10 September 2019.
- Wandebori, H., & Wijaya, V. 2017. Consumers' Purchase Intention: Influencing Factors Unveiled at Korean Thematic Cafe Case Study Chingu Cafe. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol, 18, No. 2, pp 73-82. (Online), (<http://jurnal.feb.unpad.ac.id/>), diakses 02 Februari 2020.
- Washburn, J. H., Till, B. D., & Pilluck, R. 2000. Co-Branding Brand Equity and Trial Effects. *Journal of Consumer Marketing*, 17, Vol. 17, No. 7, pp. 591-604. (Online), (<http://www.emerald-library.com>), diakses 10 September 2019.
- Warraich, A. U., & et al. 2014. Effect of Co-Branding on Brand Equity. *International Journal of Marketing and Management*, Vol. 69, No. 1, pp. 1-5. (Online), ([www.iperdr.com > vol69 > 001-ICEMM2014-M00003](http://www.iperdr.com/vol69/001-ICEMM2014-M00003)), diakses 10 September 2019.
- Wu, S. I., & Chang, H. L. 2016. The Model of Relationship between the Perceived Values and the Purchase Behaviors toward Innovative Products. *Journal of Management and Strategy*, Vol. 7, No. 2, pp. 31-45. doi:10.5430/jms.v7n2p31. (Online), (<http://sciedupress>), diakses 10 September 2019.

PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERBASIS ANDROID UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR

Lovei Arika Saskia, Mohammad Arief

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

E-mail: arikasaskia@gmail.com

ABSTRAK

Guru abad ke-21 dituntut mengintegrasikan kegiatan pembelajaran dengan teknologi yaitu menyajikan sebuah media pembelajaran interaktif untuk menyampaikan materi dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah menghasilkan media pembelajaran interaktif berbasis Android menggunakan *Articulate Storyline 360* untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik. Jenis penelitian dan pengembangan pada mata pelajaran Administrasi Umum kelas X OTKP di SMK Widya Dharma Turen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data presentase dan uji *independent sample t-test*. Hasil dari penelitian dan pengembangan berupa media pembelajaran interaktif berbasis Android bernama "Kelas ADP". Kelayakan media melalui validitas ahli media, materi, dan 6 peserta didik pada uji coba kelompok kecil dinyatakan "Sangat Valid". Uji coba lapangan melalui *posttest* terbukti secara signifikan meningkatkan hasil belajar. Kesimpulan bahwa Kelas Adp sangat layak digunakan sebagai media pembelajaran dan dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik.

Kata Kunci: *Media Pembelajaran Interaktif, Berbasis Android, Articulate Storyline 360, Hasil Belajar*

LATAR BELAKANG

Memasuki abad ke-21 kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) bergerak sangat pesat sehingga masa sekarang berbagai bidang kehidupan tidak terlepas menggunakan teknologi termasuk menunjang bidang pendidikan. Bagi guru merupakan sebuah tantangan untuk mengintegrasikan teknologi dalam proses pembelajaran (Rusman 2018:19). Hal ini bertujuan agar pembelajaran dapat lebih unggul, berkualitas, bermakna, dan menyenangkan.

Permasalahan yang terjadi di lapangan guru belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi dan waktu untuk menyampaikan materi kepada peserta didik sangat terbatas. Berdasarkan hasil observasi di SMK Widya Dharma Turen diketahui guru masih menggunakan media *power point* yang ditampilkan pada layer LCD dan papan tulis dalam proses pembelajaran. Padahal peserta didik sudah memiliki fasilitas Tablet PC namun sering digunakan untuk bermain *game* atau sosial media. Penggunaan media yang digunakan kurang menarik minat belajar dibuktikan masih banyak peserta didik yang memperoleh nilai dibawah KKM.

Oleh karena itu diperlukan sebuah media baru yang efektif dan terintegrasi dengan teknologi untuk menyampaikan materi, serta memiliki daya tarik bagi peserta didik untuk mempraktikkannya agar dapat meningkatkan hasil belajar.

Media pembelajaran dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil belajar Arsyad (2014:29). Sedangkan media pembelajaran interaktif merupakan kombinasi berbagai media dari komputer, video, audio, gambar dan teks (Munir 2012:132). Penggunaan media pembelajaran

tersebut dapat memadukan media-media dalam proses pembelajaran, sehingga membantu pendidik menciptakan pola penyajian yang interaktif.

Sistem operasi yang digunakan adalah berbasis Android. Salbino (2014:8) menjelaskan sifat Android yang terbuka telah membuat banyak bermunculan sejumlah besar komunitas pengembang aplikasi untuk menggunakan Android sebagai dasar proyek pembuatan aplikasi. Irsyad (2016:7-8) mengatakan Android menjadi sistem operasi yang sangat populer dan digemari pengguna *smartphone*. Presentase dari waktu ke waktu terus meningkat, dan Indonesia menjadi salah negara yang memiliki pengguna Android terbesar dibanding negara-negara lain.

Sebelumnya sudah dilakukan penelitian oleh Bonita, dkk. (2017) yang menunjukkan nilai *posttest* kelas yang menggunakan media memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan kelas yang tidak menggunakan media. Fatma & Partana (2019) yang menunjukkan bahwa media pembelajaran Android dapat meningkatkan hasil belajar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penelitian dan pengembangan atau Research and Development (R&D) oleh Borg & Gall dalam Sugiyono yang memiliki 10 langkah penelitian dan dimodifikasi oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian menjadi 8 langkah yaitu 1) potensi dan masalah, 2) pengumpulan data, 3) desain media, 4) validasi media, 5) revisi media, 6) uji coba media, 7) revisi media, dan 8) uji coba pemakaian.

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini berupa hasil wawancara, dokumen, angket, dan soal test. Wawancara digunakan untuk mengetahui masalah dan potensi subjek penelitian. Angket digunakan untuk uji ahli media, ahli materi dan peserta didik. Dokumen sebagai bukti penting dalam penelitian. Soal test digunakan untuk mengukur hasil belajar.

Data yang digunakan berupa data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif yang berasal dari skor pengisian angket untuk menilai media pembelajaran dengan menggunakan teknik analisis data presentase dan hasil *posttest* untuk mengetahui perbedaan hasil belajar kelas eksperimen dan kelas kontrol dengan menggunakan teknik analisis Uji *Independent Sample T-test*. Sedangkan data kualitatif didapat dari hasil wawancara, observasi dan hasil masukan berupa catatan, saran, komentar, kritik, dan pendapat ahli media, materi, dan peserta didik.

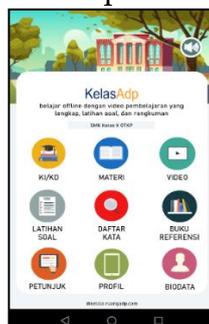
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dan pengembangan ini dilakukan untuk menghasilkan sebuah media pembelajaran interaktif berbasis Android menggunakan *Articulate Storyline* pada mata pelajaran Administrasi Umum Kelas X OTKP. Media pembelajaran ini membuat Kompetensi Dasar Memilih Peralatan Kantor Dalam Kegiatan Administrasi. Media dibuat dan dinamakan "Kelas Adp" menggunakan sistem operasi Android.

Media pembelajaran Kelas Adp dipasang pada perangkat *smartphone* dimana teknologi yang sering digunakan peserta didik pada zaman sekarang. Uther (2019) dalam

penelitiannya memaparkan bahwa keberadaan perangkat seluler dan *mobile learning* menjadi salah satu aspek penting yang berpengaruh dibidang teknologi pendidikan. Penggunaan *smartphone* sebagai sarana untuk mencari pengetahuan, media komunikasi, hiburan, dan menyimpan data penting (Nasution, dkk. 2017).

Gambar 1 Tampilan Kelas Adp



Penjelasan menu pada Kelas Adp sesuai Gambar 1 terdiri dari menu silabus, materi, video, latihan soal, daftar kata, buku referensi, petunjuk, profil aplikasi, dan biodata pengembang. Untuk mengatur menu yang ingin dipilih digunakan tombol navigasi interaktif yang dapat membuat pengguna dapat mengontrol aplikasi sesuai kebutuhan. Fasilitas tersebut dibuat untuk menyesuaikan media pembelajaran dengan kebutuhan peserta didik dan guru sehingga dapat membantu proses pembelajaran.

Media dapat diunduh melalui situs penyimpanan mediafire.com dengan alamat bit.ly/kelasadp. Media ini dilengkapi dengan buku petunjuk penggunaan dan pembuatan aplikasi yang dapat didownload di alamat bit.ly/bukukelasadp. Namun dalam penggunaannya media diakses secara *offline* agar peserta didik dapat belajar kapanpun dan dimana pun cukup menginstalnya saja tanpa bantuan internet.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Jatmiko, dkk. (2018) dimana peserta didik memanfaatkan teknologi yaitu media pembelajaran interaktif berbasis Android yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja sehingga peserta didik terlatih untuk belajar mandiri. Putra & Nugroho (2016) media pembelajaran yang baik yaitu dapat digunakan guru sebagai alat bantu dalam proses kegiatan pembelajaran sehingga mempermudah menyampaikan materi kepada peserta didik. Penggunaan multimedia juga akan meningkatkan pengajaran dan pembelajaran. Ketika guru mengajar dengan sumber daya multimedia, pengajaran menjadi mudah dan dipahami dengan baik oleh peserta didik (Okedeyi, dkk. 2015)

3. Kelayakan Media

Tabel 1 Hasil Validasi Media

No	Validasi	Presentase	Kriteria Kevalidan
1	Ahli Materi	98, 97 %	Sangat Valid
2	Ahli Media	89, 47 %	Sangat Valid
3	Peserta Didik	94, 91%	Sangat Valid
	Rata -Rata	94,45 %	Sangat Valid

Berdasarkan Tabel 1 hasil perhitungan persentase keseluruhan dari ahli media, materi, dan peserta didik menunjukkan skor 94,45%. Dengan demikian, dapat disimpulkan validasi media dapat dikatakan "Sangat Valid" dan dapat digunakan dalam proses pembelajaran.

Saran validator media untuk menambahkan referensi sumber adaptasi karya pihak lain. Saran ahli materi menambahkan informasi umum seperti sejarah penggunaan mesin kantor, menambah video pembelajaran, pembagian latihan soal individu dan kelompok serta menggunakan soal berbasis HOTS (*High Thinking Order Skill*). Sedangkan dari peserta didik sebagai pengguna melalui uji kelompok kecil yang diambil 6 peserta didik menuliskan komentar untuk mengurangi ukuran file aplikasi yang terlalu besar.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Yumini & Rakhmawati (2015) yang menyatakan bahwa media pembelajaran interaktif berbasis *Articulate Storyline* memperoleh hasil 87,2% dan dinyatakan sangat layak. Sedangkan angket respon peserta didik terhadap media memperoleh hasil 83,94% dan dinyatakan sangat baik.

4. Hasil Belajar

Media yang sudah melalui revisi dari hasil validasi ahli media, materi, dan peserta didik kemudian diuji cobakan pada uji coba kelompok besar. Kelas X OTKP 3 sebagai kelas eksperimen (kelas yang menggunakan media) dengan total 36 peserta didik dan kelas X OTKP 1 sebagai kelas kontrol (kelas yang tidak menggunakan media) dengan total 34 peserta didik di SMK Widya Dharma Turen. Penilaian hasil belajar kelas eksperimen dan kontrol dilakukan melalui hasil posttest. Dewi, dkk. (2013) menjelaskan hasil belajar yang dicapai peserta didik adalah cerminan dari tingkat keberhasilan atau pencapaian dari proses pembelajaran yang telah dilaksanakan.

Pengujian hipotesis pada hasil *posttest* dengan bantuan SPSS 23 dan menggunakan analisis Uji *Independent Sample T-test*. Penggunaan dengan SPSS dikarenakan *software* ini mudah digunakan baik untuk melakukan analisis perbandingan parametrik dan non parametrik serta banyak digunakan oleh peneliti atau akademisi diseluruh dunia (Ong & Puteh, 2017). Hasil perhitungan SPSS menunjukkan bahwa pada bagian tabel *Equal Variances Assumed* diketahui nilai sig. (*2-tailed*) sebesar $0,001 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan (nyata) antara rata-rata hasil belajar peserta didik dari hasil nilai *posttest* kelas eksperimen dan kelas kontrol. Sedangkan perbedaan rata-rata nilai hasil belajar yaitu sebesar 87,93 dan 83,57 dengan selisih nilai rata-rata yaitu sebesar 4,357 poin.

Hasil perhitungan rata-rata hasil belajar kelas eksperimen lebih tinggi dibanding kelas kontrol. Terdapat Indikator yang mempengaruhi besarnya peningkatan hasil belajar peserta didik yang menggunakan media pada penelitian ini disebabkan karena materi pembelajaran dan latihan soal yang disajikan. Materi dibuat dua yaitu materi ringkasan dan materi lengkap yang disajikan dalam bentuk teks dan gambar. Materi singkat dibuat agar peserta didik dapat memahami poin-poin penting yang perlu dipelajari, sedangkan materi lengkap digunakan peserta didik untuk lebih luas mendapatkan informasi lebih dalam.

Selain itu, disajikan video pembelajaran untuk menyampaikan bentuk visualisasi cara menggunakan alat kantor tanpa perlu mempraktekkannya. Hal ini membantu keterbatasan penyediaan alat-alat kantor yang digunakan untuk praktek di sekolah. Adapun penyajian latihan soal yang dibagi menjadi soal individu dan kelompok serta hasil evaluasi pengerjaan soal. Tampilan hasil pengerjaan soal evaluasi dapat mempercepat untuk mendapatkan informasi mengenai tingkat pemahaman peserta didik. Ketika mengecek hasil, peserta didik sangat antusias dalam mengerjakan latihan soal yang lain dan berupaya untuk mendapatkan nilai yang baik lagi.

Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyuningtyas & Ratnawati (2016) yang menyatakan pembelajaran dengan multimedia interaktif memberikan antusiasme peserta didik dalam proses pembelajaran. Didukung oleh penelitian Rahmawati & Partana (2019) yang menyatakan peserta didik di kelas eksperimen terus mencoba mengerjakan tugas pada media berbasis Android dan termotivasi untuk berperan dalam pembelajaran, sehingga membuat hasil belajar meningkat.

Indikator lain yang menyebabkan perbedaan yang signifikan disebabkan karena keaktifan belajar dan kemandirian peserta didik menggunakan media Kelas Adp dengan *smartphone* atau Tablet PC. Desain tampilan media yang menarik dengan menyajikan kombinasi teks, gambar, audio, dan video dengan kualitas yang baik mampu membuat peserta didik lebih antusias memahami materi sehingga termotivasi untuk menggunakan media sebagai sumber belajar baik di sekolah maupun di rumah. Hal ini berbeda dengan kelas kontrol yang masih mendapatkan penjelasan materi dari guru melalui bantuan media *PowerPoint* dan papan tulis. Peserta didik akan merasa jenuh dan bosan saat mendengarkan materi di kelas dan tidak termotivasi untuk belajar lagi di rumah.

Reeves (1998) dalam Adnan, dkk. (2017) pendekatan teknologi digital sebagai media belajar berdampak lebih baik dan sangat efektif dalam pembelajaran dibanding pendekatan lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Siagian, dkk. (2014) yang menyatakan bahwa pembelajaran multimedia interaktif harus memberikan manfaat, kemenarikan, dan meningkatkan motivasi belajar peserta didik. Berdasarkan paparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan media pembelajaran interaktif berbasis Android Kelas Adp dapat meningkatkan hasil belajar.

KESIMPULAN

Penelitian dan pengembangan menghasilkan media pembelajaran interaktif berbasis Android menggunakan *Articulate Storyline 360* bernama "Kelas Adp" untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik khususnya mata pelajaran Administrasi Umum Kompetensi Dasar Memilih Peralatan Kantor Dalam Kegiatan Administrasi Kelas X OTKP di SMK Widya Dharma Turen.

Media pembelajaran yang telah dihasilkan telah melewati proses validasi ahli media, ahli materi dan peserta didik kelompok kecil. Hasil validasi media menunjukkan hasil sebesar 98,97% dan ahli materi sebesar 89,47%. Selain itu media juga melalui uji coba kelompok kecil dengan hasil penilaian sebesar 94,91%. Dari ketiga penilaian

validasi tersebut didapat rata-rata penilaian sebesar 94,45% sehingga dinyatakan bahwa media pembelajaran yang dikembangkan sangat layak digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Berdasarkan hasil Uji *Independent Sample T-test* menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil belajar kelas yang menggunakan Kelas Adp dan kelas yang tidak menggunakan Kelas Adp. Hasil belajar pada kelas yang menggunakan Kelas Adp memiliki nilai lebih tinggi sebesar 4,357 poin dibanding kelas yang tidak menggunakan media. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan media pembelajaran interaktif berbasis Android Kelas Adp efektif untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, F., Prasetyo, B., & Nuriman, N. (2017). Usability Testing Analysis on the Bana Game as Education Game Design References on Junior High School. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 6(1), 88–94. DOI: 10.15294/jpii.v6i1.9597.
- Arsyad, A. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bonita, D. A., Sarbini, & Maimunah. (2017). Increasing Student's Correspondence Course Study Result with Development of Adobe Flash Android-Based Media. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 145–156. DOI: 10.17977/um003v3i22017p145.
- Fatma, A. D., & Partana, C. F. (2019). Pembelajaran Berbantu Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Kemampuan Pemecahan Masalah Kimia. *Jurnal Inovasi dan Pendidikan*, 5(2), 229–236. DOI: 10.21831/jipi.v5i2.26035.
- Irsyad, H. (2016). *Aplikasi Android dalam 5 Menit Edisi Revisi*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Jatmiko, B. B., Sugiyarto, K. H., & Ikhsan, J. (2018). Developing ChemonDro Application on Redox Concepts to Improve Self-Regulated Learning of Students. *Journal of Physics: Conference Series*, 1097(1). DOI: 10.1088/1742-6596/1097/1/012055.
- Munir. (2012). *Multimedia: Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Okedeyi, A. S., Oginni, A. M., Adegortite, S. O., & Saibu, S. O. (2015). The Relevance of Multi Media Skills in Teaching and Learning of Scientific Concepts in Secondary Schools in Lagos State, Nigeria. *Journal of Education and Practice*, 6(15), 150–154. DOI: 10.26858/est.v5i1.6923.
- Ong, M. H. A., & Puteh, F. (2017). Quantitative Data Analysis: Choosing Between SPSS, PLS and AMOS in Social Science Research. *International Interdisciplinary Journal of Scientific Research*, 3(1), 14–25. Dari https://www.researchgate.net/publication/322885790_Quantitative_Data_Analysis_Choosing_Between_SPSS_PLS_and_AMOS_in_Social_Science_Research.
- Putra, D. R., & Nugroho, M. A. (2016). Pengembangan Game Edukatif Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Akuntansi Pada Materi Jurnal Penyesuaian. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 14(1). DOI: 10.21831/jpai.v14i1.11364.
- Rahmawati, T., & Partana, C. F. (2019). Pengaruh Media Pembelajaran Asam Basa Berbasis Android Terhadap Efikasi Diri Peserta Didik. *Jurnal Tadris Kimia*, 4(2), 147–156. DOI: 10.15575/jtk.v4i2.5022.

- Rusman. (2018). *Belajar dan Pembelajaran Berbasis Komputer: Mengembangkan Profesionalisme Guru Abad 21*. Bandung : Alfabeta.
- Salbino, S. (2014). *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta : Kunci Komunikasi.
- Siagian, S., Mursid, & Wau, Y. (2014). Development of Interactive Multimedia Learning in Learning Instructional Design. *Journal of Education and Practice*, 5(32), 44–51. Dari <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JEP/article/view/16711>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Uther, M. (2019). Mobile Learning—Trends and Practices. *Education Sciences*, 9(1), 10–12. DOI: /10.3390/educsci9010033.
- Wahyuningtyas, N., & Ratnawati, N. (2016). Interactive Multimedia as Autonomous Learning Resource in the South Slope of Kelud Mountain in Blitar Regency. *Journal of Education and Practice*, 7(29), 168–171. Dari <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JEP/article/view/33608>.
- Yumini, S., & Rakhmawati, L. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Articulate Storyline Pada Mata Diklat Teknik Elektronika Dasar di SMK Negeri 1 Jetis Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 4(3), 845–849. DOI: 10.35706/sjme.v4i1.3136

PENGARUH PERBEDAAN GAYA KEPEMIMPINAN BERDASARKAN GENDER TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Tiara Sukma Yustina, Ika Zutiasari

Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang
Jl. Semarang No.5, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145

ABSTRAK

Gaya atau model kepemimpinan adalah sebuah cara perbuatan dari pemimpin dalam berinteraksi, mengajak, dan memengaruhi bawahannya untuk dapat menjalankan tugas-tugasnya dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh perbedaan gaya kepemimpinan berdasarkan gender terhadap kinerja karyawan. Tujuan penulisan penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh laki-laki dan gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh perempuan. Hasil penelitian membuktikan seorang perempuan pun layak untuk menjadi pemimpin dan cenderung memiliki empati, sedangkan pemimpin pria lebih menggunakan kekuasaannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan penelitian atau literatur terdahulu

Kata kunci: *Gaya Kepemimpinan, Gender, Kinerja Pegawai*

LATAR BELAKANG

Salah satu elemen penting yang dibutuhkan dalam berbagai bidang adalah sumber daya manusia. Terlebih lagi sumber daya manusia benar-benar dibutuhkan dalam mengelola sebuah institusi atau perusahaan supaya tercapainya tujuan dari organisasi atau perusahaan tersebut. Perusahaan merupakan salah satu bentuk organisasi yang menjalankan fungsi dari manajemen. Fungsi manajemen tersebut diantaranya meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, dan pengarahan. Manusia merupakan penentu terhadap keberhasilan dari sebuah organisasi yang akan dikelolanya. Oleh karena itu organisasi membutuhkan pemimpin untuk mengelola organisasi tersebut menjadi lebih baik dan berhasil sesuai dengan tujuan awal didirikannya. Setiap organisasi memiliki cara tersendiri untuk mencapai tujuannya, sehingga dibutuhkan pengendalian melalui seorang pemimpin yang kompeten. Sebuah perusahaan dikatakan sukses dilihat dari keberhasilan dalam mengambil keputusan yang dibuat oleh beberapa petinggi pimpinan seperti *Chief Executive Officer* dan Tim Manajemen Puncak (Klenke, 2003). Terdapat banyak gaya kepemimpinan yang dapat diterapkan oleh seorang *leader* dalam memandu organisasinya.

Gaya kepemimpinan meliputi akan macam mana seorang pemimpin dalam berperilaku untuk mengelola organisasinya, cara yang paling gampang untuk membicarakan macam-macam gaya kepemimpinan adalah dengan menguraikan bentuk organisasi atau keadaan yang ada dalam organisasi sehingga dapat diperoleh gaya kepemimpinan yang sesuai (Thoha, 1995). Pemimpin perusahaan merupakan sumber daya terpenting dalam perusahaan untuk mencapai keuntungan perusahaan dan mempengaruhi kinerja karyawan. Kinerja karyawan akan baik apabila atasan mampu memberikan dorongan kepada pekerja supaya bekerja dengan baik dan cepat, seta

pemimpin dapat membuat suasana kerja terasa nyaman dan kondusif. Kapasitas seorang pemimpin biasa dikaitkan jadi bagian terpenting dari sukses atau tidaknya sebuah organisasi (Bass dalam Menon, 2002). Seperti yang dijelaskan oleh (Schein, 1992), (Nahavandi & Malekzadeh, 1993), (Kouzes dan Posner, 1987) bahwa seorang pemimpin memiliki kemampuan yang tinggi dalam memengaruhi bawahannya sehingga berdampak pada kesuksesan sebuah organisasi.

Pemimpin memiliki peran yang sangat penting dalam membuat dan mengaplikasikan sebuah kebijakan atau strategi organisasi (Su'ud, 2000). Isu kesenjangan gender adalah sebuah perkara yang jika dibicarakan tidak akan pernah ada ujungnya. Terlebih lagi dalam menjalankan sebuah organisasi atau perusahaan. Dimana organisasi atau perusahaan tersebut yang memimpin adalah seorang perempuan. Perbedaan gender membuat orang-orang memandang bahwa bagaimana semestinya gender tersebut bertindak (Ahdiah, 2013). Posisi perempuan sebagai pemimpin di sebuah perusahaan atau organisasi merupakan hal yang sudah lama dapat dijumpai. Lantaran sudah banyak ditemukan di kehidupan sehari-hari ada seorang pemimpin tapi bergender perempuan. Kepemimpinan perempuan mulai bangkit ketika banyak yang menyuarakan tentang feminisme.

Feminisme merupakan sebuah aksi yang menuntut akan hak kesetaraan para wanita dalam berbagai hal atau bidang. Feminisme sendiri bukan aliran yang membenci akan pria atau menuntut bahwa perempuan harus lebih daripada pria. Tetapi feminisme hanya meminta supaya wanita diperlakukan sama atau sepadan dengan pria. Namun masih banyak yang memandang sebelah mata jika perempuan menduduki sebagai seorang pemimpin daripada laki-laki. Hal itu dikarenakan stereotip jika perempuan sebaiknya berdiam diri di rumah, atau bekerja namun tidak sebagai atasan. Seringkali stigma di masyarakat yang menganggap bahwa perempuan tidak perlu mengenyam pendidikan setinggi-tingginya karena ujungnya perempuan tersebut akan berada di dapur. Di era yang udah maju seperti ini, perempuan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perempuan bisa mengenyam pendidikan setinggi-tingginya, atau menduduki jabatan yang sejajar dengan kaum pria. Kedudukan pria dalam sebuah organisasi seringkali masih mendominasi dikarenakan pria dianggap lebih mampu dibandingkan perempuan. Padahal tidak menutup kemungkinan jika perempuan juga mampu atau bahkan mempunyai kemampuan yang lebih dibandingkan dengan para kaum pria. Contohnya banyak kepala-kepala daerah seperti Walikota Surabaya yang bernama Tri Rismaharini, Gubernur Jawa Timur yang bernama Khofifah Indar Parawansa. Walaupun dengan gender perempuan tetapi itu tidak menghalangi sebagai pemimpin.

KAJIAN LITERATUR

Kepemimpinan

Kepemimpinan telah dimulai ketika manusia itu ada, yakni ketika manusia hidup dalam sebuah kelompok dan untuk memperoleh tujuan bersama yang telah ditetapkan. Dalam hidup berkelompok tersebut dibutuhkan seorang pemimpin yang memandu

untuk mencapai tujuannya. Mereka membutuhkan pemimpin yang memiliki keunggulan-keunggulan dibanding dengan orang lain. Menurut (Yukl, 2013) kepemimpinan dapat didefinisikan sebagai sebuah cara yang dilakukan oleh seorang pemimpin secara terencana untuk memberikan pengaruh yang besar kepada bawahannya dalam mengarahkan, membuat susunan, serta menyediakan kegiatan dan interaksi dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Masih menurut pendapat (Yukl, 2013) pengertian kepemimpinan yaitu lebih berfokus terhadap pemimpin yang menggambarkan sebuah cara atau prosedur dalam kelompok organisasi untuk membentuk suatu hubungan.

Kepemimpinan merupakan sebuah cara untuk membujuk, memberi dorongan, serta memberi teladan bagi orang lain sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan pendapat (Siagian, 2002) kepemimpinan adalah keahlian yang ada pada diri individu dalam memberikan pengaruh kepada orang lain untuk melakukan apa saja yang telah diperintahkan meskipun hal tersebut bertentangan atau tidak disukai oleh dirinya. (Young dalam Kartono, 2003) kepemimpinan merupakan kemampuan yang ada dalam diri seseorang guna memengaruhi, mendorong, dan membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu dalam ruang lingkup kelompoknya, serta mempunyai kemampuan khusus untuk menghadapi situasi tertentu. Sebagai seorang pemimpin haruslah memiliki kemampuan dan pengetahuan yang lebih dibandingkan dengan bawahannya. Kepemimpinan adalah kemampuan seorang pemimpin dalam mengarahkan bawahannya untuk bekerja secara efektif dan efisien sehingga tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan. Kepemimpinan yang dianggap baik apabila dapat memanfaatkan segala potensi sumber daya yang dimiliki organisasi dan dapat berkompetisi dengan baik

Gaya Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan dapat diartikan sebagai cara seseorang pemimpin dalam bertindak maupun berinteraksi dengan orang lain yang dapat memengaruhi tindakan atau perilaku orang tersebut (Rosyidi, 2015). Masing-masing pemimpin mempunyai cara tersendiri dalam memimpin sebuah organisasi. Cara tersebut didasarkan oleh beberapa faktor diantaranya, keahlian dan kemampuan, karakter individu, pengalaman yang telah didapat dan juga tergantung pada jenis dan keadaan organisasi yang dipimpin (Meizara, Dewi, & Basti, 2016). Dilihat dari beberapa faktor yang memengaruhi cara seseorang dalam memimpin tidak hanya pengaruh dari dalam individu, tetapi terdapat juga pengaruh dari luar yang membuat seseorang menyesuaikan gaya untuk memimpin organisasi atau perusahaan. Gaya kepemimpinan dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk menentukan bagaimana organisasi atau perusahaan itu berlangsung. Sehingga dengan menggunakan gaya kepemimpinan tertentu maka akan terciptanya lingkungan kerja yang kondusif serta membentuk semangat kerja para bawahan untuk lebih giat supaya hasil dari daya cipta tinggi dan dapat terus meningkat. Berdasarkan (Soekarso, 2015) pengertian dari gaya kepemimpinan adalah apabila seorang pemimpin dapat mengetahui dan menjalankan

berbagai fungsi dari kepemimpinan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang ada, baik faktor dari dalam maupun dari luar seperti pengalaman individu dan juga kondisi instansi yang dipimpin. Ada beberapa cara atau gaya kepemimpinan yang dapat diterapkan pemimpin dalam mengendalikan organisasinya, yaitu bentuk kepemimpinan otoriter (*authoritarian*), bentuk kepemimpinan demokratis, dan bentuk kepemimpinan bebas (*laissez fire*)

Kepemimpinan Otoriter

Berdasarkan (Rivai, 2010), gaya kepemimpinan otoriter adalah kepemimpinan yang menonjolkan kekuasaan pemimpinnya. Dalam pembuatan pola dan pengambilan keputusan semuanya berada ditangan pemimpin sehingga yang diuntungkan dalam sebuah organisasi adalah kekuasaan pemimpin. Menurut (Jamaludin, 2017) kepemimpinan bentuk otoriter merupakan kepemimpinan dimana pemimpin yang menjadi penguasa atas segalanya baik dalam pengambilan keputusan atau pembuatan rencana tanpa melibatkan dan berdiskusi dengan bawahannya. Pemimpin memegang tanggung jawab yang penuh terhadap keputusan yang dibuatnya. Setelah keputusan dibuat bawahan bertugas untuk menjalankan segala hal yang telah dibuat dan ditetapkan oleh pemimpin. Gaya kepemimpinan otoriter ini dapat berdampak positif yaitu yaitu menjadikan bawahan memiliki komitmen untuk bertanggung jawab terhadap tugas yang telah diberikan dan lebih taat/disiplin. Selain itu ketika akan mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan tidak perlu waktu yang lama dikarenakan pengambilan keputusan langsung dilakukan oleh pemimpin tanpa mengikutsertakan para bawahan. Oleh karena itu pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat tanpa ada pengaruh dari luar. Dalam gaya kepemimpinan ini, tidak banyak pemimpin yang bersikap tak acuh atau individualis yang mana pemimpin tersebut jarang berinteraksi atau berkomunikasi dengan bawahan. Sehingga sikap tersebut menimbulkan adanya jarak dan kurangnya rasa akrab oleh pemimpin terhadap bawahan.

Kepemimpinan Demokratis

Kepemimpinan demokratis adalah gaya kepemimpinan dimana dalam pengambilan keputusan tidak hanya dilakukan sepenuhnya oleh pemimpin tetapi juga mengikutsertakan bawahan dalam memberikan pendapat. Sehingga tidak ada bentuk persaingan dan kekuasaan yang terpusat oleh pemimpin serta pemimpin dapat bekerjasama dengan bawahannya. Beberapa karakter bawahan yang mana pemimpin menerapkan gaya kepemimpinan demokratis diantaranya memiliki budi pekerti yang tinggi, mau berkoordinasi dengan siapa saja, mendahulukan kepentingan kerja, dan mampu mengontrol diri sendiri. Ciri kepemimpinan demokratis adalah kepemimpinan yang cepat bergerak, lebih terencana, dan mudah menyesuaikan dengan keadaan. Kepemimpinan ini mudah dalam mengajak dan mendorong semangat (Rivai, 2010). Dalam gaya kepemimpinan ini para anggota atau karyawan dapat berpartisipasi aktif dalam menyuarakan pendapat dan memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi. Manfaat dari pengaplikasian bentuk kepemimpinan demokrasi adalah dapat membuat hubungan yang baik antara atasan dengan bawahan karena pengambilan

keputusan tidak hanya ditangan atasan tetapi juga mendengarkan pendapat dari bawahan.

Gaya kepemimpinan demokratis dalam hal pembuatan keputusan membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan adanya perbedaan pendapat dari setiap individu. Semua orang termasuk karyawan dapat menyuarakan pendapatnya untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu dibutuhkan toleransi yang tinggi sehingga menemukan titik temu dari gagasan yang telah diajukan.

Kepemimpinan Bebas (Laissez Fire)

Kemimpinan bebas adalah bentuk kepemimpinan yang mana pemimpin memberikan kebebasan kepada bawahannya untuk menyelesaikan masalah, membuat kebijakan, dan pengambilan keputusan. Kepemimpinan ini bertolak belakang dengan kepemimpinan model otoriter. Biasanya pemimpin dalam kepemimpinan ini hanya sebagai simbol. Pemimpin memberikan kebebasan apa saja terhadap bawahannya. Bawahan mempunyai kebebasan penuh dalam hal menyelesaikan pekerjaan dan tanggung jawabnya serta bebas dalam pengambilan keputusan. Pemimpin jarang melakukan pengecekan atau pengawasan kinerja, sikap, tingkah laku terhadap bawahan dikarenakan pemimpin telah memberikan kepercayaan dan wewenang penuh terhadap bawahan. Kepemimpinan model ini menjadikan para bawahan lebih kreatif dan mengembangkan kemampuan mereka dalam bekerja dan pengambilan keputusan. Akan tetapi sisi negatif dari kepemimpinan ini adalah jika para bawahan dibebaskan begitu saja maka bisa terjadi pelanggaran peraturan sehingga merusak organisasi atau perusahaan yang telah dijalankan.

Bentuk-Bentuk Gaya Kepemimpinan

Berdasarkan (Thoha, 2007) teori Path Goal dalam (Ambarwati, 2015) yang menjabarkan tentang pengaruh tingkah laku seorang atasan terhadap semangat, kinerja, dan kepuasan bawahannya dalam bekerja. Terdapat empat teori, yaitu:

Kepemimpinan Direktif

Model kepemimpinan direktif seperti gaya kepemimpinan otoriter. Bawahan tidak ikut andil dalam hal apapun. Para bawahan merasa memiliki tanggung jawab sehingga tahu pasti apa yang menjadi tugasnya dan pemimpin memberikan arahan spesifik kepada bawahannya

Kepemimpinan Suportif

Bentuk kepemimpinan suportif adalah bentuk kepemimpinan yang menjalin hubungan baik dengan bawahan, memiliki rasa toleransi, dan memiliki rasa perhatian yang lebih sehingga mampu merasakan apa yang dirasakan orang lain

Kepemimpinan Partisipatif

Gaya kepemimpinan partisipati adalah bentuk kepemimpinan dimana seorang pemimpin tetap melibatkan para bawahannya untuk memberaikan sebuah saran dan masukan tetapi dalam pengambilan keputusan tetap berada ditangan pemimpin itu sendiri

Kepemimpinan Berorientasi Pada Prestasi

Berdasarkan (Thoha, 2007) kepemimpinan bentuk iki adalah pemimpin memberikan tantangan kepada bawahannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pemimpin berperan memberikan motivasi dan meyakinkan kepada bawahan untuk dapat menyelesaikan tantangan yang telah diberikan dengan baik.

Gender

Gender merupakan perbedaan sifat, sikap, peran, status, sosial budaya diantara perempuan dan laki-laki. Banyak yang beranggapan bahwa gender merupakan sebuah kelamin. Sedangkan gender tidak termasuk dari bagian tubuh seorang laki-laki dan perempuan, tetapi gender terbentuk secara sosial dan budaya sekitar dalam masyarakat tertentu. Menurut (Siswandi, 2014) feminitas yang dimiliki perempuan atau *the mother* (sayang seperti ibu) sebagai suatu gaya kepemimpinan perempuan mendorong perempuan berhasil meningkatkan kinerja karyawan. Sifat *the mother* (kasih sayang seperti ibu) yang dimiliki oleh pemimpin perempuan yang berkarakter feminim cenderung dapat mendorong dan meningkatkan kinerja bawahannya. Berdasarkan penelitian (Porter, Crampon, & Smith, 2004) tentang hubungan gender dan gaya kepemimpinan, terdapat dua hasil yang berkaitan dengan kepemimpinan, yaitu proses pengambilan keputusan pemimpin menerapkan cara demokratik atau otokratik dan dengan komunikasi yang baik akan memengaruhi semua lapisan baik bawahan, atasan, dan rekan kerja. Eagly & Johnson, (1990) juga melakukan penelitian tentang kaitan gender dan gaya kepemimpinan. Dari hasil penelitian tersebut terdapat dua garis besar yang berisi tentang perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan akan membuat perbedaan dalam penerapan gaya kepemimpinan. Perbedaan tersebut adalah perbedaan karakter antara feminim dan maskulin. Karakter feminim cenderung dimiliki oleh perempuan sedangkan karakter maskulin dimiliki oleh laki-laki. (Lussier, N. Robert, & Achua F. Christopher, 2001) menyebutkan bahwa pemimpin baik seorang laki-laki maupun perempuan tidak memiliki perbedaan dalam cara memimpin. Kemudian dalam penelitian (Eagly dan Johnson, 1990) ditemukan bahwa pemimpin perempuan lebih menerapkan gaya kepemimpinan demokratis dibandingkan dengan pemimpin laki-laki walaupun dalam ruang lingkup organisasi yang setara.

Kinerja Pegawai

Berdasarkan (Siagian, 2006) mengartikan kinerja yaitu sebuah pencapaian dari seorang karyawan terhadap kemampuannya yang memiliki komponen seperti kecakapan, gagasan, terobosan, cermat, kerapian. Karyawan dikatakan memiliki kinerja yang baik ketika dirinya melaksanakan tugasnya dengan penuh tanggung jawab dan memiliki prestasi yang baik. (Dessler, 2006), kinerja merupakan prosedur yang meliputi (1) penetapan standar kinerja; (2) penilaian kinerja aktual pegawai dalam hubungan dengan standar; (3) memberi umpan balik kepada pegawai dengan tujuan memotivasi orang tersebut untuk menghilangkan kemerosotan kinerja atau terus berkinerja lebih tinggi lagi. Menurut (Mangkunegara, 2001) pengertian dari kinerja adalah hasil kerja yang diperoleh dari karyawan baik secara jumlah dan kualitas yang didapat dalam

menjalankan tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan. (Prawirosentono, 2008) menyebutkan bahwa kinerja karyawan merupakan hasil dari kerja keras seorang karyawan di sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai yang diperintahkan oleh atasan sehingga mencapai tujuan yang telah ditetapkan, memiliki etika, norma, dan moral serta tidak melanggar hukum yang berlaku (KBBI, 2008) mendefinisikan karyawan adalah seseorang yang bekerja pada sebuah instansi, lembaga, perusahaan, dll. Dari hasil kerja tersebut karyawan akan mendapatkan sebuah imbalan berupa gaji

METODE PENELITIAN

Penelitian dari paper ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis, mendapatkan, menguraikan, dan memaparkan kualitas dari hal-hal yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif (Saryono, 2010). Penelitian ini dilakukan dengan cara menggabungkan data melalui penelitian atau literatur terdahulu. Penelitian ini dibuat untuk menerangkan adanya atau tidak perbedaan gaya kepemimpinan berdasarkan gender terhadap kinerja karyawan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perbedaan Kepemimpinan Berdasarkan Gender

Kepemimpinan merupakan motor penggerak dalam sebuah organisasi. Sebuah organisasi atau perusahaan dikatakan berhasil atau gagal dalam menggapai tujuannya dilihat dari bagaimana seorang pemimpin mengendalikannya sehingga kepemimpinan merupakan hal yang sangat krusial demi keberlangsungan organisasi atau perusahaan. Di dalam kepemimpinan tampak adanya sebuah perbedaan yang mendasar yaitu gender. Perbedaan gender lebih mengarah kepada perbedaan karakter yang dimiliki setiap pemimpin baik, yaitu feminim dan maskulin, baik pemimpin perempuan maupun pemimpin laki-laki (Lu, 2013). Biasanya wanita cenderung memiliki karakter feminim sedangkan laki-laki berkarakter maskulin. Peranan perempuan dalam kehidupan bermasyarakat sering dianggap rendah. Pada umumnya pembagian kerja sering dibedakan berdasarkan gender. Perempuan menangani pekerjaan yang mudah-mudah dan laki-laki menangani pekerjaan yang berat. Di Indonesia muncul seorang tokoh bernama Raden Ajeng Kartini menjadi pelopor pertama di Indonesia terhadap gerakan yang menyuarakan akan kesetaraan hak bagi perempuan atau biasa disebut gerakan emansipasi wanita. Tuntutan dari gerakan ini adalah supaya perempuan mendapatkan hak-haknya serta diperlakukan secara adil dan sejajar dengan laki-laki. Sejalan dengan hal itu, sekarang perempuan tidak lagi dipandang seperti orang yang tak berdaya, dan selalu mengandalkan perlindungan dari laki-laki. Perempuan mampu berada di depan dan tidak dipungkiri bahwa perempuan juga mempunyai kapabilitas yang sama atau bahkan lebih dengan laki-laki.

Berdasarkan buku *“Leadership Quotient, Perempuan Pemimpin Indonesia”*, yang ditulis oleh Martha Tilaar dijelaskan bahwa gerakan dalam memperjuangkan hak kesetaraan gender telah diawali sejak awal abad 20. Di era global sekarang ini, banyak perempuan yang mengerjakan pekerjaan laki-laki. Kaum wanita dapat menunjukkan kemampuannya yang tidak kalah dengan kaum pria. Berdasarkan penelitian terdahulu ditemukan ciri-ciri dari seorang pemimpin perempuan adalah:

1. Pemimpin perempuan mampu untuk mengajak jika dibandingkan dengan pemimpin laki-laki. Dikarenakan pemimpin perempuan memiliki sifat *the mother* (sayang seperti ibu) sehingga lebih mudah berkomunikasi dan membujuk kepada bawahannya dan ketika memaksakan kehendak karakter feminim yang melekat dalam dirinya tidak akan hilang
2. Mampu menunjukkan kritik yang tidak benar, karena pemimpin perempuan lebih perasa dibanding pemimpin laki-laki dan ego pemimpin perempuan tidak setinggi ego pemimpin laki-laki. Pemimpin wanita cepat membaik dan dapat mengevaluasi diri sehingga dapat terus berjalan kedepan
3. Tidak bekerja secara individu. Pemimpin perempuan memiliki semangat bekerja dalam kelompok dan menerapkan gaya kepemimpinan yang bersifat luas dan lengkap, mampu menerima semua hal dengan baik sehingga dalam pengambilan keputusan terdapat banyak pertimbangan dan sering turun tangan untuk membantu bawahannya
4. Memiliki sifat seorang pemimpin. Pemimpin perempuan yang baik akan memiliki kharisma dalam dirinya dikarenakan terdapat rasa bertanggung jawab, percaya diri, dan mampu untuk membujuk
5. Berani. Tidak hanya pemimpin laki-laki, pemimpin perempuan memiliki keberanian yang tinggi dalam hal apapun termasuk melakuakn hal-hal diluar batas, keberanian mengambil resiko dan melanggar aturan yang ada.

Gender dapat mempengaruhi *leadership style*. Gender merupakan perbedaan sifat yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki yang mana dibagi menjadi sifat feminim dan maskulin. Satu contoh dari karakter feminim adalah diantara atasan dengan bawahan memiliki jalinan kekerabatan yang baik, oleh karena itu cenderung memiliki gaya kepemimpinan transformasional. Kepemimpinan transformasional adalah kepemimpinan yang menekankan pada prinsip-prinsip yang ada di organisasi, mengajarkan kepada bawahan untuk menyadari akan prinsip tersebut dan mengamalkannya supaya dapat bekerja dengan baik dan bertanggung jawab sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan mudah. Dengan terjalinnya hubungan yang baik antara atasan dengan bawahan, pemimpin akan dapat lebih mudah dalam berkomunikasi, berhubungan, berkolaborasi terkait prinsip-prinsip dan tujuan organisasi. Pemimpin yang menerapkan kepemimpinan transaksional memiliki pengaruh yang kuat terhadap bawahannya dengan gayanya sendiri. Dengan pengaplikasian kepemimpinan bentuk transformasional dapat membuat bawahan merasakan lebih dipercaya, dihargai, setia, dan responsif kepada atasan (Yulianti, Putra,

dan Takanjanji, 2018). Sedangkan ciri dari kepemimpinan yang berkarakter maskulin adalah salah satunya adalah bertujuan terhadap pekerjaan dan keuntungan serta kerap kali menerapkan kepemimpinan bentuk transaksional. Kepemimpinan bentuk ini menerapkan hubungan timbal balik, para bawahan mengerjakan tugas yang telah diberikan dan pemimpin memberikan imbalan terhadap apa yang telah dikerjakan oleh bawahan. Berdasarkan (Chrispi, 2018) bahwa tidak semua pemimpin perempuan memiliki karakter feminim dan pemimpin laki-laki berkarakter maskulin. Perempuan dapat berkarakter maskulin begitupun laki-laki dapat berkarakter feminim. Karakter yang ada pada diri masing-masing pemimpin itulah yang membedakan cara memimpin organisasi atau perusahaan.

Tabel 1. Perbedaan Kepemimpinan Feminim dan Maskulin

FEMINIM	MASKULIN
Kurang percaya pada diri sendiri	Sangat percaya pada diri sendiri
Tidak agresif	Sangat agresif
Tergantung	Tidak tergantung
Emosional	Tidak emosional
Subjektif	Objektif
Mudah terpengaruh	Tidak mudah terpengaruh
Pasif	Aktif
Tidak kompetitif	Sangat kompetitif
Sulit mengambil keputusan	Mudah mengambil keputusan
Tidak mandiri	Mandiri
Mudah tersinggung	Tidak mudah tersinggung
Tidak suka spekulasi	Suka spekulasi
Mebutuhkan rasa aman	Tidak membutuhkan rasa aman
Sangat memperhatikan penampilan	Tidak memperhatikan penampilan

Sumber: (Fitriani, 2015)

Kepemimpinan laki-laki menggambarkan pekerjaannya seperti sebuah transaksi, yaitu transaksi antara dia dengan bawahannya. Maksud dari transaksi yaitu hubungan timbal balik antara pemimpin dengan karyawan. Dimana karyawan memberikan jasa yang telah diberikan sedangkan pemimpin memberikan imbalan terhadap apa yang telah karyawan kerjakan. Selain imbalan kepemimpinan pria juga sering memberikan hukuman apabila kinerja karyawan tidak sesuai dengan yang ditetapkan. Sedangkan kepemimpinan wanita lebih banyak menggunakan pendekatan partisipasi dimana pemimpin dapat lebih dekat dengan karyawannya dan juga terjun langsung membantu apa yang dibutuhkan oleh karyawan. Dari hal itu karyawan dapat merasakan kedekatan dengan pemimpin dan dapat memperkuat citra kerja mereka. Dalam hal kekuasaan, kepemimpinan laki-laki lebih menonjolkan otoritas formalnya sebagai pemimpin. Biasanya kuasa dalam struktur organisasi menunjukkan seberapa banyak dan pentingnya informasi yang dimiliki (Sasmita, Jumiati dan Said, 2013). Semakin tinggi jabatan atau kedudukan yang dimiliki dalam sebuah struktur, maka

memudahkan untuk mendapatkan sebuah data dan informasi yang penting. Sedangkan Sedangkan jika memiliki jabatan yang rendah maka dalam memperoleh informasi tidak begitu banyak atau hanya sedikit. Pemimpin perempuan memiliki sifat mudah berbagi termasuk berbagi informasi yang diketahuinya kepada bawahannya. Ini dikarenakan pemimpin perempuan tidak begitu mementingkan kedudukannya sebagai pemimpin. Perbedaan selanjutnya diantara pemimpin perempuan dan pemimpin laki-laki yaitu pemimpin laki-laki membangun citranya yang berprestasi dan berkarya. Sedangkan pemimpin wanita lebih menunjukkan dengan hubungan antar sesama yang baik.

Kemudian terdapat penelitian (Mewengkang, Mandey, dan Ruru, 2016) yang menyatakan bahwa kepemimpinan yang dilakukan oleh perempuan di Sekretariat Daerah Kabupaten Minahasa Selatan berjalan dengan baik. Ditemukan bahwa para perempuan yang memiliki kedudukan di Sekretariat Daerah Kabupaten Minahasa memiliki kemampuan bekerja yang sepadan dengan laki-laki sehingga pemimpin perempuan mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Pemimpin perempuan juga terlihat aktif dalam berbagai hal, memiliki personalitas yang baik, berwibawa sehingga mampu dalam mengarahkan instansi yang dipimpinnya.

Menurut (Rosener dalam Parashakti, 2015) gaya kepemimpinan manajer perempuan yaitu:

1. Pemimpin perempuan cenderung menerapkan kepemimpinan bentuk transformasional karena mampu memberikan dorongan kepada orang lain dan membagikan apa saja yang didapatkan kepada rekan maupun bawahannya jika dibandingkan dengan pemimpin laki-laki
2. Pemimpin perempuan sering menerapkan hubungan yang aktif dengan cara mengajak kerja sama, menjunjung kehormatan orang lain, dapat berbagi informasi dan membagi wewenangnya
3. Dalam hal kekuasaan, pemimpin perempuan memiliki kemampuan dalam menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan orang lain, mampu berkomunikasi yang baik secara verbal maupun non-verbal. Hal itu yang membuat pemimpin perempuan merasa memiliki kekuasaan dibandingkan pemimpin laki-laki yang hanya sekadar memiliki jabatan
4. Pemimpin perempuan meyakini bahwa jika dalam diri seseorang merasa percaya diri akan kemampuannya dan merasa senang dalam menjalankan suatu pekerjaan, maka hasil yang di dapat juga akan baik. Oleh karena itu pemimpin perempuan mampu menciptakan *positive vibes* kepada siapapun
5. Pemimpin perempuan sering melibatkan banyak orang dalam berbagai hal dan menanamkan nilai-nilai, visi, misi, dan tujuan dari organisasi sehingga orang tersebut akan merasa menjadi bagiannya

Tetap berdasarkan (Rosener dalam Parashakti, 2015), pemimpin laki-laki cenderung menerapkan gaya kepemimpinan sebagai berikut:

1. Pemimpin laki-laki sering menggunakan gaya kepemimpinan transaksional. Dimana gaya tersebut berisi tentang hubungan timbal balik antara atasan dengan

bawahan. Bawahan memberikan jasa sedangkan atasan memberikan upah. Tidak jarang pemimpin laki-laki memberikan hukuman apabila bawahannya melakukan kesalahan

2. Tidak seperti perempuan yang kekuasaannya berasal dari kemampuan intrapersonal, kekuasaan pemimpin laki-laki berasal dari jabatan dan wewenang

Berdasarkan ciri-ciri yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa kebanyakan pemimpin perempuan cenderung lebih senang untuk bekerja sama dan bekerja secara berkelompok serta mementingkan kenyamanan. Sedangkan kepemimpinan laki-laki lebih cenderung berorientasi pada tugas, bersifat ambisius dan memiliki sifat bersaing yang tinggi.

Kinerja Karyawan

Kinerja dari seorang karyawan dapat dipengaruhi dari cara seorang pemimpin dalam mengendalikan organisasinya. Kinerja karyawan merupakan salah satu variabel dependen yang berhubungan langsung dengan kepemimpinan atau melalui variabel antara atau mediasi (Wirawan, 2013). Setiap organisasi atau perusahaan pasti memiliki gaya kepemimpinannya tersendiri. Setiap pemimpin diwajibkan untuk dapat mengelola organisasinya supaya tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Tidak hanya itu, sosok pemimpin wajib bisa memengaruhi bawahannya supaya bawahannya dapat bekerja secara maksimal dan menghasilkan tujuan yang ingin dicapai. Keberhasilan dari seorang pemimpin perempuan maupun laki-laki dapat dilihat berdasarkan hasil dari kinerja karyawan. Kinerja karyawan yang baik dan memiliki prestasi akan membuahkan hasil kerja yang baik, begitupun sebaliknya. Berdasarkan penelitian-penelitian yang terdahulu menunjukkan bahwa kinerja karyawan cukup besar dipengaruhi oleh faktor gender (Christian, 2017). Kepemimpinan perempuan memberikan dampak yang nyata terhadap kinerja karyawannya (Mayasari, 2016). Hal itu dapat diketahui berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan di PT AIA Chandra Utama Agency Kupang. Hal tersebut memiliki pengaruh sebesar 61%. Kemudian semangat dan keteraturan kerja karyawan akan baik dan meningkat apabila pemimpin wanita memiliki citra yang positif dimata karyawan begitu pula sebaliknya. Hal ini ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya dari (Wulan & Istiana, 2014) terhadap pekerja di PT. PLN Persero Area 'X' yang menunjukkan sebesar 42,7%. Dimana ada faktor lain selain kepemimpinan berdasarkan gender yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

Perbedaan *gender* juga akan membuat perbedaan perlakuan terhadap para bawahan atau karyawan dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Perbedaan perlakuan juga berdampak pada kinerja karyawan. Kepemimpinan yang dilakukan oleh perempuan menunjukkan bahwa mampu bersosialisasi dengan karyawan, mau turun tangan di lapangan, tegas dan tetap memiliki rasa toleransi, dan mendukung karyawan. Dampak dari kepemimpinan tersebut yaitu karyawan merasa nyaman dalam bekerja karena pemimpinnya mau turun tangan dengan mereka, dan pelanggaran yang dilakukan cukup jarang terjadi (Thalita, 2017). Model kepemimpinan yang dilakukan oleh pemimpin perempuan dapat membuat iklim komunikasi meningkat dan

mempunyai pengaruh baik. Artinya pemimpin perempuan memberikan rasa dukungan kepada para karyawan.

Sedangkan kepemimpinan yang dilakukan oleh laki-laki menunjukkan bahwa lebih berorientasi pada hasil. Dimana pemimpin ini lebih mengedepankan pekerjaan daripada hubungan interaksi dengan karyawannya, bersikap disiplin, tegas, dan memberikan hukuman. Dampaknya karyawan akan sangat berhati-hati dalam bekerja dan lebih sadar akan tugas yang telah diperintahkan.

Kepemimpinan menurut gender juga mampu mempengaruhi komitmen karyawan (Sabrina dan Sabeth, 2013). Artinya komitmen karyawan ini mempengaruhi terhadap kinerjanya. Karena berdasarkan hasil karyawan dibawah pemimpin perempuan dan karyawan dibawah pemimpin laki-laki memiliki karir komitmen yang berbeda, hal ini dipengaruhi oleh atasan mereka apabila karyawan dibawah pemimpin perempuan karir komitmen karyawan dilihat dari bagaimana karyawan mampu Mampu menuntaskan tugasnya sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan sesuai dengan arahan dari pemimpin perempuan tersebut, sedangkan apabila karyawan dibawah pemimpin laki-laki karir komitmen karyawan dapat dilihat dari bagaimana karyawan dapat mengikuti segala kegiatan yang diadakan organisasi/perusahaan. Kemudian terdapat penelitian (Maseni, N.P.C., Supartha, I.W.G., & Piartini, 2017) yang menyatakan bahwa kepemimpinan yang dilakukan oleh seorang pemimpin dengan karakter maskulin di PDAM Tirta Mangutama Bandung menghasilkan respon yang baik dan berbanding lurus terhadap kepuasan kerja oleh pegawai. Kepuasan kerja pegawai akan semakin meningkat jika pemimpin menerapkan kepemimpinan maskulin secara ketat. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan di Industri Hotel di Iran yang menyatakan bahwa kepemimpinan dengan karakter maskulin dapat mempengaruhi secara signifikan akan kepuasan kerja pegawai (Arzi dan Farahbod, 2014). Berdasarkan penelitian terdahulu (Fajrin dan Susiolo, 2018) gaya kepemimpinan yang berbentuk otoriter lebih berpengaruh dalam meningkatkan kinerja karyawan. Selain itu terdapat juga yang mengatakan bahwa kepemimpinan model demokrasi memiliki pengaruh besar terhadap kinerja karyawan

KESIMPULAN

Dari beberapa definisi yang ada, kepemimpinan adalah sebuah cara atau gaya yang dapat mempengaruhi individu atau kelompok. Setiap pemimpin pasti memiliki caranya sendiri untuk mengelola organisasi atau perusahaan. Melalui gaya kepemimpinan tersebut, para pemimpin dapat mempengaruhi motivasi atau kinerja karyawan untuk lebih baik sehingga membuahkan hasil yang diinginkan. Bukan cuma laki-laki yang mampu menjadi seorang pemimpin, tetapi wanita pun sanggup mengemban tugas sebagai pemimpin. Pada umumnya sifat wanita yaitu kurang aktif, mampu menyesuaikan diri, dan memiliki intuisi yang kuat, sedangkan laki-laki lebih agresif, aktif dan mendominasi. Menurut (Appelbaum et al, 2003) dimana *gender* maskulin cenderung menggunakan *transactional leadership* sedangkan *gender* feminine cenderung menggunakan *transformational leadership*

SARAN

Masukan yang dapat disampaikan yaitu selaku pemimpin entah itu perempuan maupun laki-laki patut memiliki nilai-nilai yang baik. Menjaga hubungan yang baik juga terhadap para bawahan atau karyawan sehingga merasakan adanya ikatan kekeluargaan supaya dapat mendorong produktivitas dari perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiah, Indah. (2013). Peran-peran perempuan dalam masyarakat. *Jurnal Academica Fisip Untad*. 5 (2), 1087.
- Ambarwati, Nia. (2015). Gaya kepemimpinan yang efektif dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan pada pt. sumber mas indah plywood. *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 3 (3), 5
- Appelbaum, Steven H., Lynda Audet, & Joanne C. Miller. (2003). Gender and leadership? leadership and gender? a journey through the landscape of theory. *Leadership & Organizational Development Journal*, Vol. 24 (1): 43- 51.
- Arzi, Soureh., & Leyla Farahbod. (2014). The impact of leadership style on job satisfaction: a study of Iranian hotels. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 6 (3):171-186.
- Chrispi, E.R. (2018). Penerapan gender terhadap gaya kepemimpinan terkait result control dan process control di rumah makan x. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 7 (1). 634-635.
- Christian, Andries. (2017). Analisis pengaruh kepemimpinan dan gender terhadap kinerja karyawan pt city era abadi. *AGORA* 5 (01), 3.
- Depdiknas. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Dessler, Gary. (2006). *Manajemen sumber daya manusia (edisi kesepuluh jilid 1)*. Jakarta: PT Indeks.
- Eagly, A.H., and Johnson, B.T. (1990). Gender and leadership style: A meta analisis. *Psychological Bulletin*, 108(2), 233-256.
- Fajrin, I.Q., & Susilo, Heru. (2018). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening (studi pada karyawan pabrik gula kebon agung Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61 (4), 12.
- Fitriani, Annisa. (2015). Gaya kepemimpinan perempuan. *Jurnal TAPIS* 11 (2), 4-6.
- Jamaludin, Agus. (2017). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT.Kaho Indahcitra Garment Jakarta. *Journal of Applied Business and Economics* 3 (3). 164- 167.
- Kartono, Kartini. (2003). *Pemimpin dan kepemimpinan (apakah kepemimpinan abnormal itu)*. Jakart: P.T Raja Grafindo Persada.

- Klenke, Karin. (2003). Gender influence in decision making processes in top management team leadership. *Gender in Management: An International Journal*, 41(10). 1024-1034. DOI: [10.1108/00251740310509553](https://doi.org/10.1108/00251740310509553).
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (1987). *The leadership challenge: how to get extraordinary things done in organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Lu, E.L.T. (2013). Relevansi gender terhadap leadership style dan penerapan result control di fakultas bisnis program studi s-1 universitas "x". *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 2 (1), 5-8.
- Lussier, N. Robert, & Achua F. Christopher. (2001). *Leadership : Theory, application, and skill*. Australia: South Western
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2001). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Rosdakarya.
- Maseni, N.P.C., Supartha, I.W.G., & Piartini, P.S. (2017). Pengaruh kepemimpinan maskulin dan budaya maskulin terhadap kepuasan kerja pegawai PDAM Mangutama Badung. *E-Jurnal Manajemen Unud* 6 (7). 3450-3453.
- Mayasari, Dian. (2016) Pengaruh gaya kepemimpinan perempuan terhadap kinerja karyawan di PT. AIA Chandra Utama Agency Kupang. *AGORA* 4 (1). 779-789.
- Meizara, E., Dewi, P., & Basti. (2016). Analisis kompetensi kepemimpinan wanita. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 4 (02). 178-180.
- Menon, Maria E. (2002). Perceptions of preservice and in-service teachers regarding the effectiveness of elementary school leadership in cyprus. *The International Journal of Educational Management* 16(2). 91-97.
- Mewengkang, L., Mandey, J., & Ruru, J.M. (2016). Peranan kepemimpinan perempuan dalam jabatan publik (studi pada kantor sekretariat daerah Kabupaten Minahasa Selatan). *Jurnal Administrasi Publik* 2 (44), 5.
- Nahavandi, A. dan Malekzadeh, A.R. (1993). *Organizational behaviour: the person-organization fit*. New Jersey : Prentice Hall
- Su'ud, Muh. (2000). Persepsi sosial tentang kredibilitas pemimpin. *Sinergi Kajian Bisnis Dan Manajemen* 3 (1). 51-65.
- Parashakti, R.D. (2015). Perbedaan gaya kepemimpinan dalam perspektif maskulin dan feminin. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 1 (1), 96-97.
- Porter, L. W., Crampon, W. J., & Smith, F. J. (1976). Organizational commitment and managerial turnover. *Organizational Behavior and Human Performance*, 15(1), 87-98. DOI: [10.1016/0030-5073\(76\)90030-1](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90030-1).
- Prawirosentono, Suyadi. (2008). *Manajemen sumberdaya manusia kebijakan kinerja karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Rivai, Veithzal. (2010). *Kepemimpinan dan perilaku organisasi (ed. 3)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rosyidi, Abdul Wahid. (2015). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pustakawan pada perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya. *Libri-Net* 4 (1), 4-6.

- Sabrina & Sabeth, Elis. (2013). *Pengaruh gender dan gaya kepemimpinan terhadap karir komitmen pada karyawan rumah sakit bumi waras Bandar Lampung*. Undergraduate Thesis. Binus.
- Saryono. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sasmita, Jumiaty dan Said As'ad Raihan. (2013). *Kepemimpinan pria dan wanita, Surabaya: proceeding of the 6th ncfb and doctoral colloquium*. Fakultas Bisnis dan Pascasarjana. Unika Widya Mandala.
- Schein, Edgar H. (1992). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey Bass
- Siagian, Sondang P. (2002). *Kiat meningkatkan produktivitas kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siagian, Sondang P. (2006). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siswandi, Muhammad. (2014). *Pengaruh kepemimpinan perempuan terhadap kinerja karyawan dengan komitmen organisasi sebagai variabel intervening di politeknik maritim negeri Indonesia Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Manajemen. Universitas Islam Indonesia.
- Soekarso, Iskandar Putong. (2015). *Kepemimpinan kajian teoritis dan praktis (volume 1 dari kepemimpinan edisi 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Thalita, S. (2017). *Implikasi leadership style dan gender terhadap kinerja pada family business: studi kasus pada bakery x, Yogyakarta*. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 6 (2). 303-304.
- Thoha, Miftah. (1995). *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Thoha, Miftah. (2007). *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tilaar, Martha & Widiarto, W.T. (2003). *Leadership quotient : perempuan pemimpin Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Wirawan. (2013). *Kepemimpinan, teori psikologi, perilaku organisasi, aplikasi dan penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wulan, R. & Istiana. (2014). *Hubungan antara kepemimpinan wanita dengan disiplin kerja*. *Analitika Jurnal Magister Psikologi Uma* 6 (1). 47-48.
- Yukl, Gary. (2013). *Leadership in organization (8th edision)*. Boston: Pierson Education.
- Yulianti, R., Putra, D.D., & Takanjanji, D.D. (2018). *Women leadership: telaah kapasitas perempuan sebagai pemimpin*. *MADANI Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan* 10 (2), 19- 21.

PENGARUH PRAKTIK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP EMPLOYEE ENGAGEMENT PADA STAFF PENGAJAR DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI MALANG

Mellani Wuri Bungsu Putri, Dediek Tri Kurniawan

Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang

ABSTRAK

Aset paling berharga yang dimiliki oleh suatu organisasi ialah sumber daya manusia. Praktik manajemen sumber daya manusia digunakan untuk mengelola sumber daya yang ada dalam organisasi sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Praktik manajemen sumber daya manusia dalam organisasi merupakan pembentuk dari sikap, persepsi dan perilaku yang dimiliki karyawan. *Employee engagement* atau keterlibatan karyawan sangat diperlukan dalam upaya menghadapi persaingan dalam dunia usaha yang semakin tinggi. Karyawan yang mempunyai keterikatan dalam organisasi di suatu instansi akan selalu berusaha memberikan yang terbaik. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden. Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang di Universitas Negeri Malang dengan menggunakan sampel staff pengajar atau dosen. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah praktik manajemen sumber daya manusia seperti: kinerja, partisipasi, pelatihan, penilaian prestasi kerja serta perencanaan karier dosen dapat mempengaruhi *employee engagement* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang (FEB UM).

Kata kunci: *Praktik SDM, employee engagement, staff pengajar*

LATAR BELAKANG

Sumber daya yang paling utama dan penting dalam sebuah organisasi adalah manusia. Hal ini disebabkan oleh sumber daya yang dimiliki manusia merupakan aset serta sebagai penggerak dalam organisasi untuk mencapai tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya secara efisien dan optimal. Strategi pendekatan manajemen yang terintegrasi dan paling berharga dalam pengelolaan sebuah organisasi dapat diartikan sebagai sumber daya manusia, didalamnya juga terdapat orang yang telah bekerja dan berkontribusi penuh untuk tujuan organisasi yang hendak dicapai (Armstrong, 2006). Seiring perkembangan ekonomi yang dinamis membuat persaingan antara masing-masing organisasi semakin besar, sehingga organisasi dalam sebuah instansi dituntut untuk mampu menyusun strategi yang tepat supaya menjadi instansi kompetitif. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk membantu menjadi lebih kompetitif ialah dengan memiliki sumber daya manusia atau pegawai yang kompeten dalam bidangnya. Dalam suatu instansi pendidikan salah satunya organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang (FEB UM), dosen dapat menjadi salah satu sumber daya manusia yang mendukung kemajuan dalam organisasi. Sumber daya manusia yaitu dosen, sebagai penggerak operasional organisasi dalam suatu instansi yang dapat bekerja secara individu atau kelompok dengan arahan pimpinan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Sumber daya manusia menjadi faktor pembeda dalam sebuah organisasi dalam sebuah instansi seperti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Sumber

daya manusia (*Human Resources*) merupakan orang yang siap, mau dan mampu dalam memberi kontribusi pada usaha pencapaian tujuan organisasi (Wether, dan Davis, 1996: 596). Sumber daya manusia yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah dosen. Sumber daya manusia berisi dua sisi, yaitu sisi SD dan sisi M. Maksud dari pernyataan tersebut ialah dimensi pokok sisi SD merupakan kontribusi terhadap organisasi, sedangkan dimensi pokok M ialah perlakuan organisasi terhadap karyawan. Unsur-unsur sumber daya manusia meliputi: (a) kemampuan (*capabilities*) yang terdiri dari keahlian, intelegensi, potensi, bakat, keterampilan; (b) sikap (*attitude*), (c) nilai (*value*), (d) kebutuhan (*needs*), serta karakteristik demografisnya atau penduduk. Unsur-unsur sumber daya manusia sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, misalnya norma-norma dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, tingkat pendidikan serta peluang yang tersedia. Orang yang berada dalam organisasi dapat dibedakan satu dengan yang lain melalui unsur-unsur sumber daya manusia tersebut. Perbedaan yang dimiliki masing-masing individu di organisasi sangat penting untuk diketahui agar sedapat mungkin dapat mengakomodasikannya. Maka dari itu penting bagi suatu organisasi untuk mengembangkan, memelihara serta mengelola sumber daya manusia dengan sistem yang benar, baik dan tepat.

Sumber daya manusia harus selalu ditingkatkan supaya terjadi peningkatan dalam kinerja organisasi tersebut. Hal ini dilakukan dalam upaya menghadapi perubahan lingkungan organisasi yang cepat dan memiliki persaingan ketat dengan organisasi dalam instansi lain. Seseorang yang berada di dalam organisasi seperti dosen, harus mampu beradaptasi dengan menyesuaikan lingkungan tempat organisasi itu berada. Sistem pengelolaan sumber daya manusia banyak dikenal dengan sebutan manajemen sumber daya manusia (MSDM). Manajemen sumber daya manusia mencakup praktik-praktik pengelolaan sumber daya manusia yang berada di sebuah organisasi dalam instansi terkait maupun perusahaan. Praktik-praktik dan kebijakan yang dibutuhkan untuk melaksanakan aspek manajemen personalia pada pekerjaan mengacu dengan manajemen sumber daya manusia, selain itu msdm mencakup memperoleh pelatihan, menilai, bermanfaat serta menyediakan lingkungan etis, aman dan adil untuk karyawan di perusahaan (Dessler, 2009).

Dosen merupakan elemen penting dalam menjalankan sebuah organisasi, salah satunya di dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Karyawan dengan *engagement* dapat memberikan manfaat yang lebih besar namun hanya membutuhkan biaya kecil. Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya juga ditentukan dari sumber daya manusia dalam organisasi tersebut. Sumber daya manusia yang berkualitas dapat menjadi tolak ukur dari sebuah instansi dengan melihat seberapa keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Kualitas sumber daya manusia salah satunya dosen dapat dilihat dengan seberapa besar kontribusi dalam menjalankan tugasnya di dalam instansi terkait. Kontribusi dapat dikatakan maksimal apabila setiap sumber daya manusia mempunyai keterikatan tinggi dalam organisasi. Apabila dosen yang bekerja di dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang tidak memiliki keterkaitan tinggi, maka tujuan dari organisasi tidak akan tercapai serta

berakibat tidak mampu meraih kesuksesan yang lebih besar. Hal ini dikarenakan dengan *employee engagement* yang tinggi dalam organisasi akan mampu meningkatkan kinerja karyawan sehingga produktivitas organisasi itu juga meningkat. Praktik yang ada dalam manajemen sumber daya manusia dapat berupa praktik seleksi, pelatihan dan pengembangan serta evaluasi kinerja karyawan (Robbins, & Judge, 2013). Praktik manajemen sumber daya manusia dari setiap organisasi berbeda, hal ini dikarenakan jenis organisasi yang bersangkutan. Pelatihan, pengembangan, pemberdayaan, kompensasi, penilaian kerja, rotasi kerja, sistem seleksi serta partisipasi karyawan merupakan macam-macam praktik manajemen sumber daya manusia (Abdalkarim, 2012).

Praktik manajemen sumber daya manusia dapat mempengaruhi karyawan melalui kemampuan dan motivasi dalam struktur organisasi untuk mengontrol perilaku serta bagaimana peran karyawan di organisasi. Hal lain yang dirancang untuk memotivasi karyawan dalam upaya mencapai keberhasilan suatu organisasi ialah lingkungan tempat kerja. Se jauh pengetahuan peneliti, penelitian mengenai pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia di sektor pendidikan belum banyak dilakukan. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia terhadap *employee engagement* pada dosen FEB UM. Dalam melaksanakan tugas dan fungsi peningkatan kinerja, maka sumber daya manusia di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang perlu ditingkatkan khususnya dari segi praktik-praktik manajemen sumber daya manusia. Hal ini dilakukan supaya terjadi peningkatan kinerja organisasi dan kinerja sumber daya manusia di FEB UM.

KAJIAN LITERATUR

Menurut (Sukoco, 2007), Seorang karyawan atau dosen dapat memberikan kontribusi yang baik serta signifikan terhadap organisasi karena lebih memahami dan mengetahui aspek pekerjaan yang dilakukan dibandingkan dengan atasan mereka. Partisipasi mampu menggambarkan keterlibatan emosional dan mental seseorang dalam suatu organisasi yang mana individu tersebut mampu berkontribusi dalam kelompok. Hal ini sesuai dengan dimensi yang ada dalam teori partisipasi. Partisipasi yang dilakukan oleh setiap individu mampu memberikan efek positif pada kinerja suatu organisasi. Menurut (Yani, 2012), perencanaan karir merupakan suatu proses dimana setiap individu memilih career goals dan career path yang memiliki maksud dalam mencapai tujuan. Dari pengertian perencanaan karir tersebut suatu organisasi mempunyai kewajiban untuk memanfaatkan semaksimal mungkin kemampuan setiap individu serta memberikan kesempatan mereka untuk tumbuh dan menyadari potensi yang mereka miliki. Salah satu cara dalam mengoptimalkan adalah dengan perencanaan karir dari masing-masing individu. Menurut (Mullins, 2002), sistem penilaian kinerja ialah sebuah tolak ukur dalam menilai kinerja seseorang, menyoroti potensi yang dimiliki untuk kemajuan karir masa depan seseorang tersebut serta meningkatkan kinerja dalam sebuah organisasi. Kinerja seorang pegawai merupakan sebuah pusat manajemen sumber daya manusia yang efektif serta dapat dioptimalkan dengan memberi penilaian terhadap prestasi kerja karyawan itu sendiri. Pelatihan,

pengembangan, pemberdayaan, kompensasi, penilaian kerja, rotasi kerja, sistem seleksi serta partisipasi karyawan merupakan macam-macam praktik manajemen sumber daya manusia (Abdalkarim, 2012). Teori Maslow menyatakan bahwa salah satu kebutuhan dari setiap individu ialah aktualisasi di dalam dirinya. Aktualisasi diri yang dilakukan merupakan kebutuhan dalam memenuhi kebutuhan dari diri individu tersebut secara maksimum. Salah satu cara pengidentifikasian dalam lingkungan organisasi dapat dilakukan melalui pelatihan yang diikuti.



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran penelitian

Hipotesis:

H1. Praktek-praktek sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak. Dalam pengumpulan data menggunakan instrument penelitian serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2010). Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang, dalam bentuk wawancara serta penyebaran angket atau kuesioner terstruktur yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti saat melakukan penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian adalah 24 Februari 2020.

Menurut Sugiyono (2010:115) mendefinisikan pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dari penelitian ini ialah seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Peneliti menentukan seluruh jumlah populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian dengan pengambilan sampel jenuh atau sensus dimana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini dapat diartikan sebagai jumlah sampel yang diambil sama dengan jumlah populasi yakni sebanyak 132 orang dosen FEB UM yang dijadikan responden penelitian.

Teknik Analisis Data

Dikarenakan penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif, maka data yang diperoleh dari responden yaitu dosen FEB UM melalui kuesioner dapat dikodekan sesuai dengan skala likert 1-5. Untuk memudahkan dalam membaca dan menganalisis

data kemudian data ditabulasi dengan menggunakan analisis statistik dengan program komputer SPSS. Data yang sudah terkumpul akan dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan metode regresi linear berganda yang dapat diartikan sebagai model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Dalam mengetahui kelayakan metode regresi berganda dapat di uji dengan validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis regresi linear berganda.

Instrumen yang di ukur dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui jawaban dari responden dengan memberikan nilai pada setiap kategori pernyataan yang telah di susun menggunakan skala likert yang berisi 5 poin. Setiap jawaban di kuesioner ini akan diberi skor dengan jumlah yang berurutan dari rendah ke tinggi. Skor atau nilai yang di berikan pada setiap kuesioner yang pada responden ialah seperti dibawah ini:

1. Sangat Setuju (SS) skor 5
2. Setuju (S) skor 4
3. Cukup Setuju (CS) skor 3
4. Tidak Setuju (TS) skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

Dari hasil data yang telah terkumpul dari kuisisioner yang diberikan pada responden, lalu akan disajikan metode analisis seperti di bawah ini :

Pengujian Hipotesis

Salah satu instrumen dalam sebuah penelitian yang dilakukan ialah kuesioner yang diberikan pada responden. Kriteria kuisisioner yang baik ialah harus memiliki data yang reliabel dan valid. Maka dalam mengetahui penelitian yang sudah dilakukan valid dan reliabel perlu dilakukan pengujian terhadap data kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas, penjelasannya ialah :

- a. Uji validitas dapat digunakan dalam mengukur kevalidan dari kuisisioner serta menjadi indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Dalam menguji kevalidan dapat dilakukan dengan cara korelasi bivariate dengan masing-masing jumlah nilai atau skor indikator variabel.
- b. Uji realibilitas ialah untuk mengukur sebuah kuisisioner yang telah peneliti buat dan sebarakan pada responden. Reabilitas ini dapat diukur dengan uji statistik *Cronbach alpha*. Suatu variabel dalam sebuah penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach alpha* $< 0,60$.

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan sementara yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal dan dituntut untuk melakukan pembuktian (Sudjana, 2005). Hipotesis dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

- H1 : Praktek-praktek manajemen sumber daya manusia yaitu: partisipasi karyawan, perencanaan karir, penilaian prestasi kerja, dan pelatihan diduga berpengaruh secara parsial terhadap kinerja organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.
- H2 : Praktek manajemen sumber daya manusia yaitu: partisipasi karyawan, perencanaan karir, penilaian prestasi kerja, dan pelatihan diduga tidak

berpengaruh secara simultan terhadap kinerja organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 132 orang dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang, yang terdiri dari 60% dosen berjenis kelamin laki-laki dan 40% dosen berjenis kelamin perempuan. Usia dari responden yang paling dominan adalah pada rentang usia 50-60 tahun. Latar belakang pendidikan responden didominasi oleh lulusan Sarjana (S1) yaitu dengan persentase 68% dari total keseluruhan jumlah responden.

Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat ukur ketika melakukan penelitiannya (Azwar, 1986). Menurut Sugiyono (2008) validitas adalah ukuran kevalidan atau kesahihan dari instrument yang diuji. Pengujian validitas dilakukan peneliti untuk menguji alat ukur atau kuisioner yang diberikan kepada responden valid atau tidak valid dengan menggunakan korelasi *product moment*. Pengambilan keputusan valid atau tidaknya atribut berdasarkan nilai *r* hitung dibandingkan dengan nilai *r* tabel atau nilai probabilitas (*p-value*). Atribut dinyatakan valid apabila koefisien korelasi (nilai *r*-hitung) > *r*-tabel atau nilai *p-value* < 0,05. Adapun *r*-tabel untuk $n = 20$ adalah 0,444. Dengan demikian seluruh *r*-hitung (koefisien korelasi) yang diperoleh dari hasil pengolahan data penelitian ini lebih dari *r*-tabel. Hasil uji validitas ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel Uji Validitas

Item	Variabel	KMO	Bartlett's Test	Loading Factor
EE1	Employee Engagement	0,725	0,000	0,682
EE2				0,729
EE3				0,747
EE4				0,735
EE5				0,550
HR1	HR Practices	0,478	0,550	0,782
HR5				0,624
HR6				0,628

Sumber: Olahan Data SPSS

Tabel 1. menunjukkan bahwa uji validitas dari 6 variabel yang diteliti menghasilkan *loading factor* > 0,5, sehingga bisa dikatakan data valid. Meskipun sebelumnya variabel yang diteliti oleh peneliti ialah 9 variabel yang menunjukkan 3 variabel tidak valid karena < 0,5, maka dilakukan pemilihan variabel yang benar-benar dibutuhkan, sehingga 3 variabel tidak diikutsertakan. Setelah peneliti meninjau kembali, 3 kuisioner yang tidak diikutsertakan ternyata memang tidak bisa mengungkapkan

sesuatu yang diukur oleh kuisioner. Dijelaskan dalam tabel diatas bahwa variabel dengan *loading factor* terkecil 0,624 dan *loading factor* terbesarnya adalah 0,782 yang dapat diartikan sebagai mempunyai validitas tertinggi. Uji validitas semua data bisa dilihat melalui data Kaiser-Maiyer-Olkin (KMO) yang memperlihatkan 0,885, artinya $\geq 0,5$ sedangkan nilai signifikan pada Bartlett's Test of Sphericity $< 0,5$, menunjukkan pada angka 0,00. Dengan demikian uji validitas serta peneliti dapat melakukan analisa selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Menurut Walizer (1987) reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* yang merupakan keajegan pengukuran. Keseluruhan tingkat pengukuran sesuai dengan yang dikemukakan oleh Gozali (2006) menyatakan bahwa variabel atau konstruk yang dikatakan reliabel jika apabila nilai *crochbach alphanya* lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* $> 0,60$). Selain itu, pernyataan yang membentuk variabel tersebut sebagian besar memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0.3 . Hasil dari instrument uji reliabilitas pada Tabel 2. berikut ini. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan fasilitas aplikasi SPSS, yaitu dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas terhadap seluruh indikator pada dimensi-dimensi yang digunakan dalam penelitian dapat diterima. Hasil uji realibilitas ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's alpha	Correlated Item Total correlation
EE1	0,719	0,469
EE2		0,506
EE3		0,528
EE4		0,540
EE5		0,369
HR1	0,126	0,123
HR5		0,047
HR6		0,024

Sumber: Olahan Data SPSS

Tabel 2. menyatakan bahwa hasil dari instrument penelitian uji reliabilitas data diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronchbach Alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari 0,60. Hal ini dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator variabel dalam penelitian ini reliabel atau memenuhi syarat dengan nilai *alpha* terbesar 0,719 dan *alpha* terkecil 0,126.

Tabel Statistik deskriptif

Mean	Max.	Min.	S. Dev
------	------	------	--------

EEA	5,0042	6,0	3,8888	0,4112
HRA	5,2659	5,8	4,6666	0,2364

Sumber: Olahan Data SPSS

Uji Regresi

Uji regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependent (terkait) dengan satu atau lebih variabel independent (bebas) yang bertujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui (Gujarati, 2003). Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih tetapi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent. Berikut Tabel 3.1 uji regresi adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Uji Regresi

<i>Ajusted R²</i>	<i>Uji Simultan</i>		<i>Coefficient</i>	<i>Uji Parsial</i>	
	<i>F-test</i>	<i>Sig</i>		<i>T-tes</i>	<i>Sig</i>
0,008	2,034	0,156	0,217	1,426	0,156

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa nilai R atau koefisien korelasi sebesar 99,2 % artinya hubungan *Human Resource Practices* dengan variabel lainnya sangat kuat. Nilai *R square* atau koefisien determinasi juga sebesar 0,008, yang artinya praktik manajemen sumber daya manusia berpengaruh pada *employee engagement* yang diperkuat dengan beberapa faktor dari *Human Resource Practices* di dalamnya. Uji F Simultan memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Maka dinyatakan signifikan menolak H1 artinya secara simultan *Human Resource Practices* berpengaruh pada variabel *Employee Engagement*.

Hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Perencanaan Karir signifikansi (X1) $p\text{-value} = 0,007 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak H0 atau Perencanaan Karir (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y). Hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Penilaian Prestasi Kerja (X2) signifikansi $p\text{-value} = 0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak H0 atau Penilaian Prestasi Kerja (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y). Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Penilaian Pelatihan (X3) signifikansi $p\text{-value} = 0,654 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan menerima H0 atau Pelatihan (X3) tidak berpengaruh terhadap Kinerja (Y).

Pada pengujian pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia terhadap *employee engagement* pada dosen FEB UM memperlihatkan tingkat signifikansi $< 0,05$ yaitu 0.000 dimana memperlihatkan bahwa pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement* pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Berdasarkan pengolahan data, *coefficient* memperlihatkan angka 0,217 atau positif dimana memperlihatkan hubungan positif atau

searah. Semakin besar pengaruh praktek sumber daya manusia, semakin besar pula nilai *employee engagement* pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

Diskusi

Kesiapan praktek manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang penting dalam pencapaian kesuksesan perubahan organisasi serta tujuan dari suatu organisasi. Kenyataannya, di dalam suatu organisasi selalu dihadapkan pada tantangan atau masalah baru sehingga perlu dilakukan perubahan supaya organisasi tersebut dapat bertahan ditengah banyaknya kompetitor yang ada. Pentingnya faktor kesiapan dosen sebagai salah satu elemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang sehingga usaha dalam perubahan dapat berhasil. Pada penelitian ini akan dianalisis hubungan antara praktik manajemen sumber daya manusia terhadap *employee engagement*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *employee engagement* mempunyai hubungan signifikan dan positif dengan praktik manajemen sumber daya manusia untuk berubah dengan baik. Untuk diskusi tentang metode penelitian, peneliti sempat mengalami kesulitan dalam hal pengumpulan data. Pada awalnya peneliti menyebarkan kuisioner pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang dengan mencari satu persatu dosen pada ruangnya. Tetapi, metode tersebut tidak efektif untuk dilakukan karena dosen yang mengisi kuisioner tersebut sangat sedikit dibandingkan jumlah sampel yang peneliti inginkan. Akhirnya peneliti merubah cara penyebaran kuisioner dengan membuat janji kepada masing-masing dosen yang sebelumnya sudah dihubungi oleh peneliti. Cara ini cukup efektif dalam pengumpulan data. Namun, terdapat beberapa data yang dikumpulkan namun tidak dipakai karena tidak lengkapnya informasi yang dibutuhkan. Melalui pengumpulan data ini juga dapat diperoleh kesimpulan apabila praktik manajemen sumber daya manusia berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *employee engagement* dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

PEMBAHASAN

Pengaruh praktek manajemen sumber daya manusia yaitu perencanaan karir terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang

Hasil penelitian ini menunjukkan praktik manajemen sumber daya manusia berupa perencanaan karir dapat berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Artinya setiap peningkatan dan penurunan kinerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang di pengaruhi oleh peningkatan atau penurunan praktek manajemen sumber daya manusia salah satunya perencanaan karir dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

Pengaruh praktek manajemen sumber daya manusia yaitu penilaian prestasi kerja terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang

Hasil penelitian yang saya lakukan menunjukkan bahwa praktik manajemen sumber daya manusia berupa penilaian prestasi kerja berpengaruh positif serta

signifikan terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Ini berarti setiap peningkatan dan penurunan kinerja di FEB UM dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan praktek manajemen sumber daya manusia berupa penilaian prestasi kerja oleh dosen FEB UM. Kinerja dosen FEB UM yang tinggi sangat dipengaruhi oleh dosen FEB UM yang merasa bahwa prestasi kerja mereka dinilai dengan objektif serta dosen FEB UM yang dinilai tersebut jika berkinerja baik akan diberikan ganjaran sepadan dengan waktu serta pekerjaan yang diberikan pada organisasi tersebut.

Pengaruh praktek manajemen sumber daya manusia yaitu pelatihan terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang

Hasil penelitian ini yang saya lakukan menunjukkan bahwa praktik manajemen sumber daya manusia berupa pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dosen FEB UM. Ini berarti setiap peningkatan dan penurunan kinerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang tidak dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan praktik manajemen sumber daya manusia berupa pelatihan yang dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

Implikasi Manajerial

Salah satu aset yang dimiliki perusahaan adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia memegang peranan penting dan utama sebagai perencana, penggerak, pelaku serta pengambilan keputusan dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap pegawai yang bekerja dalam suatu perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda antara masing-masing pegawai. Cara mencapai tujuan perusahaan dengan baik salah satunya dengan mengelola sumber daya manusia agar mampu berfungsi secara maksimal dan optimal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, menghasilkan beberapa implikasi bagi pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Implikasi yang diperoleh antara lain: (1) Dalam meningkatkan *Employee Engagement* pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang, maka sebaiknya organisasi dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang harus melibatkan seluruh jajaran dosen saat pengambilan keputusan agar seluruh dosen tetap merasa terlibat dalam perusahaan, yang menjadikan dosen tetap semangat dan memiliki antusias dalam bekerja. Selain itu, pemberian reward kepada dosen atas pekerjaan yang dilakukan juga dapat meningkatkan tingkat *employee engagement*. (2) Untuk variabel *Employee Engagement*, pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang sebaiknya meningkatkan dalam hal membagikan informasi yang akurat dan tepat pada setiap anggota organisasi di dalamnya. (3) Dalam variabel *Employee Engagement*, pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang memberikan upaya untuk lebih mengatur waktu pola istirahat yang teratur atau jam kerja dari masing-masing dosen agar dosen tidak merasa bekerja secara terus menerus serta memperhatikan gaji yang diberikan. (4) Dalam meningkatkan *Human Resource Practices* pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang, sebaiknya diadakan peninjauan kembali terhadap hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja dosen, pihak fakultas dapat melakukan evaluasi terhadap tugas-tugas yang diberikan sehingga masing-masing

dosen tidak merasa terbebani karena tugas yang dikerjakan sudah sesuai dengan tugasnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia terhadap *employee engagement* pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang dengan menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuisioner yang kemudian data hasil penelitian diolah menggunakan metode pengolahan teknik analisis regresi sederhana atau uji regresi. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa praktik manajemen SDM berupa praktek manajemen sumber daya manusia, penilaian prestasi kerja, perencanaan karir serta pelatihan terbukti dapat berpengaruh kepada kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan antara lain data yang dianalisis merupakan hasil jawaban responden yang memiliki sifat persepsi serta keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian. Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan seperti dibawah ini :

1. Praktik-praktik manajemen sumber daya manusia yang terdiri dari perencanaan karir, partisipasi, pelatihan, kinerja pegawai, penilaian prestasi kerja sangat berpengaruh secara signifikan serta positif atau searah terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Hal ini dikarenakan apabila praktik manajemen sumber daya manusia meningkat maka kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang juga akan meningkat.
2. Praktik manajemen sumber daya manusia yaitu perencanaan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Hal ini dikarenakan perencanaan karir yang sudah disusun sebaik mungkin akan menghasilkan sesuatu menjadi lebih optimal. Perencanaan karir dapat diartikan sebagai suatu perencanaan tentang kemungkinan seorang dalam suatu organisasi sebagai individu yang meniti proses kenaikan pangkat atau jabatan sesuai persyaratan dan kemampuan yang dimiliki.
3. Praktik manajemen sumber daya manusia yaitu penilaian prestasi kerja dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Penilaian prestasi kerja ialah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja dosen FEB UM dalam penelitian yang saya lakukan dibandingkan dengan variabel perencanaan karir dan manajemen sumber daya manusia. Dalam memajukan karir seorang individu, kegiatan yang paling penting dilakukan ialah dengan memiliki prestasi kerja yang baik karena dapat mendasari semua kegiatan pengembangan karir lainnya. Kemajuan dari karir seseorang tergantung pada prestasi kerja yang dimiliki. Prestasi kerja didapatkan dari hasil kerja yang dicapai seseorang dalam rangka melaksanakan tugas atau pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

4. Praktik manajemen sumber daya manusia yaitu pelatihan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

Berdasarkan pembahasan dan penelitian di atas, maka penulis memberi saran seperti di bawah ini :

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang harus memperhatikan praktek-praktek manajemen sumber daya manusia seperti penilaian prestasi kerja dan perencanaan karir karena kedua faktor tersebut dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan dalam pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia khususnya untuk praktek manajemen sumber daya manusia di organisasi publik seperti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.
3. Dikarenakan penelitian ini terbatas pada praktek manajemen sumber daya manusia seperti penilaian prestasi kerja, perencanaan karir dan pelatihan, maka perlu dilakukan penelitian lainnya dengan praktek manajemen sumber daya lain yang mungkin dapat mempunyai pengaruh kuat terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalkrim, G. M. (2012). The Impact of Human Resource Management Practices on Organizational Performance in Saudi Banking Sektor. *European Journal of Business and Management*, 4(21), 188-196.
- Absar, M. M., Nimalathan, B., & Jilani, M.M. (2010). Impact of HR Practices on Organizational Performance in Bangladesh. *International Journal of Business and Information Technology*, 3(2), 15-19.
- Armstrong, M. (2001). *A Handbook of Human Resource Practice 8th Ed.* London, Kogan Page.
- Cascio, wayne F., (1995). *Managing Human Resources: Productivity, Quality of Work Life, Profits*, New York: Me Graw – Hill, Inc.
- Castetter, William, B., (1996). The Human Resource Function in Educational Adinistrastiofi Columbus, Ohio: Merril, Englewood Cliffs, New Jersey. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 3(2), 59-81.
- Collins, C. J., & Clark, K. D. (2003). Strategic Human Resources Practices and Top Management Team Social Networks: An Examination of the Role of HR Practices in Creating Organizational Competitive Advantage. *Academy Management Journal*, 46(6), 740-752.
- Dessler, G. (2014). *Manajemen SDM (14th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat. *Journal Of Applied Managerial Accounting*.
- Dessler, G. (2013). *Human resources management eleventh edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Handoko, 2004. *Penilaian Prestasi Kerja, Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE
- Khasman, A. M., & Al-Ryalat, H. A. (2015). The Impact of Electronic Human Resource Management (E-HRM) Practices on Business Performance in Jordanian Telecommunication Sektor: *"The Employess. Journal of Management Research, 7(3), 115-129.*
- Mahmood, F., Iqbal, N., & Sahu, S. R. (2014). The impact of Human Resorce Management Practices on Employee Performance in Banking Industry of Pakistan. *Euro- Asian Journal of Economic and Finance, Vol.2. page 86-99.*
- Marwansyah, 2010. *Manajemen sumber daya manusia*. Alfabeta:Bandung.
- Me kenna, Eugene & Nick Beech, (1995). *The Essence of Human Resource management*. London: prentice Hall International (UK) Ltd.
- Mufeed, S. A., & Gulzar, R. (2015). The of Human Resource Management Practice on Organizational Performance of Bank Employee in Punjab National Bank (PNB). *International Journal of Managerial Studies and Research, 3(6), 9-18.*
- Mullins, J. L. (2002). *Management and Organizational Behavior*. Prentice Hall.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior (15th ed.)*. Pearson Education, Inc. *Journal Of Applied Managerial Accounting*
- Robbins, S.P. (1996). *Perilaku Organisasi (H. Pujaatmaka, Penerj.)* Jakarta: PT. Prehallindo.
- Safitri 2013, Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 1 Nomor 4 Juli 2013*.<https://www.ejournal.unesa.ac.id/article/8602/56/article>. Diakses 14 Maret 2020. Hal. 1044 - 1054
- Siagian, 2004: 139. *Perencanaan Karir, Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Askara, Jakarta.
- Schuler, S Randall & kackson, E. Susan., (1996). *Human Resources Management*. New York: West Publishing Company.
- Shabbir, M. S. (2014). The Impact of Human Resource Practices on Employee Perceived Performance in Pharmaceutical Sector of Pakistan. *African Journal of Business Management, Vol.8(15). Page 626-632.*
- Shams, Y., Radmand, L., & Batoie, Y. (2013). JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING Effects of Human Resource Management Practices On Organizational Performance An Empirical Study Of And Gas Industry in Malaysia. *Business and Management Quarterly Review, 17-26.*
- Sugiyono. 2010. Pengaruh praktik-praktik manajemen sumber daya manusia terhadap kinerja pegawai pada kantor pelayanan kekayaan negara dan lelang (KPKNL) Manado. *Jurnal EMBA, 4(4), 1229-1248.*
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, cv. Bandung.
- Sukoco, B. M. (2007). *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Surabaya: Erlangga.
- Suyoto, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.

- Thomas, O. O., Olagbade, A. O., & Folarin, E. A. (2014). Human Resource Management Practices and Organizational Performance in Nigerian Firms. *International Journal of Social Sciences and Human Reviews*, 4(4), 131-136.
- Tua G Adhytia, Bernhard Tewal, & Merlyn Karuntu 2014, konsep diri, pendidikan dan pelatihan, disiplin kerja terhadap prestasi kerja pegawai di kejaksanaan tinggi Sulawesi utara. *Jurnal EMBA Vol.2 No.1 Maret 2014*.
<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/issue/view/610/showToc>. Diakses 14 Maret 2020. Hal. 353-362.
- Usman, M., & Dugguh, S. (2014, December). Human Resource Management Practice and Organizational Performance in Teritiary Institutions in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, II(12), 1-14.
- Wether, & Davis, 1996. Manajemen sumber daya manusia di perguruan tinggi. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 3(2), 59-81.
- Yang, C.-L. (t.thn.) The Impact of Human Resource Management Practices in Manufacturing Organization in Taiwan. 45-69.
- Yani, M. (2012). *Manajemen SDM*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Zhai, X., & Liu, A.

PENGEMBANGAN MODUL OTOMATISASI TATA KELOLA KEUANGAN MENGUNAKAN PENDEKATAN STEM UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA

Regita Cahyanti Ismatanti, Wening Patmi Rahayu

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
E-mail: regitacahyanti51@gmail.com, E-mail: wening.patmi.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan dalam penelitian dan pengembangan ini disusun secara sistematis dan menggunakan pendekatan STEM. Penelitian dan pengembangan ini menggunakan metode Borg & Gall yang telah dimodifikasi menjadi beberapa tahapan antara lain, penelitian dan pengumpulan data awal, perencanaan, pengembangan draft produk awal, validasi ahli, revisi produk, uji coba terbatas, revisi produk, uji coba lapangan, revisi akhir, produk akhir. Data yang diperoleh dari penelitian dan pengembangan tersebut adalah data kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis data kuantitatif adalah sebagai berikut: 1) validasi ahli materi pertama diperoleh hasil 97% maka dapat dinyatakan bahwa modul yang telah disusun sangat valid, 2) validasi ahli materi kedua diperoleh hasil 97% maka dapat dinyatakan bahwa modul yang telah disusun sangat valid, 3) validasi ahli modul diperoleh hasil 97% maka dapat dinyatakan bahwa modul yang telah disusun sangat valid, 4) peserta didik pada uji coba terbatas diperoleh hasil 95,41% maka dapat dinyatakan bahwa modul yang telah disusun sangat layak untuk digunakan. Sedangkan data kualitatif diperoleh hasil kritik dan saran dari ahli materi pertama, ahli materi kedua, ahli modul, dan peserta didik pada uji coba terbatas. Dari hasil belajar dapat disimpulkan bahwa kelas eksperimen yang menggunakan modul pendekatan STEM nilai rata-ratanya lebih tinggi yaitu pada hasil belajar didapatkan nilai rata-rata *posttest* ranah kognitif 77,9 dan 82,7 sedangkan untuk ranah psikomotorik 82,7 dan 90,8. Sehingga dari uji coba lapangan dapat dibuktikan bahwa modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan dengan Pendekatan STEM tersebut dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik pada kelas XII OTKP 1 di SMK Terpadu Al-Ishlahiyah Singosari.

Kata Kunci: *Modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan, STEM, Hasil Belajar*

LATAR BELAKANG

Suatu negara dapat dikatakan maju jika memiliki kualitas pendidikan yang baik. Dengan adanya pendidikan yang baik, maka dapat menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas sebagai generasi penerus bangsa. Pada saat ini, kita berada pada pendidikan abad 21 yang mengharuskan peserta didik mampu menguasai 4 (empat) keterampilan, yaitu: (1) Berfikir Kritis dan Pemecahan Masalah, (2) Komunikasi, (3) Kolaborasi, (4) Kreatif dan Inovatif. Namun, pada kenyataannya peserta didik masih belum mampu untuk berfikir secara kritis dan kreatif dalam memecahkan suatu masalah. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya bahan ajar sebagai sumber belajar untuk menunjang keterampilan peserta didik.

Minimnya sumber belajar bagi peserta didik mengakibatkan menurunnya hasil belajar serta kurangnya keterampilan yang dibutuhkan pada pendidikan abad 21 ini. Peserta didik cenderung bergantung kepada guru dalam proses pembelajaran. Adanya teknologi informasi juga mempermudah peserta didik dalam mencari dan menemukan materi yang dibutuhkan, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa materi yang didapatkan tidak sesuai dengan materi pembelajaran. Bentuk upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan sumber belajar yang memadai untuk peserta

didik. Sumber belajar merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh peserta didik untuk memperoleh informasi serta pengetahuan sehingga dapat membangun pengetahuan. Bahan ajar merupakan seperangkat materi atau subsatansi pelajaran yang disusun secara sistematis. Majid (2009:173) menjelaskan bahwa bahan ajar adalah segala bentuk bahan yang dapat digunakan selama proses pembelajaran berlangsung. Ada macam-macam bentuk dari bahan ajar baik yang berbentuk cetakan maupun elektronik. Salah satu bentuk bahan ajar yang berbentuk cetakan dan dapat dikembangkan adalah modul. Modul adalah bahan ajar yang disusun secara sistematis dan menarik yang memuat seperangkat pengalaman belajar yang terencana dan didesain untuk memudahkan peserta didik dalam menguasai tujuan belajar yang spesifik (Daryanto, 2013:9).

Keberhasilan suatu proses pembelajaran tidak hanya bergantung pada bahan ajar yang digunakan tetapi juga pendekatan pembelajaran yang diterapkan. Untuk menghadapi tantangan pendidikan di abad 21 ini, yang mengharuskan peserta didik lebih aktif dan harus memiliki keterampilan berfikir kritis serta pembelajaran yang berpusat kepada peserta didik. Banyak pendekatan pembelajaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik, seperti pendekatan Saintifik (*Saintific Approach*), pendekatan Konsep, Pendekatan *Open-Ended*, Pendekatan Proses, STEM, dan masih banyak lainnya. Untuk mata pelajaran yang sifatnya membutuhkan kolaborasi antar ilmu pengetahuan seperti Otomatisasi Tata Kelola Keuangan pada KD 3.16 Menerapkan pengoperasian aplikasi dana kas kecil dan 4.16 Mengoperasikan aplikasi dan kas kecil, pendekatan yang sesuai dengan karakteristik mata pelajaran tersebut yaitu salah satunya dengan menerapkan pendekatan STEM (*Science, Technology, Engineering, Mathematics*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan guru mata pelajaran Otomatisasi Tata Kelola Keuangan di SMK Terpadu Al-Ishlahiyah diperoleh informasi bahwa sumber bahan ajar yang disediakan oleh pihak sekolah memang masih terbatas pada buku yang ada di perpustakaan. Guru juga menyampaikan bahwa kelemahan dari buku cetak yang ada di perpustakaan yakni kurang memberikan contoh study kasus yang nyata sehingga dapat menambah pemahaman bagi peserta didik saat mempelajarinya yang mengakibatkan hasil belajar yang diperoleh juga tidak maksimal. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengembangkan produk berupa modul cetak yang disusun menggunakan pendekatan STEM yang sesuai dengan karakteristik kompetensi dasar pada mata pelajaran keuangan ini.

Penelitian sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh Sutiyatmini, Maryanto (2018) yang hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pembelajaran STEM berbasis Issues berpengaruh signifikan terhadap ketrampilan berfikir kritis peserta didik. Penelitian lain juga dilakukan oleh Nava, Prasetyo (2018) yang hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pembelajaran STEM *Approach* terhadap literasi peserta didik. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Pangesti, dkk (2017) yang hasilnya menjelaskan bahwa bahan ajar berbasis STEM dapat meningkatkan penguasaan konsep siswa yang ditandai dengan peningkatan nilai *pretest* ke *posttest*. Khoiriyah, dkk (2018)

juga menjelaskan dalam hasil penelitiannya bahwa implementasi pendekatan pembelajaran STEM mampu meningkatkan kemampuan berfikir kritis siswa.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) model Borg & Gall karena langkah-langkah dalam penelitian ini bersifat sederhana dan mudah dipahami oleh peneliti serta dapat disesuaikan dengan keterbatasan biaya dan waktu dalam penelitian. Produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu bahan ajar berupa modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan. Model pengembangan dalam penelitian ini menggunakan model pengembangan yang dikemukakan oleh Borg and Gall (dalam Sukmadinata, 2015:164) yang sudah dimodifikasi oleh peneliti yang terdiri dari 10 langkah, yaitu 1) Penelitian dan Pengumpulan Informasi Awal, 2) Perencanaan, 3) Pengembangan Draf Produk Awal, 4) Validasi Ahli, 5) Revisi Produk, 6) Uji Coba Terbatas, 7) Revisi Produk, 8) Uji Coba Lapangan, 9) Revisi Produk, 10) Produk Akhir.

Tahap pengumpulan data pada pengembangan ini diperoleh dari wawancara, angket, dokumentasi, dan soal tes. Wawancara digunakan untuk menganalisis kebutuhan. Angket digunakan untuk uji ahli modul, ahli materi dan pengguna, dokumentasi digunakan untuk mengambil gambar setiap kegiatan yang dilakukan, tes digunakan untuk mengukur hasil belajar antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Teknik analisis data meliputi teknik analisis data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif diperoleh dari hasil pengisian angket oleh validator, pengguna dan nilai *post test*. Sedangkan, data kualitatif diperoleh dari hasil wawancara awal, saran yang diberikan oleh validator dan pengguna. Validasi ahli ditujukan untuk mengukur kelayakan modul. Adapun teknik pengelolaan data kuesioner validasi menggunakan skala Likert (Sugiyono, 2017:93).

Selain itu, dilakukan pula uji coba lapangan untuk mengetahui keefektifan modul otomatisasi tata kelola keuangan menggunakan pendekatan STEM dalam meningkatkan hasil belajar siswa. Dalam penelitian ini, nilai *post test* digunakan untuk mengetahui perbedaan rata-rata hasil belajar peserta didik antara kelas eksperimen yaitu kelas yang menggunakan modul otomatisasi tata kelola keuangan pada saat proses pembelajaran dan kelas kontrol yaitu kelas yang tidak menggunakan modul otomatisasi tata kelola keuangan menggunakan pendekatan STEM. Jika hasil belajar peserta didik yang menggunakan modul otomatisasi tata kelola keuangan dengan pendekatan STEM lebih baik dibanding peserta didik yang tidak menggunakan modul otomatisasi tata kelola keuangan dengan pendekatan STEM, maka modul otomatisasi tata kelola keuangan dengan pendekatan STEM yang dikembangkan dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik. Perhitungan rata-rata hasil belajar peserta didik dilakukan dengan menggunakan bantuan dari microsoft excel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data Hasil Uji Coba

Penelitian ini dilakukan untuk menghasilkan produk modul otomatisasi tata kelola keuangan menggunakan pendekatan STEM pada mata pelajaran Otomatisasi Tata Kelola Keuangan. Adapun tahapan pembelajaran pendekatan STEM pada modul terdiri dari: 1) *Sains*/Pengetahuan, 2) *Technology*/Teknologi, 3) *Engineering*/alat/Mesin, 4) *Mathematics*/Perhitungan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Torlakson 2014 dalam Khairiyah (2019:8) yang menyatakan bahwa pendekatan STEM mampu menciptakan sebuah sistem pembelajaran secara kohesif dan pembelajaran aktif karena keempat aspek dibutuhkan secara bersamaan untuk menyelesaikan masalah.

Tsupros 2009 dalam Khairiyah (2019:9) menyatakan bahwa pendekatan pembelajaran STEM adalah pendekatan interdisiplin dalam pembelajaran, yang di dalamnya peserta didik menggunakan sains, teknologi, alat/mesin, dan matematika dalam konteks nyata yang mengkoneksikan antara sekolah, dunia kerja, dan dunia global, sehingga mengembangkan literasi STEM yang memungkinkan peserta didik bersaing dalam era ekonomi baru. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian sebelumnya yaitu oleh Nava, Prasetyo (2018) yang hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pembelajaran *STEM Approach* terhadap literasi peserta didik. Penggunaan modul harus diuji kelayakkannya sebelum digunakan dalam kegiatan pembelajaran. Kelayakan modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan menggunakan Pendekatan STEM dapat dilihat dari hasil validasi. Validasi tersebut dilakukan oleh Ibu Fadia Zen, S.E., M.M. sebagai ahli materi pertama, Ibu Andisah Zubaidah S.Pd sebagai ahli materi kedua, Bapak Drs. I Nyoman Suputra sebagai ahli modul, dan uji coba terbatas yang dilakukan oleh 3 peserta didik kelas XII OTKP 1 sebagai kelas eksperimen dan 3 peserta didik kelas XII OTKP 2 sebagai kelas kontrol. Validator ahli materi pertama memberikan penilaian dan saran pada aspek isi materi, strategi pembelajaran, dan keefektifan modul, maka hasil validasi yang diperoleh adalah 97%. Validator ahli materi kedua memberikan penilaian dan saran pada aspek isi materi, strategi pembelajaran, dan keefektifan modul, maka hasil validasi yang diperoleh adalah 97%. Validator ahli modul memberikan penilaian dan saran pada aspek komunikasi, desain teknik, dan format tampilan, maka hasil validasi yang diperoleh adalah 97%. Uji coba terbatas memberika penilaian dan saran pada uji coba penggunaan modul, maka jumlah hasil validasi yang diperoleh adalah 95,41%. Sehingga hasil yang diperoleh dari perhitungan angket yang telah diisi 3 validator yaitu ahli materi pertama, ahli materi kedua, dan ahli modul, dan uji coba terbatas yang berjumlah 6 peserta didik menyatakan bahwa modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan megggunakan Pendekatan STEM terse but valid dan layak digunakan dalam proses pembelajaran.

Penelitian sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Wahyuni & Puspasari (2017) dengan hasil rata-rata kelaykakan modul sebesar 93,43% dan modul pembelajaran berbasis kurikulum 2013 kompetensi dasar Mengemukakan Daftar Urut Kepangkatan dan Mengemukakan Peraturan Cuti di SMKN 2 Buduran Sidoarjo dapat dinyatakan kategori "Sangat layak". Penelitian lain juga dilakukan oleh Astuti, dkk (2018) dengan hasil rata-rata sebesar 95,5%, Sehingga modul akuntansi yang dikembangkan dinyatakan layak untuk digunakan.

Modul yang telah disempurnakan, selanjutnya diujicobakan pada kelas eksperimen yaitu XII OTKP 1. Uji coba ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan hasil belajar siswa yang menggunakan modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan menggunakan Pendekatan STEM, dengan siswa kontrol yang tidak menggunakan modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan dengan Pendekatan STEM. Pengukuran hasil belajar dilakukan melalui *posttest* pada ranah kognitif yang terdiri dari 25 soal pilihan ganda untuk mengetahui pemahaman peserta didik terhadap materi yang telah diajarkan. Sedangkan untuk ranah psikomotorik pengukuran hasil belajar *posttest* dilakukan menggunakan kegiatan praktik yang dilaksanakan di laboratorium OTKP dengan menggunakan software aplikasi MYOB.

Setelah melakukan uji coba pemakaian produk, maka selanjutnya dilakukan pengukuran hasil belajar. Hasil belajar merupakan terjadinya perubahan ingkahlaku pada diri seseorang yang dapat diamati dan diukur dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan ketrampilan (Hamalik, 2007:30). Berdasarkan hasil belajar yang diperoleh peserta didik pada aspek kognitif yang berupa *posttest* menunjukkan bahwa rata-rata kelas kontrol lebih rendah yaitu 77,9 dibandingkan kelas eksperimen yang memiliki nilai rata-rata 82,7, hal ini dikarenakan kelas kontrol tidak menggunakan sumber belajar modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan dengan Pendekatan STEM dan hanya mengandalkan catatan dan buku di perpustakaan yang jumlahnya terbatas. Sehingga dengan tidak adanya buku membuat peserta didik menjadi mengalami kesulitan belajar, jika mencari materi sendiri dari internet ditakutkan akan membingungkan peserta didik karena sumber yang tidak jelas dan akan membedakan persepsi antara peserta didik satu dengan lainnya.

Hasil belajar kelas kontrol pada ranah psikomotorik juga masih tetap lebih rendah dari pada kelas eksperimen. Hasil belajar dari ranah psikomotorik adalah berupa praktik melakukan pengoperasian aplikasi dana kas kecil dengan menggunakan software MYOB. Hasil belajar pada ranah psikomotorik mencakup aspek penilaian yaitu aspek kesiapan kerja, kelengkapan, dan waktu kerja. Berdasarkan dari hasil praktik yang telah dilakukan, terdapat perbedaan hasil belajar antara kelas kontrol dan kelas eksperimen. Karena dengan menggunakan modul dalam kegiatan praktik dapat membantu meningkatkan keterampilan proses untuk peserta didik (Furqan,dkk. 2016). Nilai rata-rata kelas kontrol ranah psikomotorik adalah 82,7 sedangkan nilai rata-rata kelas eksperimen pada ranah psikomotorik adalah 90,8.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kajian produk yang dikembangkan oleh peneliti, terdapat beberapa kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut.

1. Hasil pengembangan dalam penelitian ini berupa Modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan Menggunakan Pendekatan STEM pada kompetensi dasar 3.16 Menerapkan pengoperasian aplikasi dana kas kecil dan 4.16 Mengoperasikan aplikasi dana kas kecil bagi peserta didik SMK Terpadu Al-Ishlahiyah Singosari. Berdasarkan validasi

- oleh ahli materi dan ahli modul diperoleh rata-rata sebesar 97%, dan termasuk dalam kategori sangat valid atau sangat layak digunakan sehingga modul yang dikembangkan oleh peneliti layak digunakan dalam kegiatan pembelajaran di kelas.
2. Modul yang dikembangkan oleh peneliti memiliki uji validasi kelayakan dari ahli materi pertama sebesar 97%, ahli materi kedua sebesar 97%, ahli modul sebesar 97%, uji terbatas sebesar 95,41%. Dari hasil validasi tersebut dapat disimpulkan bahwa modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan Menggunakan Pendekatan STEM sangat layak digunakan.
 3. Modul yang dikembangkan oleh peneliti efektif digunakan dalam kegiatan pembelajaran di kelas, hal ini terlihat dari rata-rata hasil belajar peserta didik yang diperoleh dari nilai *post test* ranah kognitif dan ranah psikomotorik di kelas eksperimen dan kelas kontrol. Nilai rata-rata kelas XII OTKP 1 sebagai kelas eksperimen ranah kognitif sebesar 82,7 dan ranah psikomotorik sebesar 90,8 , sedangkan untuk kelas XII OTKP 2 sebagai kelas kontrol ranah kognitif sebesar 77,9 dan ranah psikomotorik sebesar 82,7.

Saran

a) Saran Pemanfaatan Bagi Guru

Saran bagi guru yakni agar guru menggunakan bahan ajar modul, salah satunya yakni modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan dengan Pendekatan STEM dalam kegiatan pembelajaran di kelas. Hal ini dikarenakan modul dapat mengembangkan kemampuan berpikir peserta didik serta modul yang dikembangkan telah tervalidasi oleh ahli materi dan ahli modul dengan hasil validasi rata-rata sebesar 97% kategori "Sangat Valid/Sangat Layak Digunakan". Modul yang dikembangkan oleh peneliti disusun menggunakan pendekatan STEM yang dapat mendorong peserta didik untuk dapat mengkolaborasikan 4 ilmu pengetahuan dalam 1 materi yakni pengoperasian aplikasi dana kas kecil menggunakan software MYOB.

b) Saran Pemanfaatan Bagi Peserta didik

Saran bagi peserta didik adalah agar peserta didik belajar menyesuaikan dalam menggunakan Modul Otomatisasi Tata Kelola Keuangan dengan Pendekatan STEM sebagai salah satu sumber belajar. Meskipun modul dengan pendekatan STEM tergolong baru bagi peserta didik SMK Terpadu Al-Ishlahiyah tetapi dengan panduan dari guru dan belajar mandiri di rumah maka akan memudahkan peserta didik dalam memahami materi. Modul hasil pengembangan ini disarankan untuk dipelajari agar dalam proses pembelajaran di kelas peserta didik dapat aktif karena telah memahami materi yang akan dipelajari

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. 2013. *Menyusun Modul*. Yogyakarta:Gava Media.
- Furqan, H., Yuzrizal, & Saminan. 2016. Pengembangan Modul Praktikum Berbasis Inkuiri Untuk Meningkatkan Keterampilan Proses Sains dan Hasil Belajar Siswa Kelas X di SMA Negeri Bukit Bener Meriah. *Jurnal of Science Education*. (Online)., 4 (2):124 – 129, (<http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JPSI/article/view/7589/6239>).

- Hamalik, O. 2009. *Perencanaan Pengajaran Berdasarkan Pendekatan Sistem*. Jakarta: PT Bumi Angkasa.
- Khairiyah, N. 2019. *Pendekatan Science, Technology, Engineering, dan Mathematics (STEM)*. Medan: Guepedia.
- Khoiriyah, N., Abdurrahman, Wahyudi, I. 2018. Implementasi pendekatan pembelajaran STEM untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis siswa SMA pada materi gelombang bunyi. *Jurnal Pendidikan Fisika*. (Online), (DOI: <http://dx.doi.org/10.12928/jrkipf.v5i2.9977>) diakses 5 September 2019.
- Majid, A. 2008. *Perencanaan Pembelajaran Mengembangkan Standar Kompetensi Guru*. Bandung : PT. Remaja Rosda karya.
- Nava, T. H. N. S. Prasetyo, Z. K. 2018. Pengaruh Pendekatan Socio-Scientific Issues Berbasis STEM Terhadap Literasi Sains Mahasiswa. *E-Journal Pendidikan IPA*. (Online), (<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/ipa/article/view/12079>) diakses 5 September 2019.
- Sudjana, Nana, dan Ibrahim. 1989. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung : Sinar Baru.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinata. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutiyatmini, E., Maryanto, A. 2018. Pengaruh Pembelajaran STEM Berbasis Issues Terhadap Sikap Rasa Ingin Tahu dan Keterampilan Berpikir Kritis. *E-Journal Pendidikan IPA*. (Online), (<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/ipa/article/view/12081>) diakses tanggal 5 September 2019.
- Universitas Negeri Malang. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Skripsi, Tesis, Disertasi, Artikel, Makalah, Tugas Akhir, Laporan Penelitian*. Edisi Kelima. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Wahyuni, H. I., Puspasari, D. 2017. Pengembangan Modul Pembelajaran Berbasis Kurikulum 2013 Kompetensi Dasar Mengemukakan Daftar Urut Kepangkatan dan Mengemukakan Peraturan Cuti. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Manajemen dan Keuangan*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpeka>. Diakses tanggal 15 Februari 2020

PENGARUH PELATIHAN *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN KOMPENSASI NON FINANSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN ROYAL ATK MALANG JAWA TIMUR

Ivone Regita Azalia Setyorini, Elfia Nora

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
ivoneregita25@gmail.com, elfia.nora.fe@um.ac.id

ABSTRACT

The company's success in achieving its goals cannot be separated from the role of its employees. Employees in a company are not merely objects in achieving goals but more than that, employees are also the object of the perpetrators. This research is a quantitative study with variables used are product knowledge training, non-financial compensation, and employee performance. The population in this study were employees of the sales clerk, amounting to 102 people. The sample in this study amounted to 81 people who were calculated using the Slovin formula. The sampling technique used in this study is the Purposive Sampling technique and after the research all data have been declared reliable and valid for testing. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the study explained: (1) Royal ATK employees have excellent / very high product knowledge training, financial compensation and good / high employee performance. (2) The product knowledge training variable has a significant positive effect on the performance of Royal ATK Malang employees. (3) non-financial compensation variables have a positive and significant influence on the performance of Royal ATK Malang employees.

Keyword: Product Knowledge Training, Non-Financial Compensation, Employee Performance

LATAR BELAKANG

Sumber daya manusia merupakan aset paling penting bagi organisasi karena sumber daya manusia merupakan sumber daya yang mengarahkan organisasi untuk mempertahankan dan mengembangkan kinerjanya dalam mencapai tujuan yang ditetapkannya, karena keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan tidak dapat dilepaskan dari peran sumber daya manusia atau karyawannya, maka tanpa karyawan, perusahaan tidak akan dapat mewujudkan semua rencana yang telah ditetapkannya, oleh karena itu, suatu perusahaan dituntut untuk mampu mengelola karyawannya supaya karyawan mampu meningkatkan kinerjanya.

Kinerja disebut juga prestasi kerja atau *job performance*. Menurut Mangkunegara (2009:67) kinerja merupakan "hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya". Sedangkan Moehariono (2012:96) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan kewenangan, tugas dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan kinerja karyawan, salah satunya yaitu perusahaan mengadakan pelatihan untuk karyawannya. Pelatihan yang diberikan perusahaan kepada karyawannya merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi karyawannya agar mampu menjalankan tugas yang diberikan oleh perusahaan dengan baik. Bangun (2012:201) mengatakan bahwa program-program pelatihan sumber daya manusia akan memberi manfaat kepada organisasi dan para karyawan itu sendiri. Perusahaan akan memperoleh manfaat berupa peningkatan kinerja, stabilitas, dan fleksibilitas untuk tetap mempertahankan eksistensinya.

Kinerja merupakan hasil dari semua aktivitas kerja yang dilakukan oleh karyawan, hasil kerja tersebut bisa diukur dengan pencapaian target kerja yang sudah diberikan kepada karyawan sudah terpenuhi atau belum dan juga sudah menyelesaikan deskripsi kerjanya dengan baik atau belum. Baik buruknya hasil kerja karyawan menjadi tolak ukur perusahaan untuk memberikan umpan balik berupa kompensasi sebagai imbalan hasil kerja karyawan. Darodjat (2015:163) menyatakan bahwa kompensasi disebut juga sebagai penghargaan (*reward*) yang diberikan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang mereka berikan kepada perusahaan. Pendapat tersebut didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Mondy (2008:04) kompensasi yang diberikan perusahaan kepada karyawan dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu kompensasi finansial dan kompensasi non finansial. Kompensasi non finansial merupakan umpan balik oleh perusahaan atas kinerja karyawannya dalam bentuk selain uang.

Royal ATK merupakan salah satu perusahaan yang ada di Kota Malang yang bergerak dibidang penjualan alat tulis kantor. Royal ATK adalah perusahaan modern yang fokus di bidang *stationary* dengan menyediakan kebutuhan masyarakat berupa alat tulis kantor dan sekolah serta perlengkapannya. Royal ATK didirikan pada tahun 2008 dengan konsep menjadi *stationary store* yang lebih lengkap, lebih murah dan lebih nyaman dalam memberikan pelayanan prima yang didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan profesional dengan harapan mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

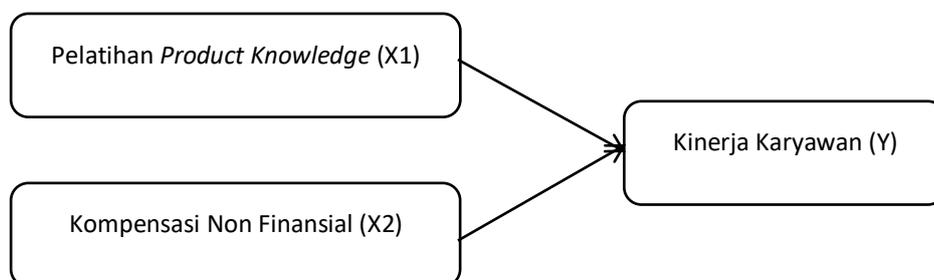
Royal ATK Kota Malang ini mempunyai banyak sumber daya manusia (karyawan), tentunya supaya kinerja perusahaan maksimal, kinerja karyawannya pun harus dikelola dan diperhatikan agar mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Mengingat dalam dunia retail persaingan akan terus terjadi dan semakin banyak perusahaan-perusahaan baru dengan usaha yang sama, maka Royal ATK harus melakukan berbagai program untuk mengembangkan karyawannya, berupa memberikan pelatihan untuk peningkatan kualitas pelayanan, dan pengembangan terhadap kualitas produk-produk yang dijual. Karyawan Royal ATK Malang harus memberikan pelayanan yang baik untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Karena kepercayaan pelanggan merupakan salah satu hal terpenting yang harus dijaga oleh perusahaan. Dengan diberikannya pelatihan kepada karyawan dan kompensasi finansial

yang mendukung diharapkan terwujudnya kinerja sesuai tujuan perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Kondisi pelatihan *product knowledge*, kompensasi non finansial dan kinerja karyawan, 2) Pengaruh pelatihan *product knowledge* terhadap kinerja karyawan Royal ATK Malang Jawa Timur, 3) Pengaruh kompensasi non finansial terhadap kinerja karyawan Royal ATK Malang Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Termasuk dalam *Explanatory Research*. Penelitian ini terdiri atas variabel bebas yaitu pelatihan *product knowledge* (X1) dan kompensasi non finansial (X2) dan variabel terikat yaitu kinerja karyawan (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Royal ATK yang berjumlah 102 orang yang terdiri dari karyawan divisi *showroom* bagian pramuniaga. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan jabatan pramuniaga sebagai kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari perhitungan rumus Slovin maka diperoleh ukuran sampel yang berjumlah 81 orang pramuniaga.

Penelitian ini menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, heterokedastisitas dan multikolinieritas serta teknik analisis regresi linier berganda, dimana teknik ini menguji hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel pelatihan *product knowledge* dan kompensasi non finansial terhadap kinerja karyawan. Analisis menggunakan program SPSS.



Gambar 1. Model Penelitian

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari masing-masing kriteria penilaian variabel pelatihan *product knowledge* (X1) diperoleh nilai *grand mean* sebesar 4,47 yang menunjukkan bahwa pelatihan *product knowledge* yang diterapkan di Royal ATK tergolong dalam kategori penilaian yang sangat baik/sangat tinggi. Dari kondisi kompensasi non finansial (X2) di Royal ATK Malang dapat dikategorikan baik/tinggi melihat hasil *grand mean* sebesar 4,16 dengan jumlah 81 responden. Sedangkan variabel kinerja karyawan (Y) memiliki nilai *grand mean* sebesar 4,05 nilai tersebut menunjukkan bahwa kinerja karyawan memiliki kategori yang baik/tinggi. Pada penelitian ini menggunakan analisis

regresi linier berganda. Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu pelatihan *product knowledge* (X1) dan kompensasi non finansial (X2) terhadap variabel terikat yaitu kinerja karyawan (Y). Untuk menguji model analisis ini menggunakan 2 cara yaitu sebagai berikut:

1. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan *SPSS For Windows ver 22.0* didapat model regresi seperti :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 58,839 + 0,691X_1 + 0,885X_2 + 16,033$$

Dari persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta atau intersepi sebesar 58,839 artinya nilai rata-rata kinerja karyawan bernilai sebesar 58,839 jika variabel bebas tidak ada
- Koefisien regresi b_1 sebesar 0,691 , artinya kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,691 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Pelatihan *product knowledge*). Jadi apabila pelatihan mengalami peningkatan 1 satuan, maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,691 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Koefisien regresi b_2 sebesar 0,885 artinya kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,885 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 kompensasi non finansial. Jadi apabila X_2 mengalami peningkatan 1 satuan, maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,885 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (Pelatihan *product knowledge* (X1) dan kompensasi non finansial (X2) terhadap variabel terikat (kinerja karyawan) digunakan nilai R^2 , koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisi pada tabel 4.11 diperoleh hasil adjusted R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,149 Artinya bahwa 14,9% variabel kinerja karyawan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu pelatihan *product knowledge* (X1) dan kompensasi non finansial (X2). Sedangkan sisanya 85,1% variabel kinerja karyawan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antar variabel bebas yaitu pelatihan *product knowledge* dan kompensasi non finansial dengan variabel kinerja karyawan, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,412 nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara varibel bebas yaitu

pelatihan *product knowledge* (X1) dan kompensasi non finansial (X2) dengan kinerja karyawan termasuk dalam kategori sedang karena berada pada selang 0,4 – 0,6.

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	58.839	16.033		3.670	.000	
Y	Pelatihan Product Knowledge (X1)	.691	.216	.331	3.200	.002	Signifikan
	Kompensasi Non Finansial (X2)	.885	.407	.225	2.174	.033	Signifikan
R		0.412	Adjusted R Square		0.149		
R Square		0.170	t tabel		1.664		

Pembahasan

1. Deskripsi Pelatihan Product Knowledge, Kompensasi Non Finansial dan Kinerja Karyawan Royal ATK Malang.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dijelaskan sebelumnya, Kondisi pelatihan *Product Knowledge* pada karyawan pramuniaga yang ada di Royal ATK Malang ini termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari *grand mean* sebesar 4,47 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Sedangkan hasil dari kondisi kompensasi non finansial dapat dikategorikan baik melihat hasil *grand mean* sebesar 4,16 dengan jumlah 81 responden. Hal ini dapat dikategorikan tinggi karena nilai 4,16 masuk dalam skala interval 3,41 – 4,20 dalam penilaian mean antar variabel yang artinya baik/tinggi. Dan untuk kondisi variabel kinerja karyawan termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari nilai *grand mean* sebesar 4,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil kerja karyawan secara keseluruhan sudah sesuai standar perusahaan. Dari keseluruhan nilai tersebut membuktikan dari ketiga variabel tersebut tingkat pengaruhnya tinggi. Walaupun belum sangat tinggi yang berarti karyawan merasa masih ada yang kurang memenuhi harapan mereka dari segi pelatihan maupun kompensasi finansial sehingga hal ini juga berpengaruh terhadap kinerja mereka.

2. Pengaruh Pelatihan *Product Knowledge* Terhadap Kinerja karyawan Royal ATK Malang

Pengaruh X_1 (pelatihan *product knowledge*) terhadap kinerja karyawan adalah positif signifikan. Hasil *t* test antara X_1 (Pelatihan *product knowledge*) dengan Y (kinerja karyawan) menunjukkan $t_{hitung} = 3,200$ Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$; db residual = 78) adalah sebesar 1,664 Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,200 > 1,664$ atau nilai sig *t* ($0,002$) $< \alpha = 0.05$. Maka pengaruh X_1 (pelatihan *product knowledge*) terhadap kinerja karyawan adalah signifikan. Hal ini berarti H_1 diterima sehingga dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan Hasil

tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dkk (2012) yang menyatakan hasil analisa dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan terdapat pengaruh sangat kuat dan positif antara pelatihan terhadap kinerja karyawan. Kemudian penelitian oleh Elnaga dan Imran (2013) dan Aruan (2013) yang menyatakan hasil penelitiannya bahwa pelatihan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

3. Pengaruh Kompensasi Non Finansial terhadap Kinerja Karyawan Royal ATK Malang

Hasil uji analisis pengaruh kompensasi non finansial (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah positif signifikan. Hasil t test antara X_2 (kompensasi non finansial) dengan Y (kinerja karyawan) menunjukkan $t_{hitung} = 2,174$ sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$; db residual = 78) adalah sebesar 1,664 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,174 > 1,664$ atau nilai sig t ($0,033$) $> \alpha = 0,05$ maka pengaruh X_2 (kompensasi non finansial) terhadap kinerja karyawan adalah signifikan pada alpha 5% maka hal ini H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kompensasi non finansial. Temuan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Musyafi dkk (2016) menyatakan bahwa kompensasi non finansial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan. Kemudian penelitian lain oleh Putrayasa (2014) memperoleh hasil pengaruh kompensasi non finansial (X_1) terhadap Kinerja (Y) positif signifikan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui kondisi pelatihan *product knowledge*, kompensasi non finansial dan kinerja karyawan bagian pramuniaga Royal ATK Malang adalah sebagai berikut : 1) Kondisi pelatihan *product knowledge* yang ada di Royal ATK termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi,, kondisi kompensasi non finansial yang ada di Royal ATK termasuk dalam kategori baik/tinggi, dan kondisi kinerja karyawan bagian Royal ATK Malang termasuk dalam kategori tinggi, hal tersebut, 2) Pelatihan memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga dapat disimpulkan dengan meningkatkan pelatihan maka akan meningkatkan kinerja karyawan, 3) Kompensasi non finansial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatkan kompensasi non finansial maka akan meningkatkan kinerja karyawan.

Saran

Penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dan menyusun jenis instrument lain yang lebih baik lagi dengan mengembangkan variabel bebas atau variabel lain diluar model penelitian, salah satunya seperti Seperti kompensasi finansial, motivasi, *stress* kerja sehingga dapat diperoleh hasil atau gambaran yang lebih besar dan akurat untuk kinerja karyawan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aruan, D. A. 2013. Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Sucofindo (Persero) Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen* | Volume 1 Nomor 2 Maret 2013. (Online). (<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/3043/5837>), diakses 31 Agustus 2019
- Bangun, W. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Erlangga
- Darodjat, T.A. 2015. *Konsep-konsep Dasar Manajemen Personalia Masa Kini*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Elnaga, A., Imran, A. 2013. *The Effect of Non-Monetary Rewards on Employee Performance in Massive Open Online Courses*. (Online). (<https://online-journals.org/index.php/ijet/article/view/11470>), diakses 15 Januari 2020.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan Keempat*. Bandung: Remadja Rosdakarya
- Mariam, R. 2009. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan sebagai Variabel Interveing, Studi pada Kantor Pusat PT. Asuransi Jasa Indonesia (Persero)*. Tesis Tidak diterbitkan. Semarang: Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Moeheriono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi Edisi Revisi Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Mondy, W.R. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Musyafi', R., Utami, H. N., Mayowan, Y. 2016. Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Non Finansial Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT PLN (Persero) Area Pelayanan dan Jaringan (APJ) Malang) Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 39 No.2 Oktober 2016. (Online). (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1571/1953>), diakses 3 Juli 2019
- Wulandari, A., Alamanda, D. T. 2012. Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Yayasan Pendidikan Telkom Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media Institut Manajemen Telkom Bandung. *Jurnal Banking dan Manajemen Review Ekuitas* Vol 1 No 1 2012. (Online).

([https://www.academia.edu/12090252/Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Yayasan Pendidikan Telkom?auto=download](https://www.academia.edu/12090252/Pengaruh_Pelatihan_dan_Disiplin_Kerja_Terhadap_Kinerja_Karyawan_Pada_Yayasan_Pendidikan_Telkom?auto=download)), diakses 13 Juli 2019

DAMPAK FLUKTUASI HARGA MINYAK DUNIA: BUKTI PADA SEKTOR INFRASTRUKTUR, UTILITAS DAN TRANSPORTASI

Ovilia Edita Anggriyani, Yuli Agustina

Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang
Email : Oviliaea82@gmail.com; yuli.agustina.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengetahui dampak fluktuasi harga minyak dunia namun juga melihat pengaruh kurs rupiah, basic earning power dan time interest earned terhadap harga saham perusahaan pada sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan penentuan sampel menggunakan purposive sampling dan diperoleh 25 perusahaan infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2018. Harga minyak dunia dan Time Interest Earned memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada harga saham dikarenakan pada sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi banyak yang melakukan diversifikasi usaha dimana akan menunjang pengelolaan keuangan menjadi lebih efisien sedangkan harga minyak dunia tidak mengalami perubahan yang signifikan pada periode penelitian karena perusahaan memiliki strategi untuk mengurangi beban minyak. Kurs rupiah memiliki pengaruh negatif tidak signifikan dikarenakan tidak mengalami apresiasi yang berarti sehingga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Sedangkan, Basic Earning Power memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yang dapat dibuktikan dengan teori sinyal "jika laba perusahaan memberikan sinyal positif terhadap investor dari kinerja perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham".

Kata kunci: *Harga Minyak Dunia, Infrastruktur, Utilitas, Transportasi.*

LATAR BELAKANG

Perubahan kebijakan moneter Amerika Serikat merupakan dampak dari adanya perang dagang antara Amerika Serikat dan China, dimana kebijakan tersebut turut andil dalam ketidakstabilan perekonomian dunia. Selain itu, sedikit banyak dampak dari *Brexit* dan geopolitik global berimbas pada prospek permintaan dan perdagangan global. Sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi merupakan sektor yang sedang bersinar ditengah ketidakstabilan perekonomian global. Saham-saham yang masuk dalam kategori sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi ini banyak diburu oleh para pelaku pasar di tengah kondisi yang tidak menentu. Pertumbuhan dalam sektor ini tumbuh seiring dengan adanya kebijakan pemerintah yaitu pembangunan infrastruktur. Selain kebijakan pemerintah, perkembangan e-commerce juga turut andil dalam meningkatnya pertumbuhan sektor ini. Harga saham merupakan hasil akumulasi dari naik turunnya penilaian investor terhadap saham tertentu (Press, 1965). Menurut Fahmi (2015:80) saham merupakan bukti kepemilikan modal yang jelas dalam nilai, nominal, nama perusahaan, dan diikuti oleh hak serta kewajiban investor. Nilai kepemilikan saham dapat menjadi indeks pengukuran tingkat efektivitas perusahaan (Agustina, 2015).

Perubahan yang terjadi pada salah satu faktor ekonomi makro dapat menyebabkan perubahan pada harga saham dalam waktu yang singkat karena para investor akan cepat bereaksi pada perubahan tersebut. Ketika terjadi perubahan ekonomi makro, investor akan memepertimbangkan untuk menjual atau menahan saham yang bersangkutan (Samsul, 2006). Minyak dunia merupakan komoditas kebutuhan utama untuk industri. Dimana setiap perubahan dan ketersediaanya akan mempengaruhi operasional industri. Meningkatnya harga minyak dunia akan meningkatkan biaya operasional suatu industri. Meningkatnya harga minyak mengindikasikan tumbuhnya perekonomian, namun disisi lain akan membuat pasar bergejolak yang akan mempengaruhi pasar sekuritas. Dari perspektif teoritis, menurut *the equity valuation theory*, harga saham adalah jumlah dari nilai diskonto dari arus kas masa depan yang diharapkan pada dunia investasi yang berbeda. Diskonto arus kas ini mencerminkan kondisi ekonomi (misalnya, inflasi, suku bunga, biaya produksi, pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan kepercayaan investor, produsen dan konsumen) dan peristiwa makroekonomi yang kemungkinan dipengaruhi oleh guncangan minyak (Arouri dan Nguyen, 2010).

Pada penelitian Sebelumnya, terdapat hasil yang berbeda-beda karena hubungan harga minyak dunia dan harga saham bersifat *cross section* atau sering berubah-ubah dalam waktu singkat. Penelitian Babatunde & Adenikinju (2012) mengenai guncangan harga minyak dan perilaku pasar saham di Nigeria. Memiliki hasil penelitian harga minyak berhubungan positif, namun tidak signifikan. Dalam penelitian ini pengaruh harga minyak terhadap harga saham kembali negatif setelah periode waktu tertentu tergantung pada sifat guncangan harga yang terjadi. Pada penelitian lain Dutta & Noor (2017) yang meneliti tentang hubungan antara pasar minyak dan pasar ekuitas dari asia selatan dan Dutta, Noor, & Dutta (2017) dengan penelitian dampak guncangan *volatilitas* minyak terhadap pengembalian saham pasar negara berkembang global. Dimana kedua penelitian tersebut memiliki hasil bahwa harga minyak berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Kedua penelitian tersebut mendukung hasil penelitian Adam et al, (2015) yang menunjukkan bahwa harga minyak berpengaruh positif terhadap harga saham.

Investor perlu membuat estimasi profitabilitas perusahaan, sehingga modal yang diinvestasikan dapat memberikan hasil yang diharapkan. Investor dapat menggunakan Basic Earning Power (BEP), yang merupakan rasio laba sebelum pajak terhadap total aset perusahaan. BEP adalah metode pengukuran profitabilitas yang memberikan ikhtisar laba perusahaan tidak termasuk bunga dan pajak. BEP yang mencerminkan kinerja keuangan tanpa leverage keuangan, tetapi masih mencakup semua aktivitas perusahaan yang berdampak pada profitabilitas (Klingenberg et al, 2013). Apabila *earning power* meningkat akan memberikan sinyal kepada investor bahwa kondisi perusahaan sedang baik. *Signaling Theory* merupakan teori yang menggambarkan manajemen perusahaan berusaha memberikan sinyal yang baik

kepada investor (Connelly et al. 2011). Hal tersebut akan membuat nilai perusahaan naik tentunya akan membuat harga saham juga ikut naik.

Pada penelitian sebelumnya (Octaviani & Yap, 2016) yang melakukan penelitian terhadap perusahaan BUMN membuktikan bahwa *Basic Earning Power* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Serupa dengan hasil penelitian tersebut hasil penelitian (Sasongko & Wulandari, 2006; Achmad, 2012) yang melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur membuktikan bahwa *Basic Earning Power* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Namun penelitian Mughni (2013) yang memiliki hasil yang berbeda yaitu *basic earning power* berpengaruh positif signifikan pada harga saham. TIE merupakan metode untuk mengukur sejauh mana kemampuan laba perusahaan dapat mengalami penurunan sebelum membayar bunga tahunannya (Brigham, 2010). *Coverage* dan probabilitas risiko keuangan memiliki hubungan terbalik. Jadi jika *coverage* TIE meningkat, probabilitas risiko keuangan harus menurun dan sebaliknya (Boyer, Lim, and Lyons 2016). Semakin tinggi TIE mengindikasikan bahwa perusahaan dalam keadaan yang baik. Sebaliknya semakin rendah TIE berarti perusahaan tidak dapat membayar beban bunga tahunannya, sehingga pada saat tersebut kondisi keuangan perusahaan sedang buruk. Dalam pasar modal semi kuat pasar akan merespon segala informasi yang telah dipublikasikan meskipun kondisi dalam informasi tersebut belum terjadi. Informasi tersebut merupakan signal untuk investor dalam mengambil keputusan investasinya. Ketika informasi yang dipublikasikan memberikan sinyal yang baik akan direspon investor untuk menanam modalnya pada perusahaan tersebut (Connelly et al. 2011). Banyaknya investor yang menginginkan saham sehingga akan membuat nilai perusahaan tersebut naik. Nilai perusahaan naik tentunya akan membuat harga saham juga ikut naik. Pengaruh *time interest earned* terhadap harga saham menurut penelitian sebelumnya memiliki pengaruh positif dan signifikan (Setiyawan 2014). Serupa dengan penelitian tersebut terdapat penelitian (Khan et al. 2013) yang menyatakan bahwa *Debt to equity ratio, return on equity ratio, cash flow ratio, earning per share and time interest earned ratio* berpengaruh positif terhadap saham. Dari beberapa penelitian sebelumnya ini, peneliti rasa perlu adanya kajian terkait kondisi yang ada di tahun pengamatan pada perusahaan sampel.

KAJIAN LITERATUR

Mengingat peran penting minyak sebagai bahan baku, semua negara penghasil minyak harus mengimpor minyak untuk memenuhi kebutuhan domestik akan minyak. Terkadang saling ketergantungan ini dapat mengakibatkan efek domino atau *contagion effect* pada negara lain apabila terjadi krisis. Barry, Rose & Wyplosz (1996) mengungkapkan bahwa *contagion effect* dapat terjadi bila terdapat kesamaan ekonomi makro, kerjasama ekonomi, dan juga pinjaman bank yang membuat saling ketergantungan antar negara. Pada proses keuangan pasar komoditas, harga minyak,

emas, dollar AS dan saham telah memperoleh sifat diversifikasi lebih lanjut dan menjadi berbagi sifat statistik serupa dengan karakteristik umum lainnya yang saling memiliki korelasi (Vivian and Wohar, 2012; Chkili et al., 2014). Dari perspektif teoritis, menurut *the equity valuation theory*, harga saham adalah jumlah dari nilai diskonto dari arus kas masa depan yang diharapkan pada dunia investasi yang berbeda. Diskonto arus kas ini mencerminkan kondisi ekonomi (misalnya, inflasi, suku bunga, biaya produksi, pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan kepercayaan investor, produsen dan konsumen) dan peristiwa makroekonomi yang kemungkinan dipengaruhi oleh guncangan minyak (Arouri dan Nguyen, 2010 ; Jouini, 2013).

Kurs atau nilai tukar memiliki peran penting dalam kinerja industri perekonomian. Penurunan nilai tukar dapat meningkatkan daya saing ekspor perusahaan, harga yang lebih rendah dan akan meningkatkan penjualan ke negara lain. Semakin banyak ekspor akan semakin menambah keuntungan bagi perusahaan, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Oleh karena itu, depresiasi nilai tukar akan meningkatkan harga saham sementara apresiasi nilai tukar akan menurunkan harga saham. Dimana hal tersebut sesuai dengan pendekatan *good market approach*. Dalam dunia ekonomi belum ada teori tentang hubungan antara pasar saham dan nilai tukar meskipun topik tersebut telah banyak dibahas (Suryani et al. 2015). Pada teori keuangan nilai perusahaan biasanya akan dipengaruhi oleh nilai tukar dan suku bunga (Mishra, 2004). Menurut Tandelilin (2001) dalam investasi terdapat salah satu sumber risiko yaitu nilai tukar mata uang. Ada dua penjelasan utama tentang hubungan antara nilai tukar riil dan harga saham riil, yaitu pendekatan *good market approach* dan pendekatan keseimbangan portofolio. *good market approach* menyatakan bahwa nilai tukar riil mendorong harga saham riil. Depresiasi nilai tukar riil akan meningkatkan daya saing ekspor perusahaan dalam hal harga yang lebih rendah dan akan meningkatkan penjualan mereka ke negara lain. Pendekatan keseimbangan portofolio menegaskan bahwa harga saham riil mempengaruhi nilai tukar riil. kenaikan harga saham akan menyebabkan peningkatan kekayaan bersih perusahaan. Menurut penelitian sebelumnya Sebnem & Vuran Bengu (2012) nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Moghadam, D dan Mohammad (2015) menemukan bahwa nilai tukar berhubungan negatif signifikan dengan pasar saham. Penelitian yang berbeda Maheen (2013) memiliki hasil bahwa nilai tukar dan harga saham berpengaruh tidak signifikan. Perusahaan-perusahaan akan memperluas produksi dan penjualan mereka. Ini akan meningkatkan permintaan agregat dalam perekonomian, yang akan meningkatkan suku bunga dan menarik lebih banyak aliran modal dari luar negeri. Sebaliknya, pasar saham beruang akan menyebabkan depresiasi nilai tukar riil

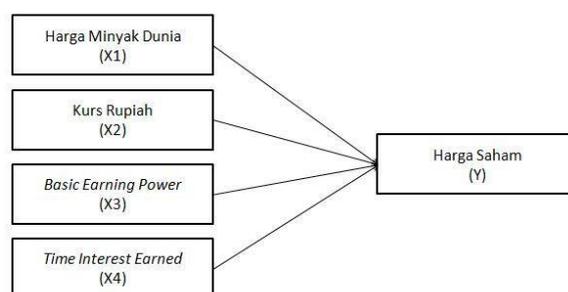
Menurut Sawir (2009:19) nama lain BEP adalah rentabilitas ekonomi dimana rentabilitas mengindikasikan seberapa besar kemampuan aset dalam menghasilkan keuntungan untuk investor. BEP dapat mengukur pendapatan hingga tingkat aset

yang dapat menghasilkan pendapatan tersebut tanpa dipengaruhi oleh leverage (Klingenberg et al. 2013). Apabila *earning power* meningkat akan memberikan sinyal kepada investor bahwa kondisi perusahaan sedang baik. *Signaling Theory* merupakan teori yang menggambarkan manajemen perusahaan berusaha memberikan sinyal yang baik kepada investor (Connelly et al. 2011). Pada penelitian yang dilakukan Octaviani & Yap (2016) yang melakukan penelitian terhadap perusahaan BUMN membuktikan bahwa *Basic Earning Power* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Serupa dengan hasil penelitian tersebut hasil penelitian (Sasongko & Wulandari, 2006; Achmad, 2012) yang melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur membuktikan bahwa *Basic Earning Power* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Namun penelitian Mughni (2013) yang memiliki hasil yang berbeda yaitu *basic earning power* berpengaruh positif signifikan pada harga saham.

Time Interest Earned merupakan metode untuk mengukur sejauh mana kemampuan laba perusahaan dapat mengalami penurunan sebelum membayar bunga tahunannya (Brigham, 2010:143). *Time Interest Earned* atau sering juga disebut *interest coverage ratio* adalah salah satu rasio *leverage* yang mengukur sampai sejauh mana laba operasi mampu menutupi biaya bunga tahunannya (Indra Setiawan, 2014). Rasio ini mengukur *coverage* dari laba operasi atas beban bunga. Kegagalan membayar biaya bunga akan menyebabkan kesulitan keuangan perusahaan. *Coverage* dan probabilitas kesulitan keuangan memiliki hubungan terbalik. Jadi jika *coverage* TIE meningkat, probabilitas kesulitan keuangan harus menurun dan sebaliknya (Boyer, Lim, & Lyons, 2016). Pengaruh *time interest earned* terhadap harga saham menurut penelitian sebelumnya memiliki pengaruh positif dan signifikan (Setiawan 2014). Serupa dengan penelitian tersebut terdapat penelitian (Khan et al. 2013) yang menyatakan bahwa *Debt to equity ratio*, *return on equity ratio*, *cash flow ratio*, *earning per share* and *time interest earned ratio* berpengaruh positif terhadap saham.

METODE PENELITIAN

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, dimana teknik tersebut akan menguji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antar variabel bebas (X) dan terikat (Y). Dalam penelitian ini akan menguji hipotesis yang menyatakan hubungan sebab akibat atau hubungan kausal antara dua variabel atau lebih. Selain untuk menunjukkan hubungan sebab-akibat penelitian kausalitas juga dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.



Gambar 1 Rancangan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh saham yang termasuk dalam saham sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI. Perusahaan yang terdapat dalam sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi sebanyak 72 perusahaan. Data yang digunakan merupakan data keuangan perusahaan pada tahun 2011 s/d 2018. Dengan menggunakan *purposive sampling* maka kriteria sampel yang digunakan yaitu perusahaan yang telah *go public* pada tahun 2011 s/d 2018. Perusahaan yang mencantumkan beban bunga pada laporan keuangannya. Data yang telah terseleksi terdapat 25 sampel perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Variable Harga saham pada penelitian ini diperoleh dari *closing price* tahunan. Harga minyak dunia yang digunakan adalah harga minyak *West Texas Intermediate* (WTI) yang merupakan harga kontrak dasar minyak mentah Amerika Serikat. Data harga minyak dunia diambil dari www.indexmundi.com. Dalam penelitian ini data harga minyak yang digunakan dalam bentuk rupiah, data yang digunakan merupakan data tahunan. Dalam penelitian ini kurs rupiah dihitung berdasarkan kurs nilai tengah yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dalam bentuk rupiah. Data yang digunakan merupakan data nilai tengah tahunan. Perhitungan BEP menggunakan rumus laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dibagi dengan total asset. Sedangkan perhitungan TIE diperoleh dengan membagi laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dibagi dengan beban bunga tahunan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi adalah studi tentang keterkaitan hubungan satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Kuncoro, 2004:75). Analisis regresi tidak digunakan untuk meneliti hubungan deterministik atau hubungan statistik yang sudah eksak. Apabila analisis regresi diterapkan pada hubungan deterministik maka model yang diperoleh akan menderita gejala multikolinieritas yang mendekati sempurna.

Tabel 1. Ringkasan Analisis Regresi Linier

Variabel	B	t_{hitung}	Signifikan	Keterangan
Konstanta	6,314			

Harga Minyak (X1)	$1,500 \times 10^{-7}$	0,333	0,740	Tidak signifikan
Kurs Rupiah (X2)	$-1,629 \times 10^{-5}$	-0,174	0,862	Tidak signifikan
BEP (X3)	2,508	4,379	0,000	Signifikan
TIE (X4)	0,000	-0,428	0,669	Tidak signifikan
A		0,050		
Koefisien Determinasi (R^2)		0,096		
F-hitung		5,174		
F-tabel ($F_{4,195,0.05}$)		2,417		
Signifikansi F		0,001		
t-tabel ($t_{195,0.05}$)		1,972		

Sumber: Data Diolah

Terlihat dari statistik uji t dengan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0.333 < 1,972$) dan nilai *signifikan* t yang lebih besar dari α ($0.740 > 0.050$) maka harga minyak dunia tidak berpengaruh signifikan pada harga saham. Terlihat dari statistik uji t dengan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-0.174 < 1,972$) dan nilai *signifikan* t yang lebih besar dari α ($0.862 > 0.050$) maka Kurs Rupiah tidak berpengaruh signifikan pada harga saham. Terlihat dari statistik uji t dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,379 > 1,972$) dan nilai *signifikan* t yang lebih kecil dari α ($0.000 < 0.050$). maka BEP berpengaruh signifikan pada harga saham. Terlihat dari statistik uji t dengan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-0,428 < 1,972$) dan nilai *signifikan* t yang lebih besar dari α ($0.669 > 0.050$). maka TIE tidak berpengaruh signifikan pada harga saham

Berdasarkan analisis diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($5,714 > 2,417$) dan memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari α ($0.001 < 0.050$), sehingga H_0 ditolak. Artinya bahwa secara simultan/serentak, variabel bebas yaitu harga minyak (X1), kurs rupiah (X2), BEP (X3), dan TIE (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel harga saham. Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam persamaan model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan tingkat keyakinan 95%. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05.

Pengaruh Harga Minyak Dunia terhadap Harga Saham Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa harga minyak dunia berhubungan positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Babatunde dan Adenikinju (2012) mengenai guncangan harga minyak dan perilaku pasar saham di Nigeria. Memiliki hasil penelitian harga minyak berpengaruh positif, namun tidak signifikan. Eryigit (2009) menemukan bahwa perubahan harga minyak memiliki efek positif yang signifikan secara statistik pada perdagangan dan jasa, produk konsumen, produk industri, manufaktur dan sektor

keuangan yang mencakup asuransi tetapi tidak memiliki dampak signifikan pada transportasi dan sektor keuangan lainnya.

Dari perspektif teoritis, menurut *the equity valuation theory*, harga saham adalah jumlah dari nilai diskonto dari arus kas masa depan yang diharapkan pada dunia investasi yang berbeda. Diskonto arus kas ini mencerminkan kondisi ekonomi (misalnya, inflasi, suku bunga, biaya produksi, pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan kepercayaan investor, produsen dan konsumen) dan peristiwa makroekonomi yang kemungkinan dipengaruhi oleh guncangan minyak (Arouri dan Nguyen, 2010 ; Jouini, 2013). Tidak ada hubungan harga minyak dunia terhadap harga saham kemungkinan dikarenakan korporasi semakin canggih dalam membaca pasar berjangka dan lebih mampu mengantisipasi perubahan harga-harga faktor perusahaan harus dapat mengalihkan proses produksi untuk mengkompensasi biaya bahan bakar tambahan. Babatunde and Adenikinju (2012) menyebutkan bahwa hubungan minyak dunia dan harga saham sulit untuk disimpulkan karena setiap kondisi negara, perusahaan, waktu berbeda akan memiliki hasil yang berbeda pula.

Pengaruh Kurs Rupiah terhadap Harga Saham Menurut analisis statistik kurs rupiah berhubungan negatif dengan harga saham, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham sektor infrastruktur utilitas dan transportasi. Sesuai dengan penelitian Suselo, Djazuli, and Indrawati (2015) dimana kurs rupiah berpengaruh negatif terhadap harga saham, selain itu terdapat penelitian Tehseen and Anwar (2012) dan Tsen (2017) yang memiliki hasil serupa yaitu nilai tukar berpengaruh negatif terhadap harga saham. Sedangkan untuk penelitian (Suryani et al. 2015) memiliki hasil penelitian berpengaruh negatif namun tidak signifikan. Menurut Tandelilin (2001) dalam investasi terdapat salah satu sumber risiko yaitu nilai tukar mata uang. Nilai tukar mata uang yang stabil akan mempengaruhi investor untuk menanam modalnya pada suatu negara. Kaitan dengan pembiayaan kegiatan bisnis terutama perusahaan yang berorientasi ekspor dan impor di Indonesia akan sangat berpengaruh terhadap perubahan nilai tukar rupiah. selain itu, perubahan nilai tukar mata uang akan mempengaruhi secara langsung kegiatan bisnis internasional perusahaan domestik Rachmadhanty dan Raharja (2014) berpendapat bahwa tidak berpengaruhnya secara signifikan nilai tukar terhadap harga saham karena adanya perbedaan sasaran masing-masing perusahaan yang sebagian mengandalkan impor dan sebagian lagi pada kegiatan ekspor. Selain itu, beberapa investor menganggap bahwa dampak fluktuasi nilai tukar rupiah hanya sementara tidak memiliki dampak jangka panjang, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Menurut pendekatan Pasar Aset yang mengusulkan bahwa tidak ada interaksi atau hubungan yang sangat lemah antara nilai tukar dan pasar saham. Ini disebabkan oleh alasan bahwa kedua variabel dapat didorong oleh faktor-faktor yang berbeda (Suryani et al. 2015).

Pengaruh Basic Earning Power terhadap Harga Saham Menurut Sawir (2009:19) nama lain BEP adalah rentabilitas ekonomi yang merupakan salah satu indikasi seberapa besar kemampuan aset dalam menghasilkan keuntungan untuk investor. Rentabilitas ekonomi mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang menunjukkan rentabilitas ekonomi perusahaan. BEP dapat mengukur pendapatan hingga tingkat aset yang dapat menghasilkan pendapatan tersebut tanpa dipengaruhi oleh leverage (Klingenberg et al. 2013). Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diketahui bahwa *Basic Earning Power* berpengaruh positif signifikan dengan harga saham. Hasil tersebut bermakna bahwa apabila terjadi semakin besar *Basic Earning Power* maka harga saham akan terpengaruh dengan mengalami kenaikan. Pada penelitian sebelumnya (Mughni, 2013) yang memiliki hasil serupa yaitu *basic earning power* berpengaruh positif signifikan pada harga saham. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa BEP menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan menggunakan asetnya. Semakin besar nilai rasio ini menunjukkan kondisi keuangan yang semakin baik (Harahap 2015).

Jika laba perusahaan memberikan sinyal positif terhadap investor dari kinerja perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham. Hal ini membuktikan bahwa teori *signal* yang digambarkan oleh (Spence, 1973) "Sinyal yang diberikan sinyal yang dipancarkan sebagian tergantung pada respons pembeli terhadap *signal*. Respons ini diketahui atau diantisipasi oleh penjual". Pada sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi aset tetap memiliki peran utama dalam menghasilkan laba perusahaan, sehingga dapat memberi pengaruh yang signifikan pada harga saham. Pengaruh *Time Interest Earned* terhadap Harga saham Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diketahui bahwa *Time Interest Earned* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham sektor infrastruktur utilitas dan transportasi. Pada penelitian sebelumnya Indra Setiyawan (2014), AL-Qudah (2014), dan Khan et al. (2013) memiliki hasil penelitian yang serupa yaitu *time interest earned* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Pada perusahaan jasa infrastruktur, utilitas dan transformasi tidak memiliki pengaruh besar terhadap pembiayaan perusahaan. Pada perusahaan sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi sebagian besar memiliki diversifikasi usaha. Diversifikasi diharapkan dapat membantu perusahaan apabila terjadi kerugian, di mana jika salah satu usaha mengalami kerugian maka dari keuntungan usaha yang lain dapat mengkompensasi kerugian tersebut.

KESIMPULAN

Harga minyak dunia dan *Time Interest Earned* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada harga saham dikarenakan pada sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi banyak yang melakukan diversifikasi usaha dimana akan menunjang pengelolaan keuangan menjadi lebih efisien sedangkan harga minyak dunia tidak

mengalami perubahan yang signifikan pada periode penelitian karena perusahaan memiliki strategi untuk mengurangi beban minyak. Kurs rupiah memiliki pengaruh negatif tidak signifikan dikarenakan tidak mengalami apresiasi yang berarti, sehingga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham karena adanya perbedaan sasaran masing-masing perusahaan terdapat beberapa perusahaan mengandalkan impor dan beberapa perusahaan lainnya mengandalkan kegiatan ekspor. Selain itu, beberapa investor menganggap bahwa dampak fluktuasi nilai tukar rupiah hanya sementara tidak memiliki dampak jangka panjang, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan, *Basic Earning Power* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yang dapat dibuktikan dengan teori sinyal "jika laba perusahaan memberikan sinyal positif terhadap investor dari kinerja perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham". Dalam melakukan investasi pada perusahaan investor perlu untuk memperhatikan jenis perusahaannya karena setiap jenis perusahaan memiliki sistem pengukuran yang berbeda. Dalam penelitian selanjutnya peneliti dapat mengubah data menjadi data rasio dan peneliti dapat menggunakan teknik analisis regresi dinamis dalam melihat korelasi dari setiap variabel.

DAFTAR RUJUKAN

- Adam, P., Rianse,U., Cahyono, E., & Rahim. 2015. Modeling of the Dynamics Relationship between World Crude Oil Prices and the Stock Market in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy* 5(2):550–57.
- Agustina, Y & Istanti, L. 2015. Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Kepemilikan Institusional , Kebijakan Dividen , dan Struktur Modal Terhadap Nilai. Pp. 277–83 in *SNEMA-2015*. Padang.
- AL-Qudah. 2014. The Effect of Operating Leverage & Time Interest Earned On Stock Returns in the Amman Stock Exchange. *International Journal of Contemporary Business Studies* 4(June):61–71.
- Arouri, Mohamed & Nguyen. 2010. Oil prices, stock markets and portfolio investment: Evidence from sector analysis in Europe over the last decade. *Energy Policy*, Elsevier, vol. 38(8), pages 4528-4539, August.
- Babatunde, M & Olayinka, A. 2012. Oil Price Shocks and Stock Market Behaviour in Nigeria. *Journal of Economics Studies* 40(2):180–202.
- Boyer, B., Lim,R. & Lyons. 2016. A Case Study in the Use and Potential Misuse of Non-GAAP Financial Measures. *Journal of Applied Business and Economics* 18(3):117–26.
- Brigham, H. 2010. *Dasar- Dasar Manajemen Keuangan*. 11th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Connelly, B., Certo,S. and Reutzel. 2011. Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management* 37(1):39–67.

- Dadrasmoghadam, A. & Mohammad, S. 2015. Relationship between Financial Ratios in the Stock Prices of Agriculture-Related Companies Accepted On the Stock Exchange for Iran. *Research Journal of Fisheries and Hydrobiology* 10(9):586–91.
- Dutta, A & Noor, H. 2017. On the Relationship between Oil and Equity Markets : Evidence from South Asia. *International Journal of Managerial Finance* 13(3):287–303
- Dutta, P., Noor,H. & Dutta, A. 2017. Impact of Oil Volatility Shocks on Global Emerging Market Stock Returns. *International Journal of Managerial Finance* 13(2001):578–91.
- Fahmi, I. 2015. *Manajemen Investasi*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, S. 2015. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi 1-10. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khan, W. & Ahmad, S. 2013. The Impact of Capital Structure and Financial Performance on Stock Returns 'A Case of Pakistan Textile Industry.*Middle East Journal of Scientific Research* 16(2):289–95.
- Klingenberg, B, Timberlake,R.,& Brown, R. 2013. The Relationship of Operational Innovation and Financial Performance - A Critical Perspective. *International Journal of Production Economics* 142(2):317–23.
- Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Metode Kuantitatif*. Kedua. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Maheen, M. 2013. Impact of Foreign Exchange Rate on Stock Prices. *IOSR Journal of Business and Management* 7(3):45–51.
- Mughni. 2013. Analisis Pengaruh Eva, Eps, Dan Bep Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei. *Journal FEB UNSOED* 3(1).
- Muktiadji, N. & Soesilowati, N. 2012. Analisis Pengaruh Basic Earning Power , Struktur Modal , Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 6(1).
- Octaviani, S & Yap, S. 2016. Pengaruh Corporate Governance , Profitabilitas ,Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 18(1):1–10.
- Press, C. 1965. The Behavior of Stock-Market Prices. *The Journal of Business* 38(1):34–105.
- Sasongko, N. & Wulandari, N. 2006. Pengaruh Eva Dan Rasio-Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Jurnal Emperika* 19(1):64–70.
- Sebnem & Bengu. 2012. Factors Affecting Stock Returns of Firms Quoted in ISE Market : A Dynamic Panel Data Approach. *International Journal of Business and Social Research* 2(1):109–22.
- Setiyawan, I . 2014. Pengaruh Current Ratio, Inventory Turnover, Time Interest Earned Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2009-2012. *Jurnal Nominal* III(2):117–33.

- Spence, M. 1973. Competitive and Optimal Responses to Signals: An Analysis of Efficiency and Distribution. *Journal of Economic Theory* vii(3):296–332.
- S Suriani, S., Kumar, Jamil, & Muneer. 2015. Impact of Exchange Rate on Stock Market. 5(2004):385–88.
- Suselo, D., Djazuli, A. & Indrawati. 2015. Pengaruh Variabel Fundamental Dan Makro Ekonomi Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Yang Masuk Dalam Indeks LQ45). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* 13(1):104–16.
- Tehseen, S & Anwar. 2012. Effects of Interest Rate, Exchange Rate and Their Volatilities on Stock Prices: Evidence from Banking Industry of Pakistan. *Theoretical and Applied Economics* 19(8):153–66.
- Tsen, W. 2017. Real Exchange Rate Returns and Real Stock Price Returns Wong. *International Review of Economics and Finance* 0560(16).

PERAN SOSIAL MEDIA UNTUK MEMPERKUAT HUBUNGAN *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MALANG PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI)

Siti Aisyah

Departemen Manajemen, Universitas Negeri Malang

Email: siti.aisyah.1804126@students.um.ac.id

ABSTRAK

Sosial media merupakan *platform* yang kerap digunakan dalam berbagai aktivitas di era modern seperti saat ini. Salah satunya proses rekrutmen karyawan yang biasanya hanya diiklankan di kertas atau surat kabar saat ini perusahaan sudah banyak menggunakan sosial media untuk menginformasikan lowongan pekerjaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran sosial media dalam menginformasikan *employer branding* perusahaan telekomunikasi terhadap minat melamar kerja mahasiswa Universitas Negeri Malang. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengujian data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi, dan moderasi. Sampel yang di peroleh dari penelitian sebanyak sampel 370 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan sosial media berperan positif dan signifikan dalam memperkuat hubungan *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa Universitas Negeri Malang.

Kata kunci: *sosial media, employer branding, dan minat melamar pekerjaan.*

LATAR BELAKANG

Seiring berjalannya waktu banyak terjadi perubahan di dunia salah satunya teknologi. Era modernisasi saat ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi yang berkembang pesat dan terus berevolusi. Dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dan penemuan sederhana hingga yang sangat rumit. Kurang dari sepuluh tahun terakhir teknologi *handphone* yang awalnya hanya alat komunikasi nirkabel berkembang menjadi alat komunikasi yang bisa mengambil foto, merekam video, mendengarkan musik, dan mengakses internet dalam hitungan detik. Baru-baru ini sosial media merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang sudah banyak penggunanya, sosial media ini dimanfaatkan untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi. Sosial media merupakan sarana *online* untuk bersosialisasi dan mencari hal baru yang banyak digunakan di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri media sosial bukan hal asing terutama bagi generasi milenial, mulai dari *facebook, instagram, twitter, path, whatsApp* dan lain-lain.

Saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa sosial media menjadi *platform* dengan jumlah pengguna yang sangat besar dari segala usia. Pengguna sosial media termasuk usia produktif untuk bekerja. Kandidat potensial bagi sebuah perusahaan bisa jadi dari pengguna sosial media termasuk mahasiswa. Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *HootSuite* 2019 Indonesia menempati urutan pengguna internet paling lama ke-8 di dunia sekitar 175,2 juta orang Indonesia rata-rata berselancar selama 7 jam 57 menit perhari termasuk menggunakan sosial media (KEMP, n.d.).

Instagram sebagai salah satu *sosial media* yang paling populer di Indonesia berada di peringkat kedelapan dengan pengguna mencapai 10%. Berdasarkan sumber (*Indonesia: Internet User Metrics*, n.d.) pengguna *instagram* di Indonesia antara usia 16-35 tahun melakukan posting foto saat *travelling* mencapai 48.4% (peringkat ketiga). Jumlah pengguna *instagram* aktif mencapai 22 juta orang. Adapun dengan persebaran demografi pengguna *instagram* berusia 18-29 tahun menempati penggunaan terbesar yaitu 83%, dan 30-49 tahun sebanyak 18% serta 6% dari umur 50-64 tahun juga menggunakan *instagram*. Berdasarkan data tersebut, maka *instagram* merupakan salah satu media yang potensial bagi perusahaan sebagai sarana promosi dalam perekrutan karyawan. Aplikasi sosial media bisa dimanfaatkan untuk membantu proses perekrutan dan pengembangan serta pemasaran bisnis sebuah perusahaan.

Persaingan memenuhi kebutuhan pasar melalui produk dan jasa akan selalu terjadi dalam dunia bisnis. Semua perusahaan pasti saling berusaha untuk mencapai keunggulan agar memperoleh keuntungan yang lebih besar dan mampu bertahan di pasar yang semakin kompetitif. Berbagai perusahaan berlomba-lomba meningkatkan dan mengembangkan perusahaannya. Perusahaan juga menghadapi persaingan untuk mendapatkan karyawan berkompeten dibidangnya.

Perusahaan dalam proses rekrutmen karyawan yang berkompeten perlu mengetahui hal-hal apa saja yang bisa memicu minat untuk melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut. Perhatian terhadap *employer branding* bisa digunakan sebagai dasar kegiatan dalam proses rekrutmen karyawan, seperti *work culture* perusahaan, *ethics* perusahaan, *corporate social responsibility* perusahaan, *diversity* perusahaan, *salary* dan *incentives* dari sebuah perusahaan. *Employer branding* dapat diartikan sebagai strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan, membangun identitas, nilai positif untuk menunjukkan citra baik perusahaannya agar membuat keterikatan psikologis pada calon karyawan supaya tertarik melamar pekerjaan di perusahaan tersebut (Vasantha & Vinoth, 2017). *Platform* sosial media dalam hal ini berfungsi untuk mempublikasikan informasi mengenai *employer branding* dari sebuah perusahaan. Para calon pelamar sering mempertimbangkan beberapa perusahaan ketika akan melamar suatu pekerjaan, salah satunya adalah reputasi perusahaan. Keinginan melamar seseorang bergantung pada perspektif calon pelamar mengenai reputasi perusahaan. Oleh karena itu *employer branding* dapat membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan kompetitor lainnya.

Ketertarikan melamar pekerjaan bagi calon tenaga kerja salah satunya di dorong oleh motivasi setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya. Calon karyawan akan mencari informasi pekerjaan yang diinginkan dengan melihat reputasi dari sebuah perusahaan melalui sosial media. Saat ini budaya mencari pekerjaan telah berubah dalam sepuluh tahun terakhir, yang awalnya lowongan pekerjaan diiklankan di kertas atau surat kabar saat ini perusahaan mulai memanfaatkan sosial media. Sosial media dapat berperan penting dalam proses pencarian karyawan yang tepat. Sosial media dapat menemukan banyak informasi tentang kandidat yang berpotensi (Kajanová et al., 2017) *Employer branding* atau reputasi perusahaan yang bagus biasanya akan membuat calon karyawan terutama mahasiswa merasa bangga. Para

mahasiswa akan memandang perusahaan tersebut sangat layak dan sesuai dengan keinginan mereka. Rasa kebanggaan dari mahasiswa tersebutlah bisa dikomunikasikan sebagai sebuah keunggulan untuk menarik mereka agar melamar pada perusahaan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Sosial Media

Sosial Media terdiri dari dua kata, yaitu “sosial” dan “media”. “sosial” yang artinya setiap individu saling berinteraksi dan saling membutuhkan satu sama lain atau saling berkontribusi kepada masyarakat. Sedangkan “Media” berarti sarana atau perantara berkomunikasi (MCQuail, 2003) & (Laughey, 2007). Menurut Kotler dan Keller dalam (Lubis & Hidayat, 2017) *sosial media* adalah “*A means for consumers to share text, images, audio and video information with each other and with companies and vice versa*” yang artinya *sosial media* adalah sarana bagi seseorang untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video dengan orang lain atau perusahaan serta sebaliknya. Kaplan dan Haenlin dalam (Sartikah et al., 2019) menyatakan media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis jaringan yang menggunkan ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut.

Employer Branding

(Walsh, Mitchell V.W., Jackson, P.R dan Betty, n.d.) menyatakan *employer branding* merupakan tanggapan dari stakeholder akan kinerja, kepercayaan, aktivitas komunikasi, dan rasa emosional terhadap perusahaan dari waktu ke waktu. (Vasanth & Vinoth, 2017) menyatakan *employer branding* merupakan strategi baru untuk membedakan identitas perusahaan mereka dengan perusahaan kompetitor. Perusahaan memaparkan keunggulan yang mereka tawarkan seperti semua fasilitas yang dapat memotivasi karyawan agar tertarik bekerja di perusahaan tersebut. (Permadi & Netra, 2015) dalam penelitiannya tentang pengaruh reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan kerja terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa Universitas Udayana, menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan kerja berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa.

Minat Melamar Pekerjaan

Barber (1998) menyatakan minat melamar pekerjaan merupakan proses ketertarikan untuk bekerja dan berupaya mencari informasi rekritmen serta menentukan pilihan akan pekerjaan dari perusahaan mana yang ia inginkan. Menurut (Slameto, 2010) minat merupakan kecenderungan lebih suka dan tertarik akan suatu hal dan aktivitas tanpa ada yang memerintah. Menurut Gatewood dalam (Permadi & Netra, 2015) ketika melamar pekerjaan para calon karyawan melakukan beberapa tahapan diantaranya, memilih dan menentukan suatu pekerjaan yang mereka

kehendaki, kemudian mencari informasi rekrutmen dari suatu instansi atau perusahaan kemudian memutuskan akan menerima pekerjaan tersebut atau tidak. Berdasarkan pemaparan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu keinginan atau ketertarikan seseorang pada sebuah pekerjaan dengan menentukan pilihan dan berusaha agar berhasil memperoleh pekerjaan yang mereka inginkan.

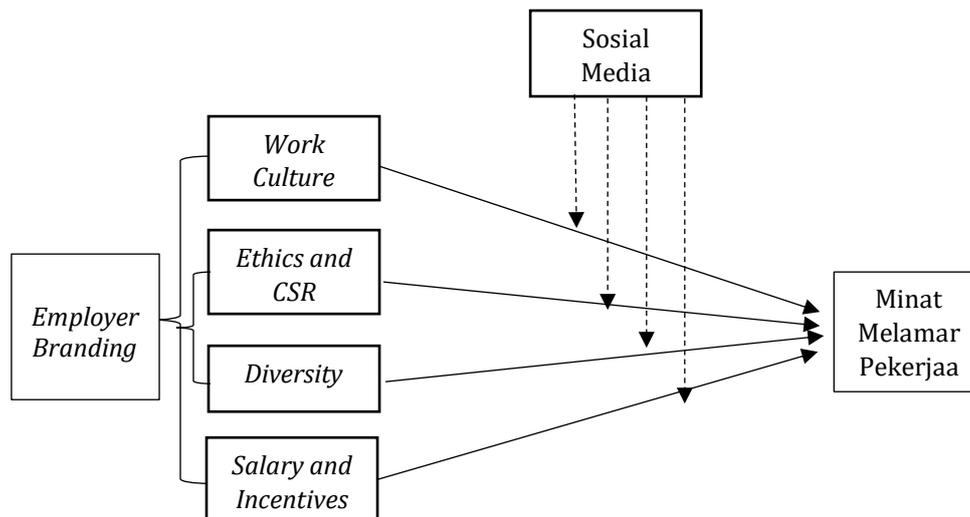
METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengujian data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi, dan moderasi. Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Jawa Timur. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan yang akan diuji adalah variabel yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan mahasiswa Universitas Negeri Malang ke Perusahaan Telekomunikasi. Populasi yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Malang yang berjumlah 33.628 orang (Agustus 2019) dengan menggunakan teknik *simple random sampling* (pengambilan sampel acak sederhana) dan mendapatkan sampel penelitian sebanyak 370 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pembagian kuesioner menggunakan aplikasi *Google Form* dan *WhatsApp* yang terhubung dengan *smartphone* mahasiswa Universitas Negeri Malang. Data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuisisioner. Skala pengukuran yang digunakan penulis untuk mengukur instrumen penelitian adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan seperti pada tabel 1.

Tabel 1 Penjabaran penilaian skala likert

<i>Jawaban</i>	<i>Skor Penelitian</i>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Tidak Setuju	3
Cukup Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Variabel penelitian adalah komponen atau objek yang ditemukan peneliti yang kemudian dipelajari dan di cari kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menemukan tiga variabel yaitu *dependent* dan *independent* variabel serta variabel mediato atau *intervening* variabel. Menurut Baron dan Kenny (1986) suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara *dependent* dan *independent* variabel. Adapun model hubungan variabel seperti gambar 1.1 berikut ini



Gambar 1. Analisis jalur (*path analysis*)

Sumber: Data Diolah

Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan sementara yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal dan dituntut untuk melakukan pembuktian (Sudjana, 2005). Berdasarkan deskripsi tersebut maka hipotesis dalaghozam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Sosial media berpengaruh untuk memperkuat *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi
- H1a : *Work culture* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi
- H1b : *Ethics and corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa di perusahaan telekomunikasi
- H1c : *Diversity* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi
- H1d : *Salary and incentives* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi
- H2 : Media sosial mampu memoderasi hubungan *employer branding* terhadap di perusahaan telekomunikasi

Menurut Ghozali (2018) analisis jalur (*path analysis*) di lakukan untuk menguji pengaruh variabel *intervening*. Berdasarkan gambar 1 diatas hubungan *employer branding* dengan komponen-komponenya terhadap minat melamar pekerjaan yang dipengaruhi sosial media. ariabel dalam penelitian ini seperti pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Variabel Penelitian

<i>Tipe Variabel</i>	Variabel
<i>Dependent Variable</i>	Minat Melamar Kerja
<i>Independent Variable</i>	<i>Employer Branding</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Work Culture</i> (Budaya Kerja), 2. <i>Ethics and Corporate Social Responsibility</i> (Etika dan Tanggung Jawab sosial perusahaan) 3. <i>Diversity</i> (Keragaman) 4. <i>Salary and Incentives</i> (Gaji dan Insentif)
<i>Intervening variable</i>	Sosial Media

Sumber: Data Diolah

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Malang. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 370 orang. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar dapat diketahui identitas responden sebagai informasi penulis untuk mengolah data. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, umur, jurusan dan semester responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 370 orang yang terdiri atas laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3 keadaan responden menurut jenis kelamin

<i>Jenis kelamin</i>	<i>Jumlah</i>	<i>Presentase</i>
Laki-laki	119	32,2%
Perempuan	251	67,8%
Total	370	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 1.3 terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 119 orang dengan presentase sebesar 32,2% dan responden perempuan sebanyak 251 orang dengan presentase sebesar 67,8%. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini beragam yaitu berkisar antara umur 17-22 tahun ke atas. Jumlah responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4 keadaan responden menurut kelompok umur

Umur	Jumlah	Presentase
17-22	366	98,9%
23-28	4	1,1%
Total	370	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4 menunjukkan bahwa responden terbanyak berumur antara 17–22 tahun dengan jumlah responden 366 orang atau 98,9% dan 4 orang responden berumur 23-28 tahun dengan presentase 1,1%. Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa dari semua jurusan di Universitas Negeri Malang. Untuk mengetahui jurusan responden dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. keadaan responden menurut jurusan

Jurusan	Jumlah	Presentase
Manajemen	141	38,10%
Akuntansi	38	10,28%
Sosial	49	13,24%
Mipa	42	11,36%
Ilmu olahraga	30	8,10%
Teknik	29	7,83%
Sastra	41	11,09%
Total	370	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 5 diatas responden terbanyak berasal dari jurusan manajemen yaitu 141 orang dengan presentase 38,10% dan responden terkecil dari jurusan teknik sebanyak 29 orang dengan presentase 7,83%. Responden pada penelitian ini dari semua angkatan mahasiswa di Universitas Negeri Malang. Untuk mengetahui semester responden dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6 keadaan responden menurut semester

Semester	Jumlah	Presentase
2	99	25,10
4	223	60,21
6	35	9,45
8	12	3,24
10	1	2,70
Total	370	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 6 diatas responden yang paling banyak menjawab yaitu responden pada semester 4 dengan jumlah 223 orang atau 60,21%.

Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat ukur ketika melakukan pengukurannya (Azwar, 1986). Sugiyono (2008) menyatakan validitas adalah ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan dari instrument kuesioner yang diuji. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Bawono, 2006).

Dasar mengambil keputusan:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Data dari tabel 1.3 menunjukkan semua koefisien dari indikator variabel yang diuji pada penelitian ini nilainya lebih besar dari 0,50 ($r > 0,50$). Hasil instrumen dari uji validitas data diatas menunjukkan semua indikator dalam penelitian ini valid yaitu dengan korelasi terbesar 0,913 dan korelasi terkecil 0,715.

Tabel 7. Uji Validitas dan Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Item Pertanyaan</i>	<i>Korelasi Item Total</i>	<i>Keterangan</i>
Minat Melamar Pekerjaan	X1.1	0,868	Valid
	X1.2	0,858	
	X1.3	0,824	
	X1.4	0,888	
	X1.5	0,789	
Work Culture	X2.1	0,797	Valid
	X2.2	0,709	
	X2.3	0,657	
	X2.4	0,795	
	X2.5	0,738	
	X2.6	0,715	
<i>Ethics and Corporate Social Responsibility</i>	X3.1	0,819	Valid
	X3.2	0,740	
	X3.3	0,878	
	X3.4	0,852	
<i>Diversity</i>	X4.1	0,817	Valid
	X4.2	0,838	
	X4.3	0,751	
	X4.4	0,800	
<i>Salary and Incentives</i>	X5.1	0,858	Valid
	X5.2	0,862	
	X5.3	0,871	
	X5.4	0,855	
Sosial Media	Y1.1	0,884	Valid
	Y1.2	0,911	
	Y1.3	0,913	

Sumber: Data Diolah

Uji Reabilitas

Menurut (Walizer. H. Michael, Wiener, 1987) reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* yang merupakan keajegan pengukuran. (Ghozali, 2006) menyatakan variabel yang dikatakan reliabel jika nilai cronbach alphanya lebih besar dari 0,60 (*Cronbach alpha*>0,60). Hasil dari instrumen penelitian uji reliabilitas data di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari 0,60. Hal ini dapat dinyatakan bahwa seluruh indikiator variabel dalam penelitian ini reliabel atau memenuhi syarat dengan nilai alpha terbesar 0,893 dan alpha terkecil 0.744.

Uji Regresi

Uji regresi adalah studi mengenai keterantungan variabel dependent (terikat) dengan satu atau lebih variabel independent (bebas) yang bertujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui (Gujarati, 2003). Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent. Berikut Tabel 9 uji regresi adalah sebagai berikut.

Tabel 9 Uji Regresi

Model	Standardized	R2	Uji Simultan		Uji Parsial
	Coefficients Beta		F-test	Sig	Sig
Sosial Media	2,221				0,000
Work Culture	0,000				0,995
Ethics and CSR	0,000	1,000	2.355	0,000	0,996
Diversity	-.785				0,000
Salary and Incentives	-.838				0,000

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan Tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa nilai R atau koefisien korelasi sebesar 1,000 artinya hubungan sosial media dengan variabel lainnya sangat kuat. Nilai *R square* atau koefisien determinasi juga sebesar 1,000 artinya 100% minat melamar pekerjaan dipengaruhi oleh *employer branding* yang diperkuat dengan sosial media. Uji simultan memperoleh nilai sig (*F test*) adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05) maka dinyatakan menolak H0 artinya secara simultan sosial media dan komponen *employer branding* berpengaruh terhadap minat melamar kerja di perusahaan telekomunikasi.

Pada pengujian secara parsial, sosial media, *diversity*, dan *salary and incentives* memperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hal itu berarti menolak H0 yang artinya secara parsial sosial media, *diversity*, *salary and incentives* berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi di Indonesia. Berbeda diatas, *work culture* dan *ethics and corporate social responsibility* memperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu masing-masing 0,995 dan

0,996 yang berarti menerima H0 atau secara parsial *work culture, ethics and corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi di Indonesia.

Uji Moderasi

Uji moderasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel mediator (*intervening variable*) apakah memperkuat atau memperlemah antara variabel independent ke dependent (Ghozali, 2018). Hasil uji moderasi pada penelitian ini disajikan pada tabel 10 berikut ini.

Tabel 10. Uji Moderasi

Model	Standardized	R2	Uji Simultan		Uji Parsial	
	Coefficients Beta		F-test	Sig	T-test	Sig
WCxSM	0,290				3,137	0,002
CSRxSM	0,083	0,485	87.040	0,000	0,809	0,419
DIVxSM	0,118				1,078	0,282
SALxSM	0,236				2,204	0,028

Sumber: Data Diolah

Dari Tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa nilai *F test* memperlihatkan nilai sig. sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0,05) maka sosial media mampu memoderasi hubungan antara *employer branding* berpengaruh terhadap minat melamar kerja. Secara uji parsial, *work culture* (WCxSM) dan *salary and incentives* (SALxSM) memperoleh nilai t hitung sebesar 0,000 dan 0,028 maka dinyatakan signifikan atau menolak H0 artinya terbukti secara parsial (karena dibawah 0,05). Hasil itu menjelaskan bila social media mampu memoderasi hubungan antara *work culture* dan minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi. Social media juga mampu memoderasi hubungan antara *salary and incentives* terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi. Disamping itu, nilai t-hitung pada *ethics and corporate social responsibility* (CSRxSM) dan *diversity* (DIVxSM) memperoleh nilai signifikan diatas 0,05 yang berarti tidak signifikan atau menerima H0. Itu menjelaskan bila *social media* tidak terbukti mampu memoderasi hubungan *ethics and corporate social responsibility* terhadap mint melamar di perusahaan telokumunikasi. *Social media* juga tidak mampu memoderasi hubungan *diversity* terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaan telekomunikasi.

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial yang diperoleh dari hasil penelitian sosial media untuk memperkuat hubungan *employer branding* seperti *work culture, ethics and CSR, diversity, salary and incentives* berpengaruh positif pada minat melamar pekerjaan. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan terlekomunikasi sebagai bahan informasi dan pertimbangan

dalam proses rekrutmen karyawan. Sumber daya manusia merupakan aset yang dimiliki perusahaan sebagai penggerak yang bisa membantu mencapai tujuan perusahaan. SDM sendiri memegang peranan utama sebagai perencana, pelaku dan pengambil keputusan dalam setiap kegiatan perusahaan. Perusahaan telekomunikasi dapat membuat strategi seperti lebih meningkatkan gaji pada karyawan yang sesuai dengan pekerjaan yang mereka lakukan, agar calon karyawan berminat untuk melamar pekerjaan pada perusahaan telekomunikasi. Hal ini juga akan membuat karyawan ataupun calon karyawan loyal terhadap perusahaan. Selain gaji perusahaan juga dapat mentolerir perbedaan dimana dari perbedaan dapat mendorong munculnya inovasi. Manfaat perbedaan dari tiap karyawan dapat dilihat melalui pertemuan berbagai ide, kepribadian, dan pengalaman yang berbeda yang berasal dari perbedaan dan keberagaman latar belakang. Perbedaan dan keberagaman tiap karyawan juga merupakan komponen penting dari kesuksesan dalam sebuah *platform global*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sosial media berpengaruh dan signifikan atau berperan positif untuk memperkuat hubungan *employer branding* dengan komponennya yaitu *work culture, ethics and corporate social responsibility, diversity, salary and incentives* terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa universitas negeri malang pada perusahaan telekomunikasi. *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat melamar pekerjaan. *Employer branding* yang memberikan bagaimana cara perusahaan akan memberikan tanggung jawab sosial pada karyawannya akan lebih banyak menarik minat para calon karyawan dibantu dengan sosial media sebagai media penyebaran informasinya. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji moderat *corporate social responsibility* x sosial media memiliki nilai koefisien beta yang lebih besar dari variabel komponen *employer branding* lainnya yang ditawarkan perusahaan.

SARAN

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna di lihat dari indikator masing-masing variabel penelitian yang masih perlu diperbaiki dan disempurnakan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih dapat dikembangkan di lokasi lain dengan jumlah populasi dan jumlah sampel yang lebih besar atau bahkan memfokuskan penelitian pada salah satu perusahaan telekomunikasi. Maka dari itu hendaknya peneliti selanjutnya menggunakan responden yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Barber, A. E. (1998). *Recruiting Employees (C. Thusand Oaks (Ed.))*. Sage Publivations.
Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
Ghozali, P. D. H. I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro.

- Indonesia: Internet User Metrics. (n.d.). E-Marketer.Com.
- Kajanová, H., Sedláček, M., & Soósová, V. (2017). Attitudes of young people to job searching through social media: Case of Slovakia. *Economics and Sociology*, 10(1), 152–168. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2017/10-1/11>
- KEMP, S. (n.d.). DIGITAL 2020: 3.8 BILLION PEOPLE USE SOCIAL MEDIA. We Are Social.Com.
- Laughey, D. (2007). No Themes in media theory (open university Press (Ed.)).
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/2355-1488>
- MCQuail, D. (2003). Teori komunikasi massa (Erlangga (Ed.)).
- Permadi, K., & Netra, I. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(10), 246570.
- Sartikah, S., Razati, G., & Utama, R. D. H. (2019). Peran Media Sosial Dalam Memperkuat Loyalitas Pada Merek. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 18(1), 28. <https://doi.org/10.17509/strategic.v18i1.17588>
- Slameto. (2010). Belajar & faktor-faktor yang mempengaruhinya. rineka cipta.
- Vasanth, S., & Vinoth, K. (2017). The key factors of employer brand an empirical analysis with special reference to IT industry. *Indian Journal of Public Health Research and Development*, 8(2), 290–295. <https://doi.org/10.5958/0976-5506.2017.00128.0>
- Walizer. H. Michael, Wiener, L. P. (1987). *Metode dan Analisis Penelitian (A. slamet w (Ed.))*. aksara baru.
- Walsh, Mitchell V.W., Jackson, P.R dan Betty, S. E. (n.d.). Examining the Antecedent and Consequences of Corporate Reputation. *British Journal of Management, A Customer Perspective*.

ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI JIWA KONVENSIONAL DAN SYARIAH BERDASARKAN RISK BASED CAPITAL DAN EARLY WARNING SYSTEM PERIODE 2013–2017

Linda Kusuma, Fadia Zen

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang,

Email: linda.kusuma05@gmail.com, fadia.zen.fe@um.ac.id

ABSTRACT

This study is used for to determine whether the insurance company with different operating systems (conventional and Islamic) have a sound financial performance so as to satisfy claims against the insured at any time. It is in terms of the condition of the company's financial performance of conventional and Islamic insurance during the period of 2013-2017 years of research that is based on the analysis of risk-based capital and early warning system in terms of the ratio of claims expenses, investment return ratio, liquidity ratio, the investments, the ratio premium growth, and technical ratios. The object of this study is a life insurance company that has a conventional unit and sharia unit, and registered with the FSA in 2013-2017. Data analysis technique used is descriptive analysis and test-test sign. The results obtained are there differences in the life insurance company's financial performance and the sharia unit of conventional units. Life insurance companies sharia units excel in four variables, ie the ratio of claims expenses, investment adequacy ratio, the ratio of premium growth, and technical ratios. While conventional units life insurance company excels in three variables, namely RBC, the ratio of investment returns, and liquidity ratios. Thus, life insurance companies sharia units have better financial performance than conventional units. While conventional units life insurance company excels in three variables, namely RBC, the ratio of investment returns, and liquidity ratios. Thus, life insurance companies sharia units have better financial performance than conventional units. While conventional units life insurance company excels in three variables, namely RBC, the ratio of investment returns, and liquidity ratios. Thus, life insurance companies sharia units have better financial performance than conventional units.

Keywords: *conventional life insurance, sharia life insurance, risk based capital, and early warning system.*

LATAR BELAKANG

Saat ini dunia telah memasuki era industri keempat (4.0) atau era industri yang serba digital. Banyak industri yang berkembang pesat dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang semakin canggih termasuk industri keuangan. Industri keuangan harus mampu menyesuaikan diri agar tidak ketinggalan arus teknologi yang semakin canggih. Sektor industri keuangan terus mengalami perkembangan seiring dengan laju perkembangan ekonomi. Salah satu sektor industri keuangan yang terus mengalami perkembangan dan terus menunjukkan kondisi yang stabil yaitu Industri Keuangan Non Bank (IKNB). Pertumbuhan aset IKNB yang baik salah satunya didukung oleh perkembangan dalam industri asuransi.

Asuransi merupakan suatu perjanjian antara pihak penanggung yaitu perusahaan asuransi dan pihak tertanggung yaitu pemegang polis, yang mana pihak tertanggung berkewajiban membayar sejumlah premi kepada pihak penanggung, dan pihak penanggung berkewajiban membayarkan uang pertanggungan kepada

pihak bertanggung karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya bertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya bertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana (Undang-undang RI No 40 tahun 2014 tentang Perasuransian pasal 1 ayat 1). Dengan penataan yang baik, industri asuransi memiliki potensi untuk menjadi kebanggaan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjadi salah satu pilar penopang perekonomian bangsa.

Di Indonesia, jumlah perusahaan yang bergerak dibidang perasuransian terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah. Seiring dengan terus bertambahnya jumlah perusahaan perasuransian yang beroperasi di Indonesia selama tahun 2013–2017, baik yang konvensional maupun syariah, total aset pada industri asuransi juga mengalami peningkatan yang mendukung peningkatan jumlah aset industri keuangan non bank Indonesia. Pertumbuhan jumlah aset industri asuransi di Indonesia selama tahun 2013–2017 disajikan dalam tabel berikut

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Aset Perusahaan Perasuransian Tahun 2013–2017
(dalam Triliunan Rupiah)

No	Perusahaan	Unit	2013	2014	2015	2016	2017
1	Asuransi Jiwa	Konvensional	280,94	349,98	356,30	424,13	513,45
		Syariah	12,80	18,08	21,73	26,90	33,19
2	Asuransi Umum dan Reasuransi	Konvensional	103,60	122,44	133,86	137,59	147,12
		Syariah	3,84	4,31	4,96	6,22	7,34

(Sumber: Statistik Perasuransian, 2017)

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut terlihat bahwa perusahaan asuransi jiwa baik konvensional maupun syariah memiliki jumlah aset yang paling banyak dan pertumbuhan aset yang pesat. Jumlah aset perusahaan asuransi jiwa selama tahun 2013–2017 meningkat rata-rata sebesar 21,2% setiap tahunnya dan untuk jumlah aset perusahaan asuransi umum dan reasuransi selama tahun 2013–2017 mengalami peningkatan rata-rata sebesar 7,4% setiap tahunnya.

Perkembangan pada industri asuransi juga dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah investasi, jumlah klaim, dan pendapatan premi pada industri asuransi jiwa. Pertumbuhan jumlah investasi, klaim, dan pendapatan premi industri asuransi jiwa selama tahun 2013–2017 mengalami peningkatan, meskipun pada tahun 2015 jumlah investasi industri asuransi jiwa sempat mengalami penurunan yang diakibatkan oleh adanya gejolak ekonomi global. Gejolak ekonomi global yang disebabkan oleh rendahnya harga komoditas karena ekonomi di negara maju mengalami pelemahan, pada akhirnya membuat *The Fed* menaikkan suku bunga acuannya pada Desember

2015 sebesar 0,25%. Akibatnya nilai kurs menjadi tidak stabil dan kepastian di pasar keuangan global semakin menurun, sehingga mendorong kembalinya aliran modal asing ke pasar surat berharga negara. Dikarenakan rata-rata rupiah mengalami pelemahan pada tahun 2015, sehingga menyebabkan harga pasar investasi perusahaan asuransi jiwa menurun dan pada akhirnya mengakibatkan nilai total aset dan investasi pada industri asuransi jiwa menurun. Total investasi menurun 1,3% menjadi Rp 314,58 triliun di tahun 2015 dari sebelumnya Rp 318,87 triliun per Desember 2014. Dan total aset menurun satu persen menjadi Rp 360,35 triliun di tahun 2015 dari sebelumnya Rp 364,02 triliun. Penurunan total aset dan investasi industri asuransi jiwa membuat hasil investasi pun menurun 104% sehingga mengalami kerugian sebesar Rp 1,66 triliun (ekonomi.metrotvnews.com).

Pesatnya perkembangan industri asuransi khususnya asuransi jiwa baik konvensional maupun syariah mengakibatkan persaingan semakin ketat dan mendorong perusahaan untuk selalu memperbaiki kinerja perusahaan, khususnya kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan asuransi jiwa harus mengoptimalkan pengelolaan aset dan pendapatan preminya dengan tepat agar kinerja keuangannya baik dan memenuhi kriteria sebagai perusahaan asuransi yang sehat. Hal ini dilakukan supaya kasus gagal bayar yang menimpa PT Allianz Life pada akhir tahun 2017 (www.ekonomi.kompas.co.id) tidak terjadi kembali, karena kasus tersebut dikhawatirkan memengaruhi rendahnya minat masyarakat Indonesia terhadap asuransi. Dengan memiliki kinerja keuangan yang baik dan memenuhi kriteria sebagai perusahaan asuransi yang sehat akan memudahkan perusahaan untuk memperoleh nasabah yang banyak dan juga membantu perusahaan untuk membuat kebijakan-kebijakan di masa yang akan datang sebagai upaya mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang ketat.

Penilaian kinerja keuangan perusahaan dapat dinilai salah satunya dengan cara melakukan analisis laporan keuangan. Analisis laporan keuangan merupakan penilaian kinerja suatu perusahaan dengan menggunakan laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan pada dasarnya merupakan hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengomunikasikan data keuangan yang menggambarkan aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Hery, 2013:18). Laporan keuangan dibuat dan disusun dengan tujuan untuk menyediakan informasi terkait posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat untuk pihak manajemen perusahaan dan beberapa pihak yang berkepentingan lainnya dalam pengambilan keputusan ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan penilaian kinerja keuangan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya supaya bisa tetap bertahan dan bersaing dengan para pesaingnya. Penilaian kinerja keuangan perusahaan yang sering digunakan adalah menggunakan analisis rasio keuangan.

Analisis rasio keuangan merupakan kegiatan menganalisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan untuk mengetahui tingkat keuntungan dan tingkat risiko atau tingkat kesehatan suatu perusahaan (Hanafi & Halim, 2016). Analisis rasio keuangan yang digunakan satu perusahaan sering tidak sama dengan perusahaan lainnya tergantung jenis usaha yang dikelola karena bentuk dan isi laporan keuangannya yang berbeda. Pada perusahaan asuransi, bentuk dan isi laporan keuangannya sangat berbeda dengan perusahaan jasa lainnya. Hal ini karena sifat dan karakteristik usaha asuransi yang mengambil alih risiko dari pihak lain yang menjadikannya padat risiko apabila risiko tersebut tidak dikelola dengan baik.

Penelitian ini memilih objek pada sektor asuransi jiwa karena perusahaan asuransi jiwa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perusahaan asuransi jiwa yang diteliti dalam penelitian ini adalah perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan yang memiliki unit konvensional dan unit syariah, karena potensi untuk mengembangkan asuransi jiwa syariah sangat tinggi. Penelitian tentang kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit konvensional dan unit syariah sangatlah penting karena bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum dan khususnya yang berpartisipasi dengan perusahaan asuransi jiwa, dan untuk mengetahui apakah perusahaan asuransi dengan sistem operasional yang berbeda (konvensional dan syariah) memiliki kinerja keuangan yang sehat sehingga mampu memenuhi klaim terhadap tertanggung setiap saat.

Menurut Sula (29:2016), baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah sama-sama memiliki tujuan yang mulia yaitu meminimalkan risiko finansial ketika seseorang ditimpa musibah, tetapi cara dan proses yang ditempuh berbeda. Proses asuransi konvensional yaitu memindahkan risiko kepada perusahaan asuransi dengan membayar premi, sedangkan proses asuransi syariah yaitu saling menanggung atau berbagi risiko antara sesama peserta asuransi dengan membayar kontribusi dengan akad *tabarru'*. Kedua perbedaan proses ini memiliki konsekuensi hukum dilihat dari sudut pandang syariah. Dalam muamalah, proses bisnis dapat menentukan halal dan haramnya suatu transaksi bisnis apabila terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Haramnya asuransi konvensional dikarenakan adanya unsur-unsur yang dilarang dalam syariah seperti *gharar*, *maysir*, dan *riba'* dalam proses bisnis asuransinya. Di Indonesia, untuk menjaga agar bisnis asuransi syariah tetap berjalan sesuai prinsip-prinsip syariah maka proses bisnis asuransi syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah.

Penelitian ini akan menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah pada periode 2013–2017 berdasarkan *Risk Based Capital* dan metode *Early Warning System* yang dilihat dari rasio beban klaim dari rasio beban klaim, rasio hasil investasi, rasio likuiditas, rasio kecukupan investasi, rasio pertumbuhan investasi, dan rasio teknis. Berdasarkan penelitian Yusof (2015), diperoleh hasil bahwa RBC perusahaan asuransi

syariah lebih baik daripada perusahaan asuransi konvensional. Sedangkan Tahira dan Arshad (2014) yang melakukan penelitian sejenis, menemukan hasil bahwa kinerja perusahaan asuransi syariah lebih baik daripada perusahaan asuransi konvensional. Diharapkan antara perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah memiliki perbedaan kinerja keuangan yang signifikan, karena cara dan proses dalam menjalankan bisnis asuransi antara perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah berbeda. Berdasarkan pembahasan tersebut, diajukan hipotesis antara lain:

- H1 : Adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Early Warning System* yang dilihat dari rasio beban klaim.
- H2 : Adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Early Warning System* yang dilihat dari rasio hasil investasi.
- H3 : Adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Early Warning System* yang dilihat dari rasio likuiditas.
- H4 : Adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Early Warning System* yang dilihat dari rasio kecukupan investasi.
- H5 : Adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Early Warning System* yang dilihat dari rasio pertumbuhan premi.
- H6 : Adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Early Warning System* yang dilihat dari rasio teknis.
- H7 : Terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa konvensional dan syariah periode 2013–2017 berdasarkan *Risk Based Capital*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif komparatif. Penelitian deskriptif komparatif merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang dihasilkan dari perbandingan satu atau lebih variabel pada beberapa sampel yang diberikan perlakuan tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data yang digunakan berbentuk angka dan memakai alat bantu statistik. Rancangan penelitian ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut.

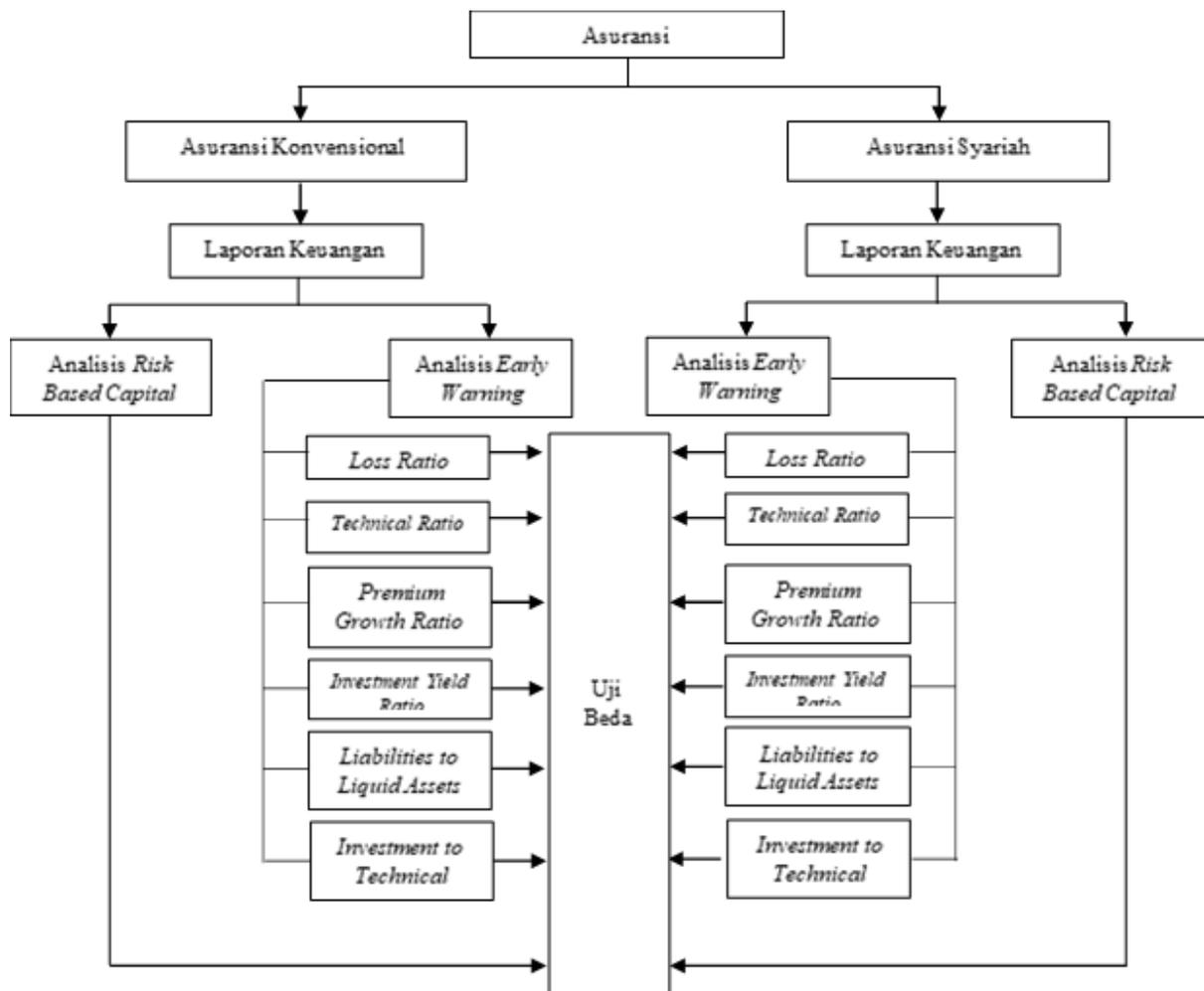
Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan asuransi yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada periode 2013-2017. Sampai dengan per 31 Desember 2017, perusahaan perasuransian yang memiliki izin usaha beroperasi di Indonesia berjumlah 391 perusahaan dan 16% dari seluruhnya merupakan perusahaan asuransi

jiwa. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu perusahaan asuransi jiwa yang memiliki unit konvensional dan unit syariah yang terdaftar di OJK pada periode 2013–2017 dan diperoleh sebanyak 14 perusahaan asuransi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengutip atau mencatat atau melihat secara langsung dari jurnal, media, dokumen, dan catatan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan yang telah disediakan perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari *website* resmi Otoritas Jasa Keuangan (www.ojk.go.id) dan *website* resmi dari perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Metode Analisis Data

Seluruh hipotesis dalam penelitian ini akan diuji menggunakan analisis deskriptif dan uji non parametrik *sign-test*. Analisis deskriptif akan dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui deskripsi dari masing-masing variabel. Analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung masing-masing variabel kinerja keuangan seperti rasio beban klaim, rasio hasil investasi, rasio likuiditas, rasio kecukupan investasi, rasio pertumbuhan premi, rasio kewajiban teknis, dan rasio *risk based capital* antara unit konvensional dan unit syariah untuk melihat kondisi variabel tersebut di setiap perusahaan sampel pada tahun 2013–2017. Setelah melakukan perhitungan setiap variabel, peneliti menentukan nilai tertinggi dan terendah masing-masing variabel, serta menghitung rata-rata antara unit konvensional dan unit syariah, kemudian mengamati perbedaan rata-rata tersebut untuk melihat kecenderungan kondisi variabel di setiap perusahaan sampel yang disajikan dalam grafik tren. Kemudian analisis selanjutnya yang dilakukan adalah uji normalitas data dengan teknik *shapiro-wilk* untuk mengetahui penyebaran data penelitian. Dikarenakan hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa hasil penyebaran data tidak berdistribusi normal, maka uji selanjutnya yang dilakukan adalah uji *sign-test*. Uji *sign test* digunakan untuk menentukan ada tidaknya perbedaan dua sampel yang berkorelasi. Masing-masing hipotesis akan diuji sendiri dengan uji *sign-test* ini.



HASIL ANALISIS

Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan metode *shapiro-wilk* pada variabel penelitian, yaitu rasio beban klaim, hasil investasi, likuiditas, kecukupan investasi, pertumbuhan investasi, rasio teknis, maupun RBC pada perusahaan asuransi jiwa unit konvensional dan unit syariah menunjukkan nilai signifikansi $<0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas pada setiap variabel tidak terpenuhi karena tidak terdapat variabel yang nilai signifikansinya $>5\%$, sehingga diputuskan bahwa uji beda yang digunakan pada penelitian ini adalah uji *sign test*.

Hasil dari pengujian *sign-test* masing-masing variabel pada perusahaan asuransi jiwa unit konvensional dan unit syariah menunjukkan bahwa rasio beban klaim memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Untuk rasio hasil investasi memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Untuk rasio likuiditas memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar $0,282 > 0,05$ sehingga H_0 diterima. Untuk rasio kecukupan investasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Untuk rasio pertumbuhan premi memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Sedangkan rasio teknis memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar $0,001 < 0,05$

sehingga H_0 ditolak. Dan untuk RBC memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Hasil pengujian *sign-test* secara lengkap dapat dilihat dari tabel 2

Tabel 2 Hasil Uji Beda *Sign Test*

<i>Variabel</i>	<i>Negative Differences</i>	<i>Positive Differences</i>	<i>Ties</i>	<i>Z score</i>	<i>Asymp. Sig.</i>	<i>Keterangan</i>
Rasio Beban Klaim	58	12	0	-5,379	0,000	Menolak H_0
Rasio Hasil Investasi	61	9	0	-6,096	0,000	Menolak H_0
Rasio Likuiditas	40	30	0	-1,076	0,282	Menerima H_0
Rasio Kecukupan Investasi	22	48	0	-2,988	0,003	Menolak H_0
Rasio Pertumbuhan Premi	18	52	0	-3,944	0,000	Menolak H_0
Rasio Teknis	50	20	0	-3,466	0,001	Menolak H_0
RBC	56	14	0	-4,900	0,000	Menolak H_0

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019)

Keterangan:

Negative differences : asuransi syariah < asuransi konvensional

Positive differences : asuransi syariah > asuransi konvensional

Ties : asuransi syariah = asuransi konvensional

PEMBAHASAN

Kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit syariah dan konvensional dilihat dari nilai rasio beban klaim terhadap pendapatan premi bersih menunjukkan bahwa perusahaan asuransi jiwa unit syariah memiliki kinerja yang lebih bagus dibandingkan dengan unit konvensional. Hal ini disebabkan karena besarnya klaim yang ditanggung unit syariah lebih kecil daripada unit konvensional, karena umumnya unit syariah merupakan unit baru dalam perusahaan asuransi jiwa dan produknya masih sedikit sehingga belum banyak nasabah yang dimiliki unit syariah. Meskipun produk unit syariah masih sedikit, akan tetapi premi yang didapat cukup besar sehingga mampu menutupi seluruh klaim risiko yang terjadi. Keberhasilan perusahaan asuransi jiwa dalam menghasilkan premi yang tinggi dan mampu memenuhi seluruh risiko yang terjadi dikarenakan kemampuan perusahaan asuransi jiwa dalam menjalankan proses *underwriting* yang efektif dan efisien. Proses *underwriting* merupakan proses yang dilakukan oleh seorang *underwriter*, dimana perusahaan asuransi memutuskan untuk menerbitkan polis atau tidak dengan menentukan tingkat risiko, syarat atau kondisi yang diberlakukan, dan tingkat premi yang diperkenankan. Kegagalan dalam proses *underwriting* bisa terjadi karena proses seleksi risiko bersifat manual dan adanya ketidakjujuran nasabah dalam mengirimkan informasi data ke perusahaan. Akibatnya beban penutupan risiko yang

ditanggung perusahaan asuransi jiwa lebih besar karena banyaknya klaim yang diajukan nasabah pada tahun berjalan atau klaim yang diajukan nasabah pada akhir tahun sebelumnya dan baru bisa dicairkan pada tahun berikutnya. Sedangkan jumlah pendapatan premi yang semakin menurun dikarenakan perusahaan asuransi yang melakukan pengalihan fokus penjualan dari produk premi tunggal ke produk premi berkala.

Dilihat dari nilai rasio hasil investasi, menunjukkan bahwa perusahaan asuransi jiwa unit konvensional memiliki kinerja yang lebih bagus dibandingkan dengan kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit syariah. Hal ini dikarenakan jumlah investasi yang dimiliki unit konvensional lebih besar daripada jumlah investasi pada unit syariah perusahaan asuransi jiwa. Perbedaan jumlah investasi dikarenakan jenis portofolio yang berbasis syariah yang cocok untuk berinvestasi bagi perusahaan asuransi jiwa syariah terbatas jumlahnya. Selain itu juga karena unit konvensional memiliki jumlah kas atau pendapatan premi yang lebih banyak daripada unit syariah sehingga investasi yang dilakukan bisa lebih besar pula. Perbedaan terkait hasil investasi yang diperoleh disebabkan karena ketidaktepatan unit syariah dalam menempatkan dana investasinya, akibatnya hasil investasi yang diperoleh belum maksimal, dan perusahaan perlu melakukan pengkajian ulang pada instrumen investasi unit syariah.

Dari segi likuiditas, kinerja perusahaan asuransi jiwa unit konvensional maupun unit syariah menunjukkan bahwa kinerja yang hampir sama, yaitu memiliki tingkat likuiditas yang tinggi bahkan beberapa perusahaan asuransi mengalami *overlikuid*. Hal ini disebabkan karena distribusi aset lancar yang kurang baik, seperti kas yang tidak dialokasikan untuk investasi dengan baik sehingga saldo terlalu tinggi ataupun saldo kas terlalu rendah, piutang yang terlalu besar dan sulit untuk tertagih, dan tingkat kestabilan kegiatan operasi perusahaan yang kurang bagus.

Sedangkan dilihat dari kecukupan investasi, perusahaan asuransi jiwa unit syariah memiliki kinerja yang lebih bagus dibandingkan dengan kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit konvensional. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan investasi perusahaan asuransi jiwa unit syariah selama lima tahun terakhir lebih baik daripada pertumbuhan investasi perusahaan asuransi jiwa unit konvensional. Selain itu juga karena besarnya kewajiban teknis yang ditetapkan perusahaan asuransi jiwa unit konvensional lebih besar daripada besarnya kewajiban teknis yang ditetapkan perusahaan asuransi jiwa unit syariah. Meskipun pada tahun 2015, kondisi pasar modal sedang tidak baik yang berdampak juga pada hasil investasi perusahaan asuransi jiwa, akan tetapi karena unit syariah menginvestasikan dana investasinya pada instrumen yang tepat sehingga kondisi tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap hasil investasi unit syariah.

Dilihat dari segi pertumbuhan premi, perusahaan asuransi jiwa unit syariah memiliki pertumbuhan premi yang sangat baik dibandingkan dengan pertumbuhan

premi pada unit konvensional. Hal ini disebabkan karena produk asuransi jiwa syariah rata-rata masih merupakan produk baru yang harga preminya lebih rendah daripada harga premi produk asuransi jiwa konvensional, sehingga masyarakat yang mulai sadar dan terbuka terhadap asuransi jiwa syariah tertarik untuk membuka polis asuransi jiwa syariah karena merasa manfaat yang didapatkan dari asuransi jiwa syariah lebih besar. Selain itu, penurunan premi yang terjadi pada unit konvensional dikarenakan adanya pengalihan fokus penjualan dari produk premi tunggal ke produk premi berkala.

Jika dilihat dari nilai rasio teknis, perusahaan asuransi jiwa unit syariah selama lima tahun terakhir memiliki kinerja yang lebih bagus dibandingkan dengan kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit konvensional. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan kewajiban teknis yang dibentuk unit syariah tidak berbanding jauh dengan pertumbuhan pendapatan premi yang diperoleh. Sedangkan pada unit konvensional pertumbuhan kewajiban teknis yang dibentuk unit konvensional cukup berbanding jauh dengan pertumbuhan pendapatan premi yang diperoleh. Apabila pertumbuhan kewajiban teknis yang dibentuk berbanding jauh dengan pertumbuhan pendapatan premi yang diperoleh, dikhawatirkan perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban teknis yang telah ditetapkan.

Kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit syariah dan konvensional dilihat dari kecukupan modal minimum berbasis risiko yang dimiliki, menunjukkan bahwa perusahaan asuransi jiwa unit konvensional memiliki kinerja yang lebih bagus dibandingkan dengan unit syariah. Hal ini disebabkan karena perusahaan asuransi jiwa unit konvensional memiliki pendapatan premi yang cukup fluktuatif dari tahun ke tahun akan tetapi kecenderungan penurunannya tidak terlalu signifikan. Selain itu, ketepatan manajer dalam menempatkan investasi mampu menghasilkan *return* yang bagus. Meskipun pada tahun 2015 perusahaan asuransi jiwa harus menanggung risiko kegagalan investasi dikarenakan kondisi ekonomi global yang sedang tidak baik, namun pada tahun berikutnya perusahaan membuat kebijakan investasi yang sangat baik sehingga perusahaan bisa meraih hasil investasi yang bagus. Keberhasilan investasi unit konvensional menunjukkan keberhasilan unit konvensional dalam mengelola aset yang dimiliki yang berupa aset investasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini memperlihatkan terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan asuransi jiwa unit syariah dan perusahaan asuransi jiwa unit konvensional dilihat dari RBC, rasio beban klaim, rasio hasil investasi, rasio kecukupan investasi, rasio pertumbuhan premi, dan rasio teknis. Rasio beban klaim, rasio kecukupan investasi, rasio pertumbuhan premi, dan rasio teknis perusahaan asuransi jiwa unit syariah lebih baik daripada

perusahaan asuransi jiwa unit konvensional. Sedangkan rasio hasil investasi dan RBC perusahaan asuransi jiwa unit konvensional lebih baik daripada perusahaan asuransi jiwa unit syariah. Dan dari rasio likuiditas tidak terdapat yang signifikan. Berdasarkan komparasi rata-rata pada variabel yang telah diteliti, terdapat empat variabel yang paling unggul pada perusahaan asuransi jiwa unit syariah yaitu rasio beban klaim, rasio kecukupan investasi, rasio pertumbuhan premi, dan rasio teknis. Disamping itu, pada unit konvensional adapun variabel yang unggul yaitu RBC, rasio hasil investasi, dan rasio likuiditas. Oleh karena itu, penelitian ini bisa menjelaskan bila asuransi jiwa unit syariah memiliki kinerja keuangan yang lebih baik daripada asuransi jiwa unit konvensional.

Kinerja perusahaan asuransi jiwa unit syariah yang lebih baik secara umum mungkin terjadi karena besarnya beban klaim yang ditanggung unit syariah lebih kecil daripada beban klaim unit konvensional. Hal ini bisa terjadi karena pada umumnya unit syariah merupakan unit baru dalam suatu perusahaan sehingga produk manfaat asuransinya masih sedikit. Meskipun produknya masih sedikit, akan tetapi karena pemasaran yang efektif dan proses *underwriting* yang tepat sehingga masyarakat banyak yang tertarik untuk membuka polis syariah. Selain itu kinerja unit syariah yang lebih baik bisa tercapai karena ketepatan manajer dalam menempatkan dana investasi sehingga hasil investasinya bagus. Dan ketepatan manajer dalam menentukan besarnya perkiraan klaim tanggungan sendiri sangat didukung oleh kecukupan dana yang dimiliki baik yang bersumber dari hasil investasi maupun yang bersumber dari pendapatan premi yang diperoleh.

Saran

Saran yang dapat diberikan penulis antara lain:

1. Diharapkan seluruh perusahaan asuransi jiwa mencantumkan informasi kepada publik tentang kinerja keuangan perusahaan menggunakan rasio EWS dengan lengkap karena rasio EWS mampu mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan lebih rinci.
2. Dalam memilih perusahaan asuransi untuk berasuransi sebaiknya masyarakat tidak hanya melihat dari banyaknya uang pertanggungan yang akan diterima, tapi juga melihat dari tingkat kecukupan modal yang dimiliki perusahaan asuransi, yaitu minimal 120%.
3. Dalam menanamkan dana untuk berinvestasi pada suatu perusahaan asuransi, sebaiknya investor dalam melihat kinerja keuangan perusahaan tidak hanya fokus pada sisi laba atau keuntungan yang akan diperoleh dari hasil investasi di perusahaan asuransi. Akan tetapi, juga melihat bagaimana kondisi likuiditas dan solvabilitas perusahaan asuransi jiwa.
4. Diharapkan pemerintah mencantumkan regulasi yang lebih jelas dan lengkap tentang batas minimal dan maksimal rasio yang ada dalam *early warning system*

baik untuk asuransi jiwa konvensional maupun syariah, mengingat sistem operasional keduanya jelas sangat berbeda.

5. Penelitian kedepan juga dapat melengkapi semua rasio yang ada pada *early warning system*, seperti *solvency ratio*, *underwriting ratio*, *commision expense ratio*, *premium receivable to surplus ratio*, dan *own retention ratio* supaya hasilnya lebih akurat.

DAFTAR RUJUKAN

- Aziza, K.S. 2017. *YLKI: Kasus Allianz Bikin Masyarakat Indonesia Makin Malas Berasuransi*, (Online), (<https://www.ekonomi.kompas.com>), diakses 14 Januari 2019.
- Ganie, J. 2013. *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hanafi, M.M. & Halim, A. 2016. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hery. 2013. *Akuntansi Jasa dan Dagang*. Yogyakarta: Gava Media.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. *Statistik Perasuransian 2017*, (Online), (<https://www.ojk.go.id>), diakses 22 Januari 2019.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 28 tentang Akuntansi Asuransi Kerugian*. Staff Universitas Gunadarma (Online), (<https://www.widi.staff.gunadarma.ac.id>), diakses 18 Januari 2019.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 53/PMK.010/2012 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi*. Lembaga Penilaian Harga Efek (Online), (<https://www.ibpa.co.id>), diakses 18 Januari 2019.
- Sula, M.S. 2016. *Principles of Islamic Insurance (Life, General, and Social Insurance)*. Depok: Syakirsula Institute
- Siregar, D.I. 2016. *Gejolak Ekonomi, Total Investasi Asuransi Jiwa Turun ke Rp 314,58 Triliun*, (Online) (<http://www.ekonomi.metrotvnews.com>), diakses 10 Maret 2019.
- Tahira, H. & Arshad, Z. 2014. *Comparative Performance of Islamic and Conventional Insurance Companies in Pakistan*. *IOSR Journal of Business and Management*, (Online), 16 (6): 33–45, (<https://www.iosrjournals.org>), diakses 20 Januari 2019.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian*. Otoritas Jasa Keuangan (Online), (<https://www.ojk.go.id>), diakses 21 Juli 2017.
- Yusof, A.Y., Lau, W., & Osman, A.F. 2015. *Risk Based Capital Framework: Conventional vs Takaful Operators*. *Journal of Management Research*, (Online), 7 (2), (<https://www.macrothink.org>), diakses 20 Januari 2019

ISBN 9786024702496 (PDF)



9 786024 702496

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89