P-ISSN : 1978-8754 E-ISSN : 2964-8238

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS

KOMPLEKSITAS

Volume 13 Nomor 01 Juni 2024

PENGARUH KOMPENSASI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT INTI KARYA PERSADA TEHNIK — 1 – 8
Yusnaldi, Sri Yanthi Yosepha, Siti Nur Fanah

PENGARUH BEBAN KERJA, STRES KERJA, DAN MOTIVASI TERHADAP PRESTASI KERJA TICKETING OFFICER PT. KAI STASIUN GAMBIR — 9 – 23
Mona Karina, Yomita Ambarsari

PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT ABBOTT INDONESIA DEPOK — 24 – 31
Noerlina Anggraeni, Cucu Rahya Agung

PENGARUH PROMOSI DAN DEMOSI JABATAN TERHADAP PRESTASI KERJA (STUDI KASUS PT. ALVA KARYA PERKASA CABANG JAKARTA) — 32 – 41
Rinto Rivanto, Shafira Chairrunnisa

OPTIMALISASI TATA LETAK RAK DAN LOKASI SIMPAN BOKS ARSIP UNTUK MENJAGA EFEKTIVITAS TEMU KEMBALI — 42 – 49
Kristoforus Raditya Pradana, Nilawati Fiernaningsih, Narocha Mihasu Aisya, Moch Rizaldi Hasan

DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z — 50 - 57
Tannia Regina

PENGARUH BUDAYA KERJA ANZEN DAI ICHI TERHADAP KESEJAHTERAAN TENAGA KERJA INDONESIA PADA PERUSAHAAN JEPANG (DAIWA HOUSE) — 58 - 64
Sri Yusrina, Ananda Prathama Saputra, Muhammad Hafidz Riupassa, A. Nurfitriana, Galih Ario Prayudo, Muhammad Farhan Alkautsar, Aria Wardana, Humannisa Rubina Lestari

PERAN GAYA KEPEMIMPINAN DALAM PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN DI KAWASAN ASIA TENGGARA — 65 – 73
Eka Sufistika Municha, Herlina Nurhaliza, Arina Iski Ratnawati

PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI CRYPTOCURRENCY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRILOGI — 74 – 83
Fauzan Hafiz, Ati Harianti

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN INVESTASI, DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z DI JABODETABEK — 84 – 93
Rosalia Nansih Widhiastuti, Bramasta Feldhen Novianda

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP KECENDERUNGAN GEN Z MENJADI BRAND EVANGELIST — 94 – 103
Dewi Kumalasari, Ibnu Harris

Penerbit
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma (ITBS)

ISSN 1978 – 8754 (p-ISSN) | 2964 – 8238 (e-ISSN)

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS

KOMPLEKSITAS

Volume 13 Nomor 01, Juni 2024

PENANGGUNG JAWAB
Kepala LPPM ITB Swadharma Jakarta

MANAGING EDITOR
Tedi Rochendi, S.E., M.M.

EDITOR-IN-CHIEF
Mungky Hendriyani, S.Sos, MM

Dewan Editor
Debby Arisandi, SE, MBA (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)
Gatot Kusjono, SE, MM (Universitas Pamulang Tangerang Selatan)
Ibnu Harris, S.Kom, MM (Universitas Universal Batam)
Mona Karina, SE, MM (Universitas MH Thamrin Jakarta)
Nova Arestia, SE, MM (Universitas Widya Dharma Pontianak)
Nuzul Inas Nabila, SE, MSM (Universitas Lampung)
Parso, SE, M.Si (Universitas MH Thamrin Jakarta)
Slamet Soesanto, S.E., M.Si. (ITB Swadharma Jakarta)
Drs. Syamruddin, MM (Universitas Pamulang Tangerang Selatan)
Tatyana, SE, M.Comm (ITB Swadharma Jakarta)

Mitra Bebestari (Peer Reviewer)
Dr. Asnaini, S.Ag, MA (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)
Dr. Bobby Reza, S.Kom, MM (Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta)
Dr. Drs.Dadang Hermawan, MM (ITB STIKOM Bali)
Dr. Farida Yuliaty, SH, SE, MM (Universitas Sangga Buana Bandung)
Dr. Herni Pujiati, SE, MM (Universitas MH Thamrin Jakarta)
Dr. Khayatun Nufus, SE, MSi (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
Dr. Rambat Lupiyoadi, SE, MM (Universitas Indonesia)
Dr. Ir. Saludin, M.Kom (Universitas Bina Insani Bekasi)
Dr. Sri Yanthi Yosepha, S.Pd, MM (Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma)
Dr. Yusnaldi, SE, SH, MM, M.Pd (Universitas Pertahanan RI)

Penerbit
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Dengan terbitnya jurnal Kompleksitas volume 13 No.01 Juni 2024 ini diharapkan akan terus mendorong para dosen, baik yang berlatar belakang akademisi, maupun praktisi untuk mencurahkan pemikiran-pemikiran yang brilian dalam bidang Manajemen, Organisasi dan Bisnis.

Mudah-mudahan sebuah pemikiran yang terkait dengan pengembangan manajemen, organisasi dan bisnis, atau hasil penelitian dalam bidang tersebut dapat memberikan kontribusi yang bernilai dalam pengembangan ilmu manajemen dan bisnis di tanah air tercinta ini. Inilah yang sebenarnya yang ingin kami capai, sehingga peran Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dalam partisipasi sebagai lembaga riset dan pengabdian pada masyarakat mempunyai makna dan bernilai sesuai dengan visi yang diembannya.

Tim Editor Kompleksitas menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah yang dimuat dalam jurnal ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu, besar harapan dari berbagai pihak memberikan masukan dan kritik yang konstruktif terhadap kami, sehingga untuk edisi berikutnya, kami bisa hadir dengan mutu yang lebih baik.

Dalam kesempatan ini, bagi para akademisi, praktisi atau pakar manajemen dan organisasi yang ingin tulisannya atau hasil penulisannya dimuat, dapat menyerahkan tullisan atau hasil penelitian yang betul-betul masih original, artinya belum dimuat pada jurnal ilmiah yang lain. Demikian atas perhatian dan bantuan berbagai pihak, kami dari team editor Jurnal Kompleksitas mengucapkan banyak terimakasih..

Managing Editor

ISSN 1978 – 8754 (p-ISSN) | 2964 – 8238 (e-ISSN)

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS

KOMPLEKSITAS

Volume 13 Nomor 01, Juni 2024

DAFTAR ISI

	Halaman
Susunan Redaksi……………………………………………………………………	i
Kata Pengantar…………………………………………………………………………	ii
Daftar Isi……………………………………………………………………………	iii
1. PENGARUH KOMPENSASI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT INTI KARYA PERSADA TEHNIK Yusnaldi, Sri Yanthi Yosepha, Siti Nur Fanah	1 – 8
2. PENGARUH BEBAN KERJA, STRES KERJA, DAN MOTIVASI TERHADAP PRESTASI KERJA TICKETING OFFICER PT. KAI STASIUN GAMBIR Mona Karina, Yomita Ambarsari	9 – 23
3. PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT ABBOTT INDONESIA DEPOK Noerlina Anggraeni, Cucu Rahya Agung	24 – 31
4. PENGARUH PROMOSI DAN DEMOSI JABATAN TERHADAP PRESTASI KERJA (STUDI KASUS PT. ALVA KARYA PERKASA CABANG JAKARTA) Rinto Rivanto, Shafira Chairrunnisa	32 – 41
5. OPTIMALISASI TATA LETAK RAK DAN LOKASI SIMPAN BOKS ARSIP UNTUK MENJAGA EFEKTIVITAS TEMU KEMBALI Kristoforus Raditya Pradana, Nilawati Fiernaningsih, Narocha Mihasu Aisya, Moch Rizaldi Hasan	42 – 49
6. DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z Tannia Regina	50 - 57
7. PENGARUH BUDAYA KERJA ANZEN DAI ICHI TERHADAP KESEJAHTERAAN TENAGA KERJA INDONESIA PADA PERUSAHAAN JEPANG (DAIWA HOUSE) Sri Yusrina, Ananda Prathama Saputra, Muhammad Hafidz Riupassa, A. Nurfitriana, Galih Ario Prayudo, Muhammad Farhan Alkautsar, Aria Wardana, Humannisa Rubina Lestari	58 - 64

8. PERAN GAYA KEPEMIMPINAN DALAM PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN DI KAWASAN ASIA TENGGARA 65 – 73
Eka Sufistika Municha, Herlina Nurhaliza, Arina Iski Ratnawati

9. PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI CRYPTOCURRENCY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRILOGI 74 – 83
Fauzan Hafiz, Ati Harianti

10. PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN INVESTASI, DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z DI JABODETABEK 84 – 93
Rosalia Nansih Widhiastuti, Bramasta Feldhen Novianda

11. PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP KECENDERUNGAN GEN Z MENJADI BRAND EVANGELIST 94 – 103
Dewi Kumalasari, Ibnu Harris

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

PENGARUH KOMPENSASI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT INTI KARYA PERSADA TEHNIK

Yusnaldi[1)], Sri Yanthy Yosepha[2)], Siti Nur Fanah[3)]
[1]Prodi Magister Keamanan Maritim Fakultas Keamanan Nasional Universitas Pertahanan
[2]Prodi Magister Manajemen Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma
[3]Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MH Thamrin Jakarta

Correspondence author: Yusnaldi, yusnaldi@idu.ac.id, Bogor, Indonesia

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of compensation, the effect of career development, and the effect of compensation and career development simultaneously on the performance of employees of PT Inti Karya Persada Tehnik. This research uses descriptive methods with a quantitative approach. The population in this study were all employees who worked at PT Inti Karya Persada Tehnik totaling 107 people, using the Slovin formula with an error rate of 5% obtained a total of 84 samples. The independent variables in this study are Compensation (X_1) and Career Development (X_2) with the dependent variable being employee performance (Y). The results showed that (1) Compensation variable (X_1) has a significant effect on employee performance which means compensation has a role in influencing employee performance; (2) Career Development variable (X_2) has a significant effect on employee performance which means it has a role in influencing the performance of employees of PT Inti Karya Persada Tehnik; and (3) Compensation and career development variables together (simultaneously) have a significant effect on employee performance at PT Inti Karya Persada Tehnik.

Keywords: compensation, career development, employee performance

Abstrak

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompensasi, pengaruh pengembangan karir serta pengaruh kompensasi dan pengembangan karir secara bersamaan terhadap Kinerja Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di PT Inti Karya Persada Tehnik sejumlah 107 orang, menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% didapatkan sejumlah 84 sampel. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kompensasi (X1) dan Pengembangan Karir (X2) dengan variabel dependen adalah Kinerja karyawan (Y). Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) Variabel Kompensasi (X1) mempunyai pengaruh yang signifikasn terhadap kinerja Karyawan yang berarti kompensasi mempunyai andil dalam mempengaruhi kinerja Karyawan; (2) Varaibel Pengembangan Karir (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Karyawan yang berarti mempunyai andil dalam mempengaruhi kinerja Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik; dan (3) Variabel kompensasi dan pengembangan karir secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Inti Karya Persada Tehnik.

Kata Kunci: kompensasi, pengembangan karir, kinerja karyawan

A. PENDAHULUAN

Oganisasi dibentuk untuk mencapai tujuan bersama, namun untuk mencapai tujuan secara efektif diperlukan manajemen yang baik dan benar (Mariana, 2020). Manajemen sangat menentukan sebuah organisasi dalam mencapai suatu keberhasilan organisasi. Manajemen meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan penggunaan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi lainnya sehingga bisa mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Syamsuddin, 2017).

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan (Hasibuan, 2021). Pembentukan sistem kompensasi yang efektif merupakan bagian penting dari manajemen sumber daya manusia karena membantu menarik dan mempertahankan pekerja-pekerja yang berbakat. Selain itu sistem kompensasi perusahaan memiliki dampak terhadap kinerja strategis (Nisa & Wijayanti, 2021).

Kinerja pada umumnya diartikan sebagai kesuksesan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan (Gerung et al., 2022). Kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya untuk mencapai target kerja (Hasibuan, 2021). Karyawan dapat bekerja dengan baik bila memiliki kinerja yang tinggi sehingga dapat menghasilkan kerja yang baik. Kinerja karyawan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuannya (Daulay et al., 2019).

Pengembangan karir adalah upaya yang dilakukan oleh organisasi dalam merencanakan karir pegawainya, yang disebut sebagai manajemen karir, antara lain merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi karir (Umiati & Hamka, 2023). Pengembangan karir (*Career Development*) meliputi manajemen karir (*Career Management*) dan perencanaan karir (*Career Planning*). Pengembangan karir di dalam sebuah organisasi membutuhkan pemeriksaan atas dua proses, yaitu bagaimana masing-masing orang merencanakan dan menerapkan tujuan-tujuan karirnya (perencanaan karir) dan bagaimana organisasi merancang dan menerapkan program-program pengembangan karirnya (Adawiyah, 2022). Manfaat yang diterima oleh karyawan dengan adanya pengembangan karir yang baik dalam perusahaan ialah berkembangnya potensi dari skill yang dimiliki oleh karyawan tersebut (Santi et al., 2017).

Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya terkait pengaruh kompensasi dan pengembangan karir terhadap kinerja karyawan yang menjadi dasar penelitian ini antara lain penelitian yang dilakukan oleh (Balbed & Sintaasih, 2019; Dwianto et al., 2019; Nasution, 2015; Nooh et al., 2017; Wiguna et al., 2016)

PT Inti Karya Persada Teknik (IKPT), sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Teknik, Pengadaan, dan Konstruksi di Indonesia didirikan pada tanggal 22 Februari 1982. Cakupan layanan IKPT meliputi bidang yang sangat luas: pabrik minyak dan gas, petrokimia. Menyadari kebutuhan untuk melangkah lebih jauh dari para mitranya, pada tahun 2012, IKPT telah bekerja sama dengan Toyo Engineering, sebagai salah satu Perusahaan EPC ternama di Jepang untuk menghadapi tantangan masa depan dengan sinergi maksimal.

Untuk mencapai tujuan perusahaan serta membantu para Karyawan dalam memberikan kualitas serta kuantitas dari Perusahaan, untuk itu perlu adanya pengelolaan yang baik dari Karyawan PT. IKPT dengan meninggkatkan motivasi Karyawan dan kinerja organisasi.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Metode statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi perihal data penelitian. Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini (Sugiyono, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja pada PT Inti Karya Persada Tehnik sejumlah 107 responden. Menggunakan rumus Slovin, penulis memilih jumlah sampel dengan taraf kesalahan 5 %. Sampel yang digunakan adalah Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik dengan total sebanyak 84 Karyawan.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

1. Variable Independent dalam penelitian ini yaitu Kompensasi (X_1) dan Pengembangan Karir (X_2), dan
2. Variabel dependen adalah Kinerja karyawan (Y).

Teknik pengumpulan data penelitian ini sebagai berikut :

1. Studi Perpustakaan
   Studi perpustakaan merupakan pengumpulan data dengan mempelajari buku, hasil penelitian yang sejenis. Dalam hal ini penulis menggunakan buku yang berkaitan dengan metodologi penelitian dan sebagainya.
2. Wawancara
   Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Metode wawancara/interview ini ditujukan kepada Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik.
3. Kuesioner (Angket)
   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupkan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2021).

Sedangkan untuk melakukan analisis terhadap data penelitian yang didapatkan digunakan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Deskriptif responden memberikan gambaran mengenai karakteristik responden yang diukur dengan skala nominal yang menunjukan besarnya frekuensi absolut dan presentase berdasarkan kriteria jenis kelamin, umur, pendidikan, dan lamanya bekerja di PT Inti Karya Persada Tehnik.

Tabel 1 menunjukan jumlah responden laki- laki berjumlah 63 responden dengan prosentase sebesar 75 % dari keseluruhan responden. Responden perempuan berjumlah 21 responden dengan prosentase 25 % dari keseluruhan responden. Hasil deskripsi tersebut menunjukan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki jumlahnya lebih besar dari pada jenis kelamin perempuan.

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	63	75.0	75.0	75.0
	Perempuan	21	25.0	25.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa sebagian besar Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik berusia 22 – 30 tahun sebanyak 21 responden dengan presentase 25%, usia 31 – 39 tahun sebanyak 36 responden dengan persentase 42.9%, usia 40 – 49 tahun sebanyak 17 responden dengan persentase 20.2%, usia 50 - 64 tahun sebanyak 9 responden dengan persentase 10.7%, dan usia lebih dari 64 tahun berjumlah 1 responden dengan prosentasi 1.2% Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa usia Karyawan lebih dominan pada usia 31 - 39 tahun.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22 - 30 Tahun	21	25,0	25,0	25,0
	31 - 39 Tahun	36	42,9	42,9	67,9
	40 - 49 Tahun	17	20,2	20,2	88,1
	50 - 64 Tahun	9	10,7	10,7	98,8
	> 64 Tahun	1	1,2	1,2	100,0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS

Pada tabel 3 terlihat bahwa sebagian besar Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik dengan Pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 5 responden dengan presentase 6%, Pendidikan Diploma sebanyak 8 responden dengan persentase 9.5%, Pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 63 responden dengan persentase 75%, dan Pendidikan Magister (S2) sebanyak 8 responden dengan persentase 9.5%. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa Pendidikan terakhir Karyawan lebih dominan pada lulusan Sarjana (S1).

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	5	6.0	6.0	6.0
	Diploma	8	9.5	9.5	15.5
	Sarjana (S1)	63	75.0	75.0	90.5
	Magister (S2)	8	9.5	9.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Tabel 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	2	2.4	2.4	2.4
	1 – 4 tahun	14	16.6	16.6	19.0
	5 – 9 tahun	32	38.1	38.1	57.1
	> 10 tahun	36	42.9	42.9	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik dengan durasi lama bekerja kurang dari 1 tahun sebanyak 2 responden dengan presentase 2.4%, lama bekerja 1 – 4 tahun sebanyak 14 responden dengan persentase 16.6%, lama bekerja 5 – 9 tahun sebanyak 32 responden dengan persentase 38.1%, dan lama bekerja lebih dari 10 tahun sebanyak 36 responden dengan persentase 42.9%. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa durasi lama bekerja Karyawan yang diatas 10 tahun lebih dominan.

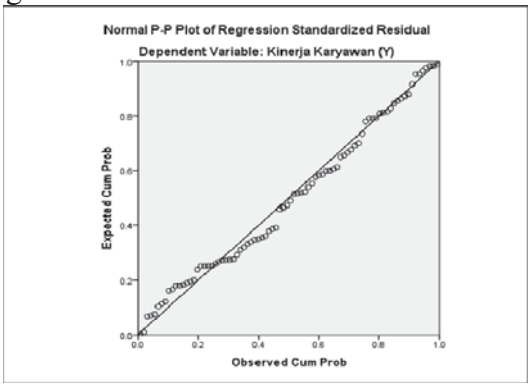
Uji Validitas dilaksanakan dengan menggunakan Pearson Correlation. Suatu model dikatakan valid jika tingkat signifikan dibawah 0,05 maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Dan juga butir kuesioner dikatakan valid jika memiliki nilai r-hitung diatas r-tabel 0,2146. Dari hasil uji validitas menunjukan bahwa semua pernyataan dari variable independen Kompensasi adalah valid. Hal ini terlihat

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

dari semua pernyataan memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan melebihi r-tabel. Sedangkan untuk variable independen Pengembangan Karir hasilnya juga dinyatakan valid. Hal ini terlihat dari semua pernyataan valid karena memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan melebihi r-tabel. Hasil uji juga menunjukan bahwa pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam variable dependen yaitu kinerja karyawan secara keseluruhan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas diukur menggunakan nilai cronbach's alpha sebesar 0.60 atau lebih. Hasil dari pengujian realibilitas menunjukan bahwa untuk Kompensasi (X_1) didapatkan hasil 0.838, Pengembangan Karir (X_2) didapatkan hasil 0,897, dan Kinerja Karyawan (Y) didapatkan hasil 0.881. Sehingga disimpulkan bahwa masing-masing variable yaitu kompensasi, pengembangan karir dan kinerja karyawan dinyatakan reliabel karena memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60.

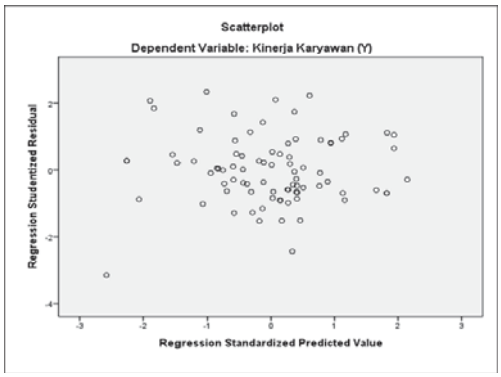
Uji Normalitas dilakukan dengan *normaly propability plot*. Suatu model dikatakan terdistribusi normal jika nilai-nilai sebaran terletak disekitar garis lurus diagonal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Gambar 1 menunjukan bahwa sebaran data terdistribsi normal karena data berada disepanjang garis diagonal yang merupakan syarat normalitas. Disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Suatu model regresi bebas dari heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu, serta tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel kompensasi, pengembangan karis yang mempengaruhi kinerja karyawan.

Uji Multikolonieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas digunakan metode *Tolerance and Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang biasanya dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Hasil uji multikolonieritas terlihat pada tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	41,280	5,189		7,956	,000		
	Kompensasi (X1)	,005	,104	,006	,047	,962	,686	1,458
	Pengembangan Karir (X2)	,364	,086	,494	4,239	,000	,686	1,458

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan tabel 5 diatas menjelaskan bahwa VIF untuk kompensasi (X_1), pengembangan karir (X_2) disekitar angka 1 yaitu 1,458, dan tingkat Tolerance mendekati angka 1 yaitu sebesar 0,686 dengan demikian persamaan regresi bebas dari problem multikolonieritas.

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan adanya problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.497[a]	,247	,228	5,106	2,350

Nilai Durbin-Watson sebesar 2,350 akan dibandingkan dU dengan menggunakan nilai signifikan 5 %, jumlah sampel 84 (n) dan jumlah variabel independen 2 (K=2), maka ditabel Durbin Watson akan di dapatkan karena itu nilai DW 2,350 lebih besar dari batas atas (dU) 1,6942 dan kurang dari 4 – dU = 2,3058, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan sebagai alat uji untuk melihat pengaruh kompensasi dan pengembangan karir terhadap kinerja Karyawan. Bentuk persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Tabel 7. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	41,280	5,189		7,956	,000
Kompensasi (X1)	,005	,104	,006	,047	,962
Pengembangan Karir (X2)	,364	,086	,494	4,239	,000

Model regression diperoleh persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 41,280 + 0,005X_1 + 0,364X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa jika tidak terjadi perubahan variabel kompensasi dan pengembangan karir (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka kinerja Karyawan akan meningkat sebesar 41,280. Jika variable kompensasi (X_1) meningkat sebesar 1 % dengan asumsi variable pengembangan karir (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka kinerja kerja meningkat sebesar 0,005 dengan anggapan variabel bebas lainnya constant. Jika variabel pengembangan karir (X_2) meningkat 1 % dengan asumsi variabel kompensasi (X_1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka kinerja Karyawan meningkat sebesar 0,364. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengembangan karir yang diberikan berkonstribusi positif bagi kinerja Karyawan, sehingga makin besar pengembangan karir maka makin meningkat pula kinerja Karyawan.

Dari hasil pengolahan data variabel kompensasi (X_1) terhadap Kinerja Karyawan (Y) dapat diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,047 < 1,98969 dan nilai sig (0,962 > 0,05), yang berarti bahwa kompensasi berdeterminasi signifikan terhadap kinerja karyawan, dimana ini terbukti bahwa pada level signifikan a (0.05). Maka dapat disimpulkan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja Karyawan.

Dari hasil pengolahan data variabel pengembagan karir (X_2) terhadap kinerja Karyawan (Y) dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,239 > 1,98969) dan nilai sig (0,000 < 0,05), yang berarti bahwa disimpulkan pengembangan karir berpengaruh signifikasn terhadap kinerja.

Hasil penelitian yang dilakukan bahwa kompensasi, dan pengembangan karir memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan. Artinya semakin besar kompensasi dan pengembangan karir yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan baik berupa penghargaan material maupun nonmaterial, itu akan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kinerja Karyawan. Begitu pula dengan kompensasi

dan pengembangan karir yang merupakan bagian dari kinerja Karyawan perlu dipelihara dan ditingkatkan agar para Karyawan selalu menunjukan kinerjanya yang baik.

D. PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kompensasi dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Karyawan pada PT Inti Karya Persada Tehnik. Berdasarkan hasil Penelitian ditemukan bahwa variabel Kompensasi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Karyawan di PT Inti Karya Persada Tehnik yang berarti kompensasi mempunyai andil dalam mempengaruhi kinerja Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik.

Variabel Pengembangan Karir (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Karyawan di PT Inti Karya Persada Tehnik yang berarti mempunyai andil dalam mempengaruhi kinerja Karyawan PT Inti Karya Persada Tehnik.

Variabel kompensasi dan pengembangan karir secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Inti Karya Persada Tehnik.

E. DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, N. (2022). Peranan Kompetensi dan Pengembangan Karir Dalam Meningkatkan Prestasi Kerja Pegawai Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut. *SECAD : Secretary Administration Journal*, *2*(2), 78–89.

Balbed, A., & Sintaasih, D. K. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Pemediasi Motivasi Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(7), 4676–4703. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i07.p24

Daulay, R., Kurnia, E., & Maulana, I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah di Kota Medan. *Seminar Nasional Kewirausahaan*, 209–218. https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3612

Dwianto, A. S., Purnamasari, P., & Tukini, T. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Jaeil Indonesia. *JESYA : Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, *2*(2), 209–223. https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.74

Gerung, C. J., Dotulong, L. O. H., & Raintung, M. C. (2022). Analisis Perbandingan Kinerja PNS dan THL Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Minahasa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(2), 418–428. https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39416

Hasibuan, M. S. P. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Mariana, L. (2020). Faktor Penentu Kinerja Pegawai Pada Dinas Perdagangan Kabupaten Mamuju. *Jurnal Profitability*, *4*(2), 65–79. https://doi.org/10.26618/profitability.v4i2.3419

Nasution, I. (2015). Pengaruh Pengembangan Karir dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Yayasan Lembaga Pers dan Pendapat Umum Pantagon Suara Rakyat Medan. *Jurnal Wahana Inovasi*, *4*(1), 175–179.

Nisa, A. I., & Wijayanti, Y. K. (2021). Pengaruh Kompensasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Boen Interior Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, *18*(2), 75–86. https://doi.org/10.60031/jeksekutif.v18i2.285

Nooh, F. O., Sepang, J., & Uhing, Y. (2017). Pengaruh Kompensasi dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(3), 2917–2926. https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17222

Santi, R., Tewal, B., & Untu, V. (2017). Analisis Pengembangan Karir Dan

Kompensasi Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank BRI Unit Bahu Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(3), 3108–3117. https://doi.org/10.35794/emba.5.3.2017.17373

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.

Syamsuddin. (2017). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, *1*(1), 60–73. https://doi.org/10.24252/idaarah.v1i1.4084

Umiati, S. D., & Hamka. (2023). Strategi Pengembangan Karir Untuk Mengatasi Turnover Intention (Keinginan Berpindah) Pada Personel Polri (Studi Kasus : Satker Bid Tik Polda Metro Jaya). *JPLAN : Journal of Public Policy Applied Administration*, *5*(1), 1–13.

Wiguna, I. K. D. D., Mahadewi, N. P. E., & Wijaya, N. M. S. (2016). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja di PT Bali Daksina Wisata. *Jurnal IPTA : Industri Perjalanan Wisata*, *4*(2), 78–81. https://doi.org/10.24843/IPTA.2016.v04.i02.p16

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

PENGARUH BEBAN KERJA, STRES KERJA, DAN MOTIVASI TERHADAP PRESTASI KERJA *TICKETING OFFICER* PT. KAI STASIUN GAMBIR

Mona Karina[1)], Yomita Ambarsari[2)]
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MH Thamrin Jakarta

Correspondence author: M.Karina, karina_karinaziid@yahoo.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The study aims to determine and analyze the effect of workload, work stress, and work motivation on the work performance of ticketing officers at PT KAI Gambir Station partially and simultaneously. The method used in the research is a quantitative research method with a descriptive approach. The sample in this study was a population of Ticketing Officer PT KAI Gambir Station for 50 people. Data collection using a questionnaire method with data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results showed there was a significant influence partially between Workload, Job Stress, and Motivation on Work Performance. The results also found that workload variables, work stress, and work motivation together (simultaneously) affect the work performance of ticketing officer employees of PT KAI Gambir Station.

Keywords: workload, work stress, motivation, work performance

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh beban kerja, stres kerja dan motivasi kerja terhadap prestasi kerja *ticketing officer* PT. KAI Stasiun Gambir dan pengaruh beban kerja, stres kerja, motivasi secara bersama-sama terhadap prestasi kerja karyawan *ticketing officer* PT. KAI Stasiun Gambir. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel pada penelitian ini adalah sejumlah populasi *Ticketing Officer* PT. KAI Stasiun Gambir yang berjumlah 50 orang. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Beban Kerja, Stres Kerja dan Motivasi terhadap Prestasi Kerja. Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa variable beban kerja, stress kerja, dan motivasi kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan *ticketing officer* PT. KAI Stasiun Gambir.

Kata Kunci: beban kerja, stres kerja, motivasi, prestasi kerja

A. PENDAHULUAN

Perkembangan pada era teknologi saat ini turut berperan meningkatkan persaingan antar perusahaan salah satunya dibidang jasa transportasi (Suprihatini & Maarif, 2016). Jasa Transportasi membutuhkan teknologi yang mumpuni guna pelaksanaan kerja secara efisien serta efektif untuk bisa menaikkan mutu perusahaan (Pane, 2016). Adanya perubahan lingkungan usaha, baik ekonomi, politik, maupun teknologi akan

sangat berpengaruh terhadap persaingan dunia (Taufik & Nugroho, 2020). Dalam menghadapi persaingan didunia bisnis yang semakin ketat, dibutuhkan adanya sebuah pengembangan diri bagi setiap SDM yang dimiliki, sehingga dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan stabilitas perusahan agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor lainnya (Kasmawati, 2018). Setiap perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu menghasilkan laba sebesar-besarnya agar bisa mempertahankan ataupun menaikkan keuntungan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk memiliki banyak seni manajemen ataupun inovasi dan penemuan guna keberlanjutan pengelolaan kegiatan pengelolaan sumber daya manusia, karena sumber daya manusia yang selalu berperan aktif dan selalu lebih banyak didominasi terhadap setiap aktivitas organisasi atau perusahaan karena berperan menjadi perencana, pelaku, dan penentu guna perwujudan tujuan organisasi (Mu'tafi, 2020; Sugijono, 2015).

Adanya revolusi industri di Indonesia sejak tahun 2011 dan perkembangan era digital menjadi peluang bagi PT. Kereta Api Indonesia dalam menjalankan pelayanan yang lebih inovatif pada para pelanggan guna mempermudah *self service* dalam melakukan pemesanan tiket kereta api. Oleh karena itu diharapkan kehandalan sumberdaya manusia yang wajib dimiliki oleh perusahaan guna memberikan pelayanan tersebut dalam rangka mencapai keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

PT. Kereta Api Indonesia harus memaksimalkan ketersediaan sumberdaya yang memiliki kinerja yang mengagumkan, baik, maksimal, maka produktifitas perusahaan secara otomatis akan semakin tinggi sampai perusahaan dapat mencapai visi misinya yaitu menjadi perusahaan yang menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

Laju pertumbuhan ekonomi dunia pada tahun 2021 menghadapi tantangan yang sangat berat sejak tahun 2019 efek dari pandemi COVID-19. Sumber daya manusia memiliki kiprah dan kedudukan yang sangat penting dalam perusahaan. Sumber daya manusia merupakan kunci keberhasilan perusahaan guna mencapai tujuannya. Maka dari itu perlu didukung dari adanya sumber daya manusia yang siap menghadapi perkembangan di era teknologi ini. Hal tersebut dilakukan guna memperoleh sumber daya yang kreatif serta produktif sehingga akan terciptanya sumber daya yang bisa bersaing secara kompetitif di dunia kerja.

Dalam memenuhi sumber daya yang dapat bersaing secara kompetitif diperlukan karyawan yang tahan akan tekanan serta tuntutan serta bertanggung jawab atas hasil kerjanya. Sebaliknya karyawan yang tidak tahan dengan tekanan ataupun tuntutan memungkinkan karyawan tadi akan merasa terbebani serta stres (Budiyanto, 2022). Beban kerja serta stres kerja karyawan merupakan dua kalimat yang sering didengar oleh para pekerja serta menjadi hal yang biasa diperbincangkan.

Beban kerja merupakan beban yang diemban suatu jabatan sesuai dengan standar kerja yang telah ditetapkan dan berkaitan dengan faktor- faktor situasional yang terdiri dari faktor lingkungan fisik dan lingkungan psikis untuk diselesaikan pada waktu tertentu dengan menggunakan keterampilan dan potensi dari tenaga kerja (Kasmir, 2019; Wasiman, 2018). Beban kerja yang diterima seseorang harus sesuai dan seimbang dengan kemampuan fisik maupun kemampuan kognisi ataupun keterbatasan manusia yang menerima beban. Beban kerja berpengaruh terhadap kondisi seseorang dalam pengerjaan tugas secara keseluruhan yang dibatasi waktu oleh perusahaan yang bersifat rutin, khusus dan lain-lain maka seorang pekerja tersebut wajib menyelesaikan tugas sesuai dengan ketentuan perusahaan. Maka setiap perusahaan mempunyai pengawas yang bertugas buat merencanakan, mengarahkan, memilih kecepatan jalannya alat bantu (mesin) sebagai akibatnya karyawan mau tidak mau akan

mempertahankan kecepatan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, mengawasi serta menyampaikan evaluasi atas beban kerja yang harus diampunya. Tapi tidak seluruh perusahaan melakukan analisis beban kerja yang ada, salah satu faktornya merupakan kurangnya pemahaman perusahaan untuk menghitung beban kerja yang didapat atau menakar beban kerja yang sempurna bagi karyawan, mereka hanya memfokuskan bagaimana karyawan dapat memberikan laba bagi perusahaan sebagai timbal balik dari upah yang diberikan (Irawati & Carollina, 2017; Kurniawan & Chasanah, 2021).

Stres kerja ialah suatu kondisi ketegangan yang mempengaruhi emosi, proses berpikir, dan kondisi seorang. Stres kerja dapat mengganggu seseorang untuk menyelesaikan pekerjaan sebagai akibatnya kondisi ini perlu ditanggulangi lebih awal sebelum perasaan stres ini terjadi (Budiyanto, 2022; Festinahati Buulolo et al., 2021; Hanim, 2016; Julvia, 2016). Kondisi stres yang positif bisa mendorong karyawan untuk bekerja di tingkatan yang lebih tinggi sedangkan stres kerja yang negatif dapat menyampaikan banyak beban. Terlalu banyak beban yang dihasilkan oleh karyawan berpengaruh pada tinggi rendahnya stres yang didapat, kemungkinan berdampak buruk dari segi fisik ataupun psikis karyawan (Gumilar & Rismawati, 2022; Jum'ati & Wuswa, 2013; Nanda & Sugiarto, 2020).

Adanya kepemimpinan yang baik pada perusahaan dapat mendorong serta memotivasi karyawan untuk berkerja lebih baik sebagai akibatnya akan mudah untuk mencapai tujuan perusahaan. Motivasi adalah dorongan kebutuhan dalam diri pegawai yang perlu dipenuhi supaya pegawai tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya (Hendriyani, 2018; Nanda & Sugiarto, 2020; Prasetiyani et al., 2020). Pemimpin yang berperan aktif pada memotivasi karyawan sangat berpengaruh terhadap prestasi karyawan itu sendiri, sehingga karyawan akan bekerja dengan lebih semangat dan antusias sehingga mampu membentuk prestasi kerja. Prestasi kerja karyawan umumnya bisa berupa reward seperti insentif tambahan atau kenaikan level jabatan.

PT. Kereta Api Indonesia adalah suatu perusahaan yang berkiprah dibidang jasa angkutan darat. PT. Kereta Api Indonesia senantiasa berupaya melakukan peningkatan pelayanan berasal segi pembaharuan teknologi serta pengembangan sumber daya manusianya. PT. Kereta Api Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang berkiprah dibidang jasa transportasi yaitu Kereta Api yang selalu dituntut untuk menaikkan kualitas pelayanan sebab kepuasan pelanggan ialah tuntutan mutlak konsumen yang tidak bisa ditawar-tawar. Banyak hal yang wajib dilakukan oleh PT. Kereta api yang ditandai dengan adanya perubahan besar oleh revolusi teknologi informasi, dengan adanya kemudahan komunikasi, informasi, serta aplikasi yang baik yang menjadi landasan penyusunan perencanaan serta seni manajemen-taktik yang lebih baik dalam meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi pelanggan.

PT. Kereta api Indonesia telah menetapkan standar Pelayanan Minimum nomor 48 tahun 2015 yang mencakup (stasiun, perjalanan, penyelenggara sarana dan penyusunan) serta standar operasional prosedur bagi karyawan sebagai acuan untuk menunjang kinerjanya dengan harapan bahwa karyawan bisa merampungkan pekerjaannya sesuai menggunakan standarisasi, serta mengurangi kesalahan ataupun kelalaian dalam bekerja, bersemangat pada bekerja sehingga terciptanya sistem kerja yang kondusif, memberikan pelayanan terbaik angka satu bagi rakyat pengguna jasa angkutan perkretaapian akan tetapi, standar yang dimiliki sejauh ini belum pas atau optimal dalam penerapannya dikarenakan ada sebagian karyawan yang merasa standarisasi ini terlalu membebani serta sebagian ada yang berpikir bahwa standarisasi yang terdapat perlu ditingkatkan.

Salah satu sumber daya yang paling krusial pada perusahaan ialah tenaga kerja atau karyawan didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai didalam perusahaan itu sendiri. Permasalahan yang dihadapi karyawan ditemukan bahwa semakin besar beban kerja yang dialami maka akan semakin besar juga tingkat stres kerja yang didapat serta mampu berkurang jika adanya motivasi sehingga bisa menimbulkan adanya prestasi kerja guna mencapai visi misi perusahaan. Karyawan mendapat tekanan kerja atau beban kerja berlebih dalam melakukan tugasnya sebagai pihak pertama pelayanan perusahaan yang bertatap muka secara langsung dengan pelanggan, selain itu juga akan terjadi adanya ambiguitas pada diri karyawan masing-masing, aturan organisasi untuk mengatur shift kerja belum optimal dimana waktu menerima situasi *long weekend* atau hari-hari besar lainnya kurang adanya tim *backup* yang menjadi solusi membludaknya penumpang yang akan datang ke stasiun. Hal-hal tersebut yang mendorong untuk dilakukan penelitian ini.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Stasiun Gambir Jakarta pusat yang berlokasi di JL. Merdeka Timur No. 1 Gambir, Kota Jakarta Pusat. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan Februari 2022 sampai dengan bulan Juni 2022.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini berisikan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh dari hasil survey lapangan serta pengisian kuesioner kepada beberapa karyawan. Sedangkan pengumpulan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber pendukung (perusahaan), dari penelitian yang sudah dilakukan, jurnal/literatur lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Populasi pada penelitian ini adalah Karyawan *Ticketing Officer* Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia yang berjumlah 50 orang. Dikarenakan populasi hanya berjumlah 50 orang, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Jenuh (Sensus). Sampling Jenuh merupakan teknik pengumpulan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampling ini termasuk dalam metode non probability sampling (Sugiyono, 2021).

Teknik pengumpulan data untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya dalam penelitian ini menggunakan teknik berupa kuesioner, yaitu dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan pada responden dengan menggunakan pertanyaan tertutup serta terbuka. Responden yang diambil adalah sebesar 50 orang. Kuesioner dalam penelitian ini menanyakan taraf persetujuan responden terhadap beban kerja, stres kerja, motivasi beberapa pertanyaan berkaitan dengan prestasi kerja karyawan. Pengisian kuesioner menggunakan skala Likert mulai dari Sangat Setuju (5) sampai dengan Sangat Tidak Setuju (1).

Variabel penelitian pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu Variabel Bebas (Independent Variable) dan Variabel Terikat (Dependent Variable). Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi variabel lain atau variabel yang diduga menjadi penyebab dari variabel lain. Variabel bebas pada penelitian ini ialah Beban Kerja (X_1), Stres Kerja (X_2), dan Motivasi (X_3). Sementara untuk variabel terikat merupakan variable yang ditentukan sebagai dampak karena adanya variable bebas. Variabel terikat pada penelitian ini ialah Prestasi Kerja (Y).

Teknik analisis data menggunakan analisa statistik deskriptif dengan pengujian instrumen penelitian menggunakann uji validitas dan reliabilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik untuk

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

mengetahui apakah model linier berganda yang dipergunakan pada penelitian ini memenuhi persyaratan. Uji asumsi klasik menggunakan teknik Uji Nomalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterodekastisitas. Setelah itu baru dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui dampak secara linear antara dua atau lebih variable independen dengan variabel dependen. Terakhir baru dilakukan uji hipotesis dengan melakukan uji parsial (uji T) dan uji simultan (uji F).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden bermanfaat untuk menguraikan deskripsi tentang ciri-ciri responden dari sampel penelitian yang ditetapkan. salah satu tujuan menggunakan karakteristik responden yaitu guna mendeskripsikan objek sebagai sampel pada penelitian ini. Dalam penelitian ini ciri responden dikelompokkan dari usia, jenis kelamin, pendidikan, dan lama bekerja.

Karakteristik responden berdasarkan usia diketahui tingkat usia responden berusia 20-25 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau 54%, usia responden 26-30 tahun sebanyak 23 orang atau 46%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan *ticketing officer* distasiun gambir PT. Kereta Api Indonesia adalah berusia 20-25 tahun.

Berdasarkan jenis kelamin, maka dari 50 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 31 orang atau 62% dibanding jenis kelamin perempuan yaitu 19 orang atau 38%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan *ticketing officer* distasiun gambir PT. Kereta Api Indonesia adalah laki-laki.

Responden berdasarkan pendidikan terakhir yang menjadi sampel didalam penelitian ini untuk posisi pertama lulusan SMK sebanyak 35 orang atau 70% dari jumlah responden. Sedangkan untuk posisi terbesar kedua yaitu dengan tingkat pendidikan D3 berjumlah 8 orang atau 16%. Kemudian untuk pendidikan terakhir S1 sebanyak 7 orang atau 14%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan *ticketing officer* di Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia adalah lulusan SMK.

Berdasarkan masa kerja dari 50 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini untuk masa kerja 1-2 tahun sebanyak 14 orang atau 28% dari jumlah responden, untuk masa kerja 2-5 tahun sebanyak 22 orang atau sebesar 44%, dan kemudian untuk lama bekerja <5 tahun sebanyak 14 orang atau 28% dari total responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan *ticketing officer* di Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia adalah masa antara 2-5 tahun.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif ialah analisis informasi data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan interpretasi. Tujuan utama analisis deskriptif ialah memilih faktor-faktor penyebab konflik serta lalu membentuk program untuk menuntaskan persoalan yang ditemukan dilapangan.

Tabel 1. Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Beban Kerja (X_I)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya bekerja dengan hati-hati sehingga meminimalisir kesalahan dalam bekerja	0	4	8	23	15
2	Selalu adanya evaluasi dalam setiapproses kerja ditempat bekerja	0	0	5	21	24
3	Berpikir cepat saat terjadi masalah pada tugas yang diberikan	0	1	9	15	25
4	Jam kerja saya telah sesuai dengan SOP yang diterapkan oleh perusahaan	0	1	10	24	15

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
5	Saya selalu inisiatif dalam mengerjakan tugas dan mengambil keputusan dengantepat	0	2	6	17	24
6	Target pekerjaan harus dicapai dan selesaisesuai dengan waktu yang diberikan	0	0	8	14	28
7	Pimpinan saya sering mengharuskan setiap karyawan mempunyai target kerjabaik dalam maupun luar kantor	0	0	5	22	23
8	Saya menyelesaikan pekerjaan dengantingkat tinggi sesuai waktu kerja	0	4	11	21	14
9	Saya selalu mendapatkan pekerjaan diluar jam kerja	0	6	9	17	18
Jumlah		0	18	71	174	186
Presentase		0	4.01	15.81	38.75	41.43

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa ada 41.43% responden yang menyatakan sangat setuju, 38.75% responden setuju, 15,8% responden kurang setuju, dan 4.01% responden tidak setuju terhadap pernyataan di dalam kuesioner untuk variabel beban kerja karyawan.

Tabel 2. Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Stres Kerja (X_2)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Beban kerja yang berlebihan dapat menimbulkan rasa bosan jenuh	0	1	10	18	21
2	Saya merasa beban kerja yang diberikan terlalu berlebihan	0	2	12	19	17
3	Saya terhindar dari stres kerja karena tuntutan tugas yang tidak terlalu tinggi	0	2	7	13	27
4	Saya terhindar dari stres kerja karena saya bekerja sesuai perandan jobdesk masing-masing	0	0	8	14	28
5	Saya terhindar dari stres kerja karena saya tidak mempunyai konflik de ngan keluarga saya	0	1	6	16	27
6	Saya terhindar dari stres kerja karena saya tidak mempunyai konflik pribadi dengan atasan atau rekan kerja saya	0	2	8	20	20
7	Saya lebih mudah memahami kedudukan serta jabatan dalam suatu organisasi perusahaan melalui struktur organisasi	0	5	5	16	24
Jumlah		0	13	56	116	164
Presentase		0	3.72	16.05	33.24	46.99

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa ada 46.99% responden yang menyatakan sangat setuju, 33.24% responden setuju, 16.5% responden kurang setuju, dan 3.72% responden tidak setuju terhadap pernyataan di dalam kuesioner untuk variabel stres kerja karyawan.

Tabel 3. Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Motivasi Kerja (X_3)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya selalu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar	0	6	8	22	14

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
2	Saya selalu membantu rekan kerja dalam menyelesaikan pekerjaan	1	3	7	19	20
3	Saya menyelesaikan pekerjaan dengan waktu yang tepat	0	3	8	18	21
4	Perusahaan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan potensi yang ada pada dirinya untuk lebih maju	0	3	9	27	11
5	Saya selalu berusaha meningkatkan kemampuan saya dalam menyelesaikan pekerjaan	0	3	5	17	25
6	Saya selalu melakukan pekerjaan secara bekerjasama dalam team	0	1	9	16	24
7	Saya selalu menyelesaikan pekerjaan dengan hasil sesuai harapan	0	1	3	21	25
8	Saya dapat mengerjakan tugas pribadi saya tanpa meminta bantuan karyawan lain	0	5	7	23	15
	Jumlah	1	25	56	163	155
	Presentase	0.25	6.25	14	40.75	38.75

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa ada 38.75% responden yang menyatakan sangat setuju, 40.75% responden setuju, 14% responden kurang setuju, dan 6.25% responden tidak setuju dan 0.25% responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan di dalam kuesioner untuk variabel motivasi kerja karyawan.

Tabel 4. Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Prestasi Kerja (Y)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Hasil kerja saya sesuai dengan harapanbatasan saya	0	1	5	23	21
2	Saya selalu menghasilkan pekerjaan yang baik dan tidak mengecewakan	0	0	4	21	25
3	Sayamendapatkan bonus atau tunjangan dari hasil kerja saya	0	2	3	15	30
4	Saya mendapatkan reward dari hasil kerja saya	0	1	4	24	21
5	Saya mengetahui jobdesk pekerjaan saya dengan baik dan benar	0	4	12	9	25
6	Saya menguasai salah satu bahasa asing untuk menyelesaikan pekerjaan	0	1	7	11	31
7	Saya dapat mengoperasikan komputer dengan baik	0	2	3	24	22
8	Saya mempunyai cara tersendiri dalam menyelesaikan masalah	1	4	9	20	16
9	Saya mampu menangani situasi daruratsaat melaksanakan pekerjaan	0	0	2	26	22
10	Saya bersedia dan bertanggung jawab apabila diberi tambahan pekerjaan diluar jam kerja	1	3	7	16	23
11	Saya bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan	0	1	2	21	26
12	Saya menyelesaikan pekerjaansesuai dengan instruksi yang iperintahkan	0	2	1	17	30

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
13	Saya menyelesaikan pekerjaan sesuai tatacara prosedur	0	0	5	13	32
14	Hubungan saya dengan atasan selalu terjaga	0	0	3	23	24
15	Hubungan saya dengan sesama karyawan selalu terjaga	0	0	2	24	24
16	Saya selalu masuk kerja tepat waktu	0	0	3	18	29
17	Saya selalu absensi tepat waktu	0	1	1	23	25
18	Saya bekerja sesuai dengan SOP	0	0	1	18	31
19	Saya belum pernahabsen/tidak hadir tanpa alasan yang jelas	1	0	2	15	32
Jumlah		3	22	76	360	489
Presentase		0.32	2.32	8.00	37.89	51.47

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa ada 51.47% responden yang menyatakan sangat setuju, 37.89% responden setuju, 8.00% responden kurang setuju, dan 2.32% responden tidak setuju dan 0.32% responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan di dalam kuesioner untuk variabel prestasi kerja karyawan.

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji Pearson Correlation. Penelitian ini menggunakan sampel sejumlah (n) = 50 maka besarnya df=50-2=48. Dengan α = 0,05 maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,278.

Pada tabel 5 terlihat bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan jumlah sampel 50 responden dan tingkat signifikansi 5% (0.278). Sehingga hasil uji validitas untuk semua pertanyaan pada variabel beban kerja dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Beban Kerja (X_1)

No	r_{hitung}	r_{tabel} (n-2=48)	Keputusan
$X_1.1$	0,553	0,278	Valid
$X_1.2$	0,697	0,278	Valid
$X_1.3$	0,426	0,278	Valid
$X_1.4$	0,522	0,278	Valid
$X_1.5$	0,550	0,278	Valid
$X_1.6$	0,554	0,278	Valid
$X_1.7$	0,670	0,278	Valid
$X_1.8$	0,562	0,278	Valid
$X_1.9$	0,651	0,278	Valid

Pada tabel 6 terlihat bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan jumlah sampel 50 responden dan tingkat signifikansi 5% (0,278). Sehingga hasil uji validitas untuk semua pertanyaan pada variabel stres kerja dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Stres Kerja (X_2)

No	r_{hitung}	r_{tabel} (n-2=48)	Keputusan
$X_2.1$	0,570	0,278	Valid
$X_2.2$	0,616	0,278	Valid
$X_2.3$	0,577	0,278	Valid
$X_2.4$	0,530	0,278	Valid
$X_2.5$	0,628	0,278	Valid
$X_2.6$	0,332	0,278	Valid
$X_2.7$	0,653	0,278	Valid

Pada tabel 7 berikut di bawah ini menunjukan bahwa bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan jumlah sampel 50 responden dan tingkat signifikansi 5% (0,278). Sehingga hasil uji validitas untuk semua pertanyaan pada variabel motivasi kerja dinyatakan valid.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja (X_3)

No	r_{hitung}	r_{tabel} (n-2=48)	Keputusan
X_3.1	0,683	0,278	Valid
X_3.2	0,727	0,278	Valid
X_3.3	0,598	0,278	Valid
X_3.4	0,621	0,278	Valid
X_3.5	0,679	0,278	Valid
X_3.6	0,587	0,278	Valid
X_3.7	0,639	0,278	Valid
X_3.8	0,439	0,278	Valid

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Prestasi Kerja (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel} (n-2=48)	Keputusan
Y.1	0,530	0,278	Valid
Y.2	0,695	0,278	Valid
Y.3	0,499	0,278	Valid
Y.4	0,628	0,278	Valid
Y.5	0,562	0,278	Valid
Y.6	0,369	0,278	Valid
Y.7	0,680	0,278	Valid
Y.8	0,512	0,278	Valid
Y.9	0,652	0,278	Valid
Y.10	0,542	0,278	Valid
Y.11	0,526	0,278	Valid
Y.12	0,544	0,278	Valid
Y.13	0,602	0,278	Valid
Y.14	0,697	0,278	Valid
Y.15	0,682	0,278	Valid
Y.16	0,440	0,278	Valid
Y.17	0,350	0,278	Valid
Y.18	0,433	0,278	Valid
Y.19	0,328	0,278	Valid

Pada tabel 8 diatas menunjukan bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan jumlah sampel 50 responden dan tingkat signifikansi 5% (0,278). Sehingga hasil uji validitas semua pertanyaan pada variabel prestasi kerja dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach (α). Apabila koefiien reliabilitas >= 0.6, maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliable).

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach's Alpha***	**Tolak Ukur**	**Keterangan**
Beban Kerja (X1)	0,744	0,6	Reliabel
Stres Kerja (X2)	0,629	0,6	Reliabel
Motivasi Kerja (X3)	0,770	0,6	Reliabel
Prestasi Kerja (Y)	0,855	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel 9 dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dari masing-masing variabel memiliki nilai koefisien reliabilitas >= 0.6 Sehingga dapat diambil keputusan bahwa semua pernyataan dari masing-masing variabel adalah andal (reliabel), sehingga pernyataan dalam masing-masing variabel dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel dependen dan variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil dari *normal probability plot* dapat dilihat pada grafik normalitas data berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters	Mean	0
	Std. Deviation	3.152278
Most Extreme Difference	Absolute	0.121
	Positive	0.121
	Negative	-0.064
Test Statistic		0.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064

Pada tabel 10 berdasarkan metode Kolmogorov Smirnov (K-S) > dari nilai signifikansi 0,05, yaitu 0,064 > 0,05. Dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan Uji Heteroskedastisitas yaitu untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode uji Glesjer. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 11 dibawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glesjer

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	5,36	2,786		0,060
Beban Kerja (X_1)	-0,177	0,116	- 0,377	0,134
Stres Kerja (X_2)	0,045	0,127	0,074	0,724
Motivasi Kerja (X_3)	0,070	0,097	0,151	0,472

Pada tabel 11 diatas menandakan bahwa nilai signifikansi berasal variabel beban kerja (X_1) sebanyak 0,134, nilai variabel stress kerja (X_2) sebesar 0,724, nilai variabel motivasi kerja (X_3) sebesar 0,472 > dari nilai signifikansi yaitu 0,05. sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah di model regresi yang diajukan telah ditemukan hubungan kuat antar variabel independent. untuk mendekati ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi bisa dilihat nilai Tolerance dan Varian Invloation Factor (VIF). Adapun hasil uji multikolonieritas ialah sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Beban Kerja (X_1)	0.335	2.982
Stres Kerja (X_2)	0.472	2.118
Motivasi Kerja (X_3)	0.471	2.125

Berdasarkan di tabel 12 dapat dilihat bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi korelasi antara variabel bebasnya.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Bila terjadi hubungan, maka dinamakan masalah autokorelasi. Model yang baik merupakan regresi yang bebas dari autokorelasi. Berikut adalah hasil uji autokorelasi yang dapat dideteksi dengan uji Durbin Watson, yaitu :

Tabel 13. Hasil Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	AdjustedR Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,905[a]	,818	,807	3.253	1,841

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja (X_3), Stres Kerja (X_2), Beban Kerja (X_1)
b. Dependent Variable: Prestasi Kerja

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Nilai Durbin-Watson (d) sebesar 1,841 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,674 serta kurang dari (4-dU) 4-1,674=2,326. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin watson, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi. Dengan demikian analisis regresi linear berganda untuk uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linear berganda bertujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi dan nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Analisis ini dipergunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh tentang korelasi antara variabel independen (bebas) serta variabel dependen (terikat). Berikut ialah hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	19.710	4.468	
	Beban Kerja (X_1)	0.789	0.186	0.461
	Stres Kerja (X_2)	0.752	0.203	0.339
	Motivasi Kerja (X_3)	0.356	0.155	0.210
a. Dependent Variable: Prestasi Kerja				

Dari hasil pengujian pada tabel 14 diatas, dapat dilihat persamaan regresi pengaruh beban kerja, stres kerja, motivasi kerja terhadap prestasi kerja karyawan dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y=a+b1x1+b2x2+b3x3+e$$

$$Y = 19{,}710 + 0{,}789X1 + 0{,}752X2 + 0{,}356X3 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebanyak 19,710, hal ini menunjukkan jika variabel beban kerja, stress kerja dan motivasi Bila dianggap konstan (0), maka prestasi kerja adalah 19,710.
b. Koefisien regresi variabel beban kerja (X_1) sebanyak 0,789. Hal ini berarti setiap kenaikan beban kerja sebanyak 1 satuan akan menaikkan prestasi kerja sebanyak 0,789.
c. Koefisien regresi variabel stress kerja (X_2) sebesar 0,752. Hal ini berarti setiap kenaikan tertekan kerja sebanyak 1 satuan akan menaikkan prestasi kerja sebanyak 0,752 satuan.
d. Koefisien regresi variabel motivasi kerja (X_3) sebesar 0,356. Hal ini berarti setiap kenaikan motivasi kerja sebesar 1 satuan akan meningkatkan prestasi kerja sebanyak 0,356 satuan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dipergunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengna uji t (uji parsial) yaitu dengan melihat nilai signifikansi thitung jika nilai signifikansi thitung <= dari 0,05 maka bisa dikatakan variabel independen tersebut memiliki efek terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi diatas >= 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen. Hasil pengujiannya bisa dilihat pada tabel 15 berikut :

Tabel 15. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.710	4.468		4.411	0.000
	Beban Kerja (X_1)	0.789	0.186	0.461	4.247	0.000
	Stres Kerja (X_2)	0.752	0.203	0.339	3.704	0.001
	Motivasi Kerja (X_3)	0.356	0.155	0.210	2.293	0.026
Dependent Variable: Prestasi Kerja						

Pada tabel 15 terdapat nilai t_{hitung} untuk X_1 sebesar 4,247 dan t_{tabel} sesuai taraf signifikansi 0,05 dan derajat bebasnya (df) menggunakan ketentuan dk = n – k = 50 – 4 = 46 menggunakan taraf signifikansi pengujian yaitu 5% atau 0,05 serta uji dua arahnya diperoleh berasal t_{tabel} sebesar 2,013. Maka pengujian diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 4,247 > t_{tabel} 2,013 serta nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hal ini menyatakan bahwa variabel beban kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.

Sementara untuk X_2 nilai t_{hitung} sebesar 3,704. Maka diperoleh dengan t_{hitung} sebesar 3,704 > t_{tabel} 2,013 dan nilai signifikan 0,001 < 0,05. Ini artinya variabel stress kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.

Sedangkan untuk X_3 t_{hitung} sebesar 2,293. Maka pengujian dapat diperoleh dengan t_{hitung} sebesar 2,293 > t_{tabel} 2,013 dan nilai signifikan 0,026 < 0,05. Ini artinya variabel motivasi kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengujian tingkat kepercayaan yang digunakan adah 95% atau taraf signifikansi 5% (α = 0,05). Jika taraf signifikansinya > 0,05 Ha ditolak dan jika taraf signifikansinya < 0,05 Ha diterima. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 16. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2195,094	3	731,698	69,126	,000[b]
	Residual	486,906	46	10,585		
	Total	2682.000	49			

a. Dependent Variable: Prestasi Kerja
b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja (X_3), Stres Kerja (X_2), Beban Kerja (X_1)

Berdasarkan tabel 16 diatas dapat dilihat dari nilai F_{hitung} 69,126 dan signifikansi yang digunakan yaitu F_{hitung} dan df = 50 – 4 = 46 dengan taraf signifikansi pengujian yaitu 5% atau 0,05 yaitu 2,80. Dengan demikian F_{hitung} 69,126 > F_{tabel} 2,80 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Beban Kerja, Stres Kerja, dan Motivasi Kerja secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Prestasi Kerja Karyawan Ticketing Officer Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia.

Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa beban kerja yang diberikan karyawan akan mempengaruhi tingkat produktifitasnya. Semakin tinggi beban kerja yang dilakukan oleh karyawan, maka akan semakin baik prestasi kerja karyawan. Tingginya beban kerja yang diterima oleh karyawan juga didukung oleh besarnya reward yang diberikan oleh perusahaan sehingga ketika karyawan mampu mencapai target kerja maka akan ada reward yang didapatkan sehingga menyebabkan semakin baik prestasi kerjanya pada ticketing officer Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian (Irawati & Carollina, 2017), yang menyatakan bahwa beban kerja memiliki hubungan langsung yang signifikan dan positif dengan prestasi kerja. Karyawan yang memiliki beban kerja yang tinggi maka dengan sendirinya akan berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan tersebut. Dengan adanya beban kerja yang terlalu tinggi maka akan menjadikan karyawan kurang fokus dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien regresi stres kerja berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa semakin besar peningkatan yang terjadi dalam hal stres kerja akan berpengaruh terhadap peningkatan prestasi kerja karyawan. Dimana artinya stres kerja memiliki pengaruh terhadap prestasi kerja karyawan. Sehingga jika stres kerja yang diberikan

cukup besar maka akan meningkatkan prestasi kerja karyawan dan didukung oleh adanya besarnya rewards sehingga jika dengan bertambahnya stres kerja maka akan berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan ticketing officer Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh (Gumilar & Rismawati, 2022) yang juga menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara stress kerja terhadap prestasi kerja karyawan. Stres kerja adalah suatu kondisi dimana terdapat ketegangan yang menciptakan adanya ketidak seimbangan fisik dan psikis, yang mempengaruhi emosi, proses berpikir, dan kondisi seseorang karyawan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien regresi motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja. Maka secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan. Dimana artinya motivasi kerja memiliki pengaruh terhadap prestasi kerja karyawan, semakin sering karyawan diberikan motivasi terhadap kerjanya bisa dalam bentuk seminar ataupun konseling maka hal ini akan membawa pengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hendriyani, 2018) yang menyatakan bahwa motivasi kerja yang tinggi berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan. Cara kerja motivasi dimulai dari seseorang yang secara sadar mengakui adanya suatu kebutuhan yang tidak terpuaskan. Kebutuhan tersebut dapat menciptakan suatu tujuan dan suatu tindakan yang diharapkan dapat menjadi sarana untuk mencapai suatu tujuan. Karena itu motivasi dapat dikatakan sebagai bentuk dorongan, dorongan tersebut bertujuan untuk memberikan semangat yang dapat meningkatkan suatu prestasi seseorang, sehingga untuk kedepannya dapat memiliki tingkat kepuasan kerja yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian signifikansi dan regresi linear dapat disimpulkan bahwa hasil regresi linear Beban kerja, stress kerja, dan motivasi kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan ticketing officer stasiun gambir PT. Kereta Api Indonesia. Pegawai adalah makhluk sosial yang menjadi kekayaan utama bagi setiap organisasi. Mereka menjadi perencana, pelaksana, dan pengendali yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan organisasi. Pegawai menjadi pelaku yang menunjang tercapainya tujuan, mempunyai pikiran, perasaan dan keinginan yang dapat mempengaruhi sikap-sikap negative hendaknya dihindarkan sedini mungkin. Untuk mengembangkan sikap-sikap positif tersebut kepada pegawai, sebaiknya pemimpin harus terus memotivasi para karyawannya agar prestasi kerja pegawainya menjadi tinggi, mengingat prestasi kerja merupakan bagian dari kepuasan hidup yang bergantung pada tindakan yang mana individu menemukan saluran-saluran yang memadai guna mewujudkan kemampuan, minat, serta ciri pribadi nilai-nilainya.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai pengaruh beban kerja, stres kerja, motivasi kerja terhadap prestasi kerja karyawan ticketing officer stasiun gambir PT. Kereta Api Indonesia maka dapat ditarik kesimpulan maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Beban Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan. Artinya semakin bertambahnya beban kerja yang diberikan maka akan semakin baik prestasi kerja karyawan pada ticketing officer Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Stres Kerja terhadap Prestasi Kerja. Artinya semakin bertambahnya stres kerja yang diberikan kepada karyawan maka akan semakin baik juga prestasi kerja karyawan pada ticketing officer Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Prestasi Kerja. Artinya semakin bertambahnya motivasi kerja yang diberikan kepada karyawan maka akan semakin baik prestasi kerja karyawan pada ticketing officer Stasiun Gambir PT. Kereta Api Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada keempat variable prestasi kerja dapat disimpulkan bahwa beban kerja, stress kerja, dan motivasi kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan ticketing officer stasiun gambir PT. Kereta Api Indonesia.

Bagi peneliti selanjutnya, serta dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya bisa mengembangkan atau memperdalam variabel-variebel yang diteliti sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik terutama untuk hal-hal mempengaruhi prestasi kerja karyawan.

E. DAFTAR PUSTAKA

Budiyanto, A. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Lingkungan Kerja, Kompensasi dan Pengembangan Karier Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT. Nesitor. *ESENSI : Jurnal Manajemen Bisnis*, *25*(2), 104–118. https://doi.org/10.55886/esensi.v25i2.475

Festinahati Buulolo, Dakhi, P., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Camat Aramo Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, *4*(2), 191–202.

Gumilar, D. G., & Rismawati. (2022). Pengaruh Stres Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Phintraco Sekuritas. *JIRM: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *11*(8), 1–18. https://doi.org/10.31539/jomb.v2i1.1215

Hanim, M. (2016). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Hull Construction Di PT. Dok Dan Perkapalan Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *4*(3), 1–10.

Hendriyani, M. (2018). Pengaruh Kesesuaian Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Rutan Surabaya. *Jurnal Kompleksitas*, *7*(1), 39–50.

Irawati, R., & Carollina, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Operator Pada PT Giken Precision Indonesia. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, *5*(1), 51–58. https://doi.org/10.35314/inovbiz.v5i1.171

Julvia, C. (2016). Pengaruh Stres Kerja dan Konflik Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, *16*(1), 59–71.

Jum'ati, N., & Wuswa, H. (2013). Stres Kerja (Occupational Stres(Yang Mempengaruhi Kinerja Individu Pada Dinas Kesehatan Bidang Pencegahan dan Pemberantasan Penyakit dan Penyehatan Lingkungan (P2P-PL) Di Kabupaten Bangkalan. *Neo-Bis: Jurnal Berkala Ilmu Ekonomi*, *7*(2), 195–211. https://doi.org/10.21107/nbs.v7i2.525

Kasmawati. (2018). Sumber Daya Manusia Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, *2*(2), 229–242. https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i2.6864

Kasmir. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)* (Ed. 1 Ceta). Jakarta : Rajawali Press.

Kurniawan, B., & Chasanah, U. (2021). Analisis Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil

Di Seksi Kurikulum Dan Peningkatan Mutu Sekolah Dasar Pada Bidang Pendidikan Dasar Dinas Pendidikan Kabupaten Kebumen. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *1*(2), 386–400. https://doi.org/10.32477/jrabi.v1i2.379

Mu'tafi, A. (2020). Pilar-Pilar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Menghadapi Era Global. *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam*, *20*(2), 106–125. https://doi.org/10.32699/mq.v20i2.1710

Nanda, A. W., & Sugiarto, A. (2020). Stres Kerja: Pengaruhnya Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *9*(2), 276–288. https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21302

Pane, E. S. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Untuk Mereduksi Biaya Logistik Pada Transportasi Multimoda. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, *7*(1), 35–48.

Prasetiyani, D., Akbar, I. R., & Nariah. (2020). Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT Unggul Abadi di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *3*(1), 84–90.

Sugijono. (2015). Pemeliharaan Karyawan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Teknis*, *10*(1), 46–52. https://doi.org/10.32497/teknis.v10i1.676

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.

Suprihatini, R., & Maarif, S. (2016). Peran Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing, Strategi dan Sistem Peningkatan Penguasaan Teknologi di Industri Teh Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, *17*(1), 49–65.

Taufik, & Nugroho, K. S. (2020). Change Or Die? Bagaimana Mengelola Perubahan Dalam Organisasi Tetap Survive Menghadapi Tantangan Global. *AL-IJTIMA`I - International Journal of Government and Social Science*, *6*(1), 75–88.

Wasiman. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori dan Aplikasi*. Serang : Desanta Mulia Visitama.

PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT ABBOTT INDONESIA DEPOK

Noerlina Anggraeni[1)], Cucu Rahya Agung[2)]
[1]Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi IBI Kosgoro 1957
[2]Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MH Thamrin Jakarta

Correspondence author: N.Anggraeni, noerlina@ibi-k57.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to examine the impact of motivation and work discipline on the employee performance of PT Abbott Indonesia Depok. The research used quantitative methods, and data was collected by distributing questionnaires to 37 employees. The data was analyzed using multiple regression analysis with the least squares equation. Hypothesis testing was conducted using t-statistics and F-test to examine partial and simultaneous regression coefficients, validity, reliability, and classical assumptions. The results indicated that there was no significant positive influence between motivation and employee performance. However, there was a significant positive influence between discipline and employee performance. Additionally, together, motivation and work discipline influence employee performance.

Keywords: motivation, work discipline, employee performance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan PT Abbott Indonesia Depok. Menggunakan metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 37 karyawan PT Abbott Indonesia Depok. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakan t-statistik serta uji F untuk menguji koefisien regresi parsial dan simultan, uji validitas, uji reabilitas, serta uji asumsi klasik.Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Motivasi dengan Kinerja Karyawan. Terdapat pengaruh positif secara signifikan antara Disiplin dengan Kinerja Karyawan. Secara bersama-sama terdapat pengaruh antara Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan.

Kata Kunci: motivasi, disiplin, kinerja karyawan

A. PENDAHULUAN

Suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya, baik perusahaan yang bergerak dibidang jasa, industri, maupun perdagangan akan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Zahira et al., 2023). Satu hal yang penting yaitu bahwa keberhasilan berbagai aktivitas didalam perusahaan dalam mencapai tujuan bukan hanya tergantung pada pada keunggulan teknologi, dana operasi yang tersedia, sarana ataupun prasarana yang dimiliki, melainkan juga tergantung pada aspek sumber daya manusia (Manafe et al., 2018). Faktor sumber daya manusia ini merupakan elemen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, dimana iklim kompetisi yang dihadapi akan

sangat berbeda. Hal ini memaksa setiap perusahaan harus dapat bekerja dengan lebih efisien, efektif dan produktif. Tingkat kompetisi yang tinggi akan memacu tiap perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan perhatian pada aspek sumber daya manusia. Jadi manusia dapat dipandang sebagai faktor penentu karena ditangan manusialah segala inovasi akan direalisir dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan (Yikwa et al., 2017).

Untuk mendapatkan sumber daya manusia yang diharapkan oleh organisasi agar memberikan andil positif terhadap semua kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuannya, setiap karyawan diharapkan memiliki motivasi dan disiplin kerja yang tinggi sehingga nantinya akan meningkatkan kinerja karyawan (Kasyifillah & Prijati, 2023). Motivasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak manajemen bila mereka menginginkan setiap karyawan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan (Mubaroqah & Yusuf, 2020). Karena dengan motivasi, seorang karyawan akan memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Tanpa motivasi, seorang karyawan tidak dapat memenuhi tugasnya sesuai standar atau bahkan melampaui standar karena apa yang menjadi motif dan motivasinya dalam bekerja tidak terpenuhi (Putri, 2019).

Sekalipun seorang karyawan memiliki kemampuan operasional yang baik bila tidak memiliki motivasi dalam bekerja, hasil akhir dari pekerjaannya tidak akan memuaskan. Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organiasi mau dan rela untuk mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka mencapai tujuan dan berbagai sasaran organ yang telah ditentukan sebelumnya (Soetanto, 2012). Dengan demikian, motivasi sangatlah penting bagi karyawan perusahaan, sehingga karyawan dari perusahaan tersebut dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Mathis dan Jackson, motivasi merupakan hasrat didalam seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan". Dengan motivasi seorang karyawan dapat melakuakan tugas dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan perusahaan (Sutrischastini & Riyanto, 2015).

Untuk menciptakan kinerja karyawan agar berjalan dengan efektif, hal tersebut tidak hanya didorong dengan adanya motivasi saja tetapi dengan mempunyai disiplin kerja yang tinggi. Disiplin adalah prosedur yang mengoreksi atau menghukum bawahan karena melanggar peraturan atau prosedur. Kedisiplinan adalah kesadaran dan kesdiaan seseorang manaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku. Disiplin yang baik mencerminkan besarnya tanggung jawab seseorang terhadap tugas-tugas yang diberikan kepadanya. Hal ini akan mendorong gairah kerja, semangat kerja, dan terwujudnya tujuan organiasasi (Hasibuan, 2021). Berdasarkan uraian diatas, maka disiplin merupakan suatu instrument perusahaan untuk memberikan tindakan hukum, sehingga karyawan mau melaksanakan semua tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya. Sedangkan menurut (Siagian, 2019), disiplin kerja diartikan sebagai suatu sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai peraturan dari organiasi dalam bentuk tertulis maupun tidak. Dengan adanya peraturan yang termuat dalam tulisan maupun tidak, dapat menambahkan disiplin kerja. Karena apabila dilanggar peraturan tersebut, karyawan akan mendapatkan sanksi sesuai prosedur yang berlaku.

Dalam hal ini PT Abbott Indonesia Depok, sudah seharusnya memiliki karyawan yang bermotivasi tinggi dan disiplin dalam bekerja dan melakukan pekerjaannya secara efektif dan efisien,

untuk kemudian pada akhirnya menunjukkan kinerja yang tinggi dalam usaha mewujudkan misi dan tujuan yang telah ditetapkan. Sehubungan dengan hal diatas, maka motivasi dan disiplin kerja merupakan masalah yang sangat penting dalam suatu perusahaan, karena dapat meningkatkan kinerja karyawan. Sehingga kemampuan manajemen dalam memberikan motivasi akan sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam pencapian tujuan perusahaan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT Abbott Indonesia Depok yang berlokasi Jl. Raya Jakarta-Bogor KM 37 Cimanggis, Kelurahan Sukamaju, Depok-Jawa Barat. Perusahaan ini adalah sebuah Pabrik Farmasi. Penelitian dilakukan pada tanggal 21 April – 21 Mei 2018.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Abbot Indonesia Depok yang berjumlah 37 orang karyawan. Sedangkan sampel menggunakan teknik sampel jenuh atau sensus karena populasinya kurang dari 100 (Sugiyono, 2021).

Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel independen adalah Motivasi (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2), sementara variabel dependen adalah Kinerja Karyawan (Y).

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada karyawan PT Abbott-Indonesia Depok. Pembagian angket bertujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai motivasi kerja, disiplin kerja dan kinerja karyawan.

Sedangkan untuk melakukan analisis terhadap data penelitian yang didapatkan digunakan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner yang telah diisi oleh Responden disajikan dalam bentuk tabel untuk memberikan gambaran umum mengenai indentitas responden tersebut. Pada tabel 1 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 1. Usia Responden

	Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 Tahun	17	45.9	45.9	45.9
	25 - 30 Tahun	10	27.0	27.0	73.0
	> 30 - 45 Tahun	7	18.9	18.9	91.9
	> 45 Tahun	3	8.1	8.1	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa untuk usia responden yang terbanyak adalah < 25 tahun yaitu sebanyak 17 orang atau 45,9%, usia responden 25 - 30 tahun sebanyak 10 orang atau 27%, usia responden 31 – 45 tahun sebanyak 7 orang atau 18,9% dan kemudian diatas usia responden > 45 tahun sebanyak 3 orang atau 8,1%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan pada PT Abbott Indonesia Depok sebagian besar masih berusia muda dan pada umur yang sangat produktif. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia yang masih relatif muda, semangat kerja yang dimiliki masih relatif tinggi.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

	Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	20	54.1	54.1	54.1
	Wanita	17	45.9	45.9	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 20 orang (54,1%) dibanding perempuan yang hanya 17 orang (45,9%).

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebagai proporsi yang lebih besar dibanding karyawan perempuan yang bekerja pada PT Abbott Indonesia Depok. Hal ini disebabkan karena untuk pekerjaan yang memerlukan tenaga fisik, laki-laki secara umum dipandang lebih baik dibanding perempuan.

Tabel 3. Jenjang Pendidikan Responden

Pendidikan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/K	5	13.5	13.5	13.5
	Diploma (D1-D4)	15	40.5	40.5	54.1
	Sarjana (S1)	14	37.8	37.8	91.9
	Pascasarjana (S2-S3)	3	8.1	8.1	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan data bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah dari kelompok responden yang berpendidikan D1 – D4 yaitu sebanyak 15 orang atau 40,5% dari jumlah responden. Sedangkan, untuk posisi terbesar kedua yaitu dengan pendidikan terakhir S1, berjumlah 14 orang, dengan persentase 37,8%. Kemudian, untuk pendidikan terakhir SMA/SMK dan S2 – S3 memiliki persentase yaitu 13,5% dan 8,1% dengan jumlah masing- masing yaitu 5 orang karyawan dan 3 orang karyawan.Maka, dapat disimpulkan bahwa latar belakang pendidikan D1 – D4 lebih banyak bekerja di PT Abbott Indonesia Depok.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dilihat bahwa seluruh indikator untuk variabel Motivasi Kerja (X_1) dinyatakan valid karena nilai r Hitung > nilai r Tabel, dimana r Tabel terdapat pada tingkat signifikan 5% (0.05) yaitu 0.325. Begitupula untuk seluruh indikator variabel Disiplin Kerja (X_2) dinyatakan valid karena nilai r Hitung > nilai r Tabel, dimana r Tabel terdapat pada tingkat signifikan 5% (0.05) yaitu 0.325.

Untuk seluruh indikator variabel Kinerja Karyawan (Y) dinyatakan valid karena nilai r Hitung > nilai r Tabel, dimana r Tabel terdapat pada tingkat signifikan 5% (0.05) yaitu 0.325. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, untuk uji validitas keseluruhan varibel penelitian dilakukan dengan uji korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria r Hitung > r Tabel dinyatakan Valid untuk seluruh variabel yaitu X_1, X_2, dan Y, dikarenakan seluruh nilai untuk setiap item dalam variabel memiliki nilai hitung > dari 0.325

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan reliabilitas item pernyataan kuesioner dalam kehandalannya mengukur variabel pada penelitian. Uji reliabilitas hanya dilakukan pada item-item pernyataan kuesioner yang telah valid dan dibuat menggunakan teknik *Cronbach Alpha.*

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	37	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

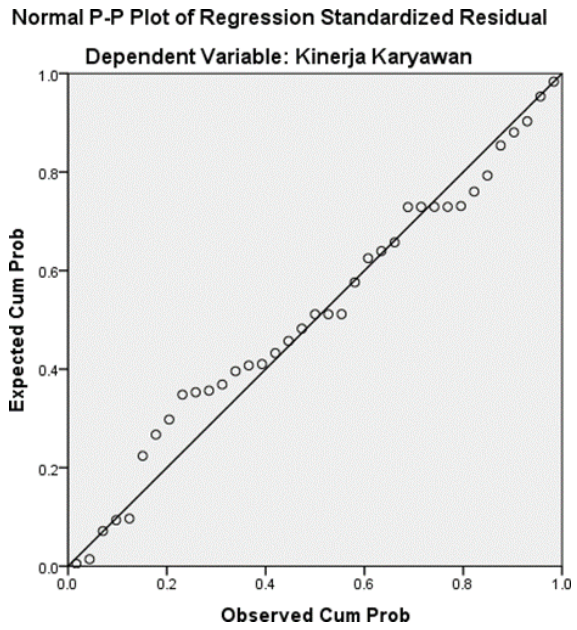
Cronbach's Alpha	N of Items
.984	60

Tabel 4 menunjukan bahwa hasil nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.984 lebih besar dari 0.60, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variable independen dan variable dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau

tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki data normal.

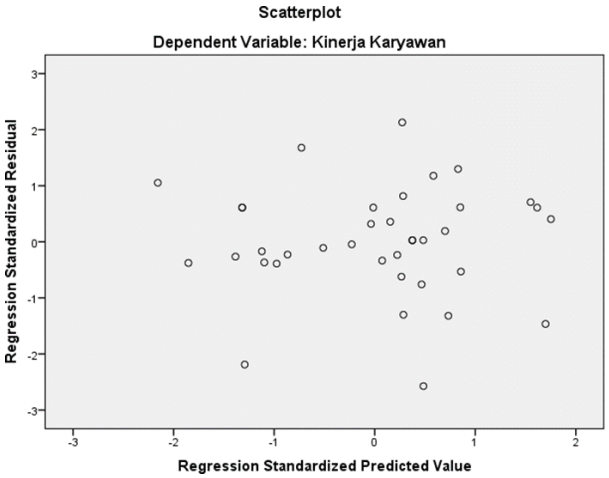


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1, grafik normal Histogram dan P-Plot diatas menunjukan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena pada grafik normal histogram diatas memiliki pola distribusi norma dan grafik P-Plot diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat apabila grafik tersebut ada polatertentu seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (gelombang, melebar, dan menyempit) maka diindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik scatterplot diatas, dapat dilihat titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat diartikan bahwa model regresi ini baik dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu nilai VIF (Variance Inflation Factors) dan Nilai Tolerance. Jika tolerance> 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadigejala Multikolonieritas. Berdasarkan hasil uji didapatkan hasil Tolerance 0,599 > 0,10 dan VIF < 10, yang berarti bahwa tidak terjadi gejala Multikolonieritas diantara pada kedua variable bebas diatas.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh motivasi dan disiplin signifikan atau tidak terhadapa kinerja karyawan. Pengujian menggunakan signifikasi 0,05 dan 2 sisi.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.570	5.720		1.323	.195
	Motivasi	.123	.078	.198	1.587	.122
	Disiplin	.506	.091	.694	5.548	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil tabel 5 diatas, menyatakan bahwa untuk variabel motivasi nilai t hitung < t tabel yaitu 1,587 < 2,03224 dan tingkat signifikansi yaitu 0,122 > 0,05 Maka, dapat disimpulkan bahwa Motivasi Kerja tidak berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Sedangkan untuk variabel disiplin didapatkan nilai t hitung < t tabel yaitu 5,548 > 2,03224 dan tingkat signifikansi yaitu 0,000 < 0,05, maka, dapat disimpulkan bahwa Disiplin Kerja berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variable bebas terhadap variable terkait.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3050.915	2	1525.458	40.275	.000[b]
	Residual	1287.788	34	37.876		
	Total	4338.703	36			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan
b. Predictors: (Constant), Disiplin, Motivasi

Dalam hal ini digunakan untuk menguji signifikan pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 0,05.

Berdasarkan data pada tabel 6 dengan nilai F hitung > F tabel yaitu 40,275 > 3,28 dan tingkat signifikansi yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi dan Disiplin kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.570	5.720		1.323	.195
	Motivasi	.123	.078	.198	1.587	.122
	Disiplin	.506	.091	.694	5.548	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan tabel 6 diatas, didapatkan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 7{,}570 + 0{,}123\ X_1 + 0{,}506\ X_2$$

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ditunjukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variable independen menjelsakan variable dependen yang dilihat melalui Adjusted R Square.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien R^2

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839[a]	.703	.686	6.15436

a. Predictors: (Constant), Disiplin, Motivasi
b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (Adjust R^2) yang diperoleh yaitu sebesar 0,686. Hal ini berarti, variabel Motivasi Kerja (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2) mampu menjelaskan variable Kinerja Karyawan (Y) sebesar 68,6%. Sedangkan, sisa sebsar 31,4% dijelaskan oleh variable lain diluar dari variable penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat dilihat bahwa variabel Motivasi Kerja memiliki pengaruh negatif (non signifikan) yang berarti bahwa motivasi kerja yang baik tidak menjamin kinerja karyawan menjadi baik, karena untuk mewujudkan kinerja karyawan, perlu adanya pemenuhan kebutuhan karyawan terlebih dahulu yang menjadi hal terpenting dalam hal meningkatkan motivasi kerja karyawan. Sedangkan, untuk variabel disiplin kerja, memiliki pengaruh yang positif (signifikan) yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat intensistas displin kerja maka semakin tinggi pula kinerja karyawan.

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan pada kondisi riil perusahaan, hal lain yang yang menyebabkan motivasi kerja tidak terpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan ditemukan bahwa pengelolaan intensif dan bonus yang kurang baik. Hal ini kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga banyak karyawan merasa kurang puas dengan pemenuhan kebutuhan oleh perusahaan yang menyebabkan penurunan motivasi kerja. Selain itu, pengaturan waktu istirahat yang kurang baik. Hal tersebut dikarenakan diperusahaan terdapat dua sift waktu istirahat yang berdurasi hanya 40 (empat puluh) menit saja. Hal ini menyebabkan penurunan motivasi, walaupun diperusahaan disediakan makan siang, namun menu makan siang membuat karyawan merasa bosan, sehingga karyawan membeli makanan ke luar perusahaan yang jarak tempuhnya lumayan jauh. Secara umum motivasi dan disiplin kerja yang dilakukan oleh seorang karyawan harus terus dipertahankan dan dikembangkan agar tujuan perusahaan dapat dicapai.

Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan

Dalam penelitian ini, motivasi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh (Kasyifillah & Prijati, 2023), yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Usaha Yekapepe Surabaya.

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Dari hasil penelitian sebelumnya, disiplin kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadapa kinerja karyawan. Hal ini ditunjukan berdasarkan hasil hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh (Ariesni & Asnur, 2021) yang menunjukan bahwa disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil penelitian uji F_{hitung} 40,275 > F_{tabel} 3,28 dan signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05), maka Ho ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi dan disiplin kerja kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh (Yanthi et al., 2019) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel disiplin kerja dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. XL Axiata Tbk. Cabang Singaraja.

D. PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan didapatkan hasil pengujian yang membuktikan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Pengujian kedua membuktikan bahwa disiplin kerja memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Hasil pengujian

ketiga membuktikan bahwa motivasi dan disiplin kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Abbott Indonesia Depok.

Saran untuk penelitian selanjutnya bahwa hasil uji R menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian lebih lanjut, hendaknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, karena dengan semakin baik kinerja karyawan maka akan berpengaruh baik juga bagi perusahaan.

E. DAFTAR PUSTAKA

Ariesni, S., & Asnur, L. (2021). Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, *5*(3), 363–369. https://doi.org/10.33096/jer.v2i2.428

Hasibuan, M. S. P. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Kasyifillah, M. H., & Prijati. (2023). Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja, dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT Usaha Yekapepe Surabaya. *JIRM: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *12*(7), 1–18. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5421

Manafe, Y. A., Fanggidae, R. E., & Nursiani, N. P. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT.Mitra Suara Sejati Kupang. *Journal of Management*, *6*(1), 103–112. https://doi.org/10.35508/jom.v6i1.1224

Mubaroqah, S., & Yusuf, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *17*(2), 222–226. https://doi.org/10.30872/jkin.v17i2.7480

Putri, I. M. (2019). Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Telkom Tbk Cabang Soppeng. *Metansi : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, *2*(1), 64–70. https://doi.org/10.57093/metansi.v2i1.76

Siagian, S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Soetanto, E. (2012). Pengaruh Kemampuan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PTS. X Malang). *Industri Inovatif: Jurnal Teknik Industri*, *2*(1), 44–51.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.

Sutrischastini, A., & Riyanto, A. (2015). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Gunungkidul. *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, *23*(2), 121–137. https://doi.org//10.32477/jkb.v23i2.164

Yanthi, P. B. O. N., Parma, I. P. G., & Heryanda, K. K. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. XL Axiata Cabang Singaraja. *BISMA : Jurnal Manajemen*, *5*(2), 93–100. https://doi.org/10.23887/bjm.v5i2.22013

Yikwa, L., Pio, R. J., & Tumbel, T. M. (2017). Pengaruh Motivasi Terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Studi pada PT Bank Papua Cabang Manado Provinsi Sulawesi Utara). *JAB : Jurnal Administrasi Bisnis*, *5*(5), 1–6. https://doi.org/10.35797/jab.v0.i0.%p

Zahira, R. A., Handaru, A. W., & Wolor, C. W. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi pada Karyawan PT Inspeksi X. *Co-Value : Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, *14*(2), 30–48. https://doi.org/10.36418/covalue.v14i2.3564

PENGARUH PROMOSI DAN DEMOSI JABATAN TERHADAP PRESTASI KERJA (STUDI KASUS PT. ALVA KARYA PERKASA CABANG JAKARTA)

Rinto Rivanto[1)], Shafira Chairrunnisa[2)]
[1,2]Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MH Thamrin Jakarta

Correspondence author: R.Rivanto, rrivanto@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The research aimed to assess the impact of both promotion and demotion on employee work performance, both individually and together, at PT Alva Karya Perkasa. The study used a quantitative approach and a questionnaire administered to 110 PT Alva Karya Perkasa employees. After conducting validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F tests, and R square coefficients, the results indicated a significant influence of promotion on work performance. However, there was no significant influence of demotion on work performance. Interestingly, the combined effect of promotion and demotion on work performance was found to be significant. The combined variables of promotion and demotion explained 28% of the variance in work performance, suggesting that other factors outside the scope of this study contribute to the remaining 72%.

Keywords: promotion, demotion, work performance

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah Untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Demosi secara parsial terhadap Prestasi Kerja karyawan, dan Untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Demosi secara bersama-sama (simultan) terhadap Prestasi Kerja karyawan PT. Alva Karya Perkasa. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner kepada 110 responden karyawan PT. Alva Karya Perkasa. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, koefisien R square, hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap prestasi kerja, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara demosi terhadap prestasi kerja, dan terdapat pengaruh signifikan variabel promosi dan demosi secara bersama-sama (simultan) terhadap prestasi kerja secara. Kemampuan variabel promosi dan demosi dalam menjelaskan varians dari variabel prestasi kerja adalah sebesar 28%, berarti terdapat 72% faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: promosi, demosi, prestasi kerja

A. PENDAHULUAN

Perusahan merupakan suatu organisasi yang terdiri atas sekelompok orang yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan kepentingan yang paling mendasar yaitu mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin serta kesejahteraan

bagi para pemegang saham perusahaan (Hatuwe & Kaimudin, 2022). Di era sekarang perusahaan memiliki berbagai persaingan yang sangat ketat. Terutama di dalam sumber daya manusia. Karyawan dengan karyawan lainnya saling menunjukan prestasi dalam sebuah kinerja untuk mencapai tujuan bersama perusahaan. Ada pula karyawan mendapatkan prestasi sehingga karyawan tersebut mendapatkan penghargaan promosi jabatan, namun di sisi lain terdapat juga karyawan yang mendapatkan demosi penurunan jabatan (Kasih & Victor, 2022).

Tujuan perusahaan adalah untuk memajukan perusahaan, lembaga, atau instansi dimana mereka berkarya. Sehingga karyawan harus selalu ingin berkreasi dan berinovatif dalam mendapatkan hasil yang terbaik. Untuk itu karyawan perlu untuk dikembangkan dan diatur sedemikian rupa agar dapat bekerja sama dalam menjalankan tugas dan dapat bertanggung jawab dalam pekerjaannya (Gunawan et al., 2023).

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal (R. Hidayat & A. Anwar, 2022). Manajemen Sumber Daya Manusia dapat didefinisikan sebagai suatu strategi dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, leading dan controlling didalam setiap aktivitas/fungsi operasional sumber daya manusia mulai dari proses penarikan, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penempatan yang meliputi promosi, demosi dan transfer, penilaian kinerja, pemberian kompensasi, hubungan industrial, hingga pemutusan hubungan kerja, yang ditunjukkan bagi peningkatan kontribusi produktif dari sumber daya manusia organisasi terhadap pencapaian tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien (I. Hidayat & Daroini, 2020).

Pengembangan sumber daya manusia dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah-satunya dengan melalui promosi jabatan. Dengan adanya target promosi, pegawai akan merasa dihargai, dibutuhkan, dan diperhatikan, dan diakui kinerjanya oleh atasan sehingga mereka mampu menghasilkan keluaran (*output*) yang tinggi serta akan mempertinggi loyalitas (kesetiaan) pada perusahaan. Promosi mempunyai arti penting bagi setiap perusahaan, karena dengan promosi tersebut berarti kestabilan perusahaan dan dan moral karyawan akan dapat lebih terjamin (Suhairi et al., 2020).

Prestasi Kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya, hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Trifena Towoliu et al., 2023). Prestasi yang dihasilkan berbeda-beda karena setiap individu memiliki karakter yang berbeda-beda. Prestasi kerja ini juga digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui kekurangan dan potensi seorang karyawan (Nasrih, 2010).

Prestasi kerja karyawan di dalam perusahaan sangat diperlukan untuk memberikan peluang bagi karyawan itu sendiri yang meninjau salah satunya perilaku yang berkaitan dengan pekerjaan. Prestasi juga untuk mempunyai penilaian suatu pekerjaan baik atau tidaknya dalam perusahaan tersebut (Hariyanti & Giantari, 2019). Tujuan Penilaian Prestasi Kerja Karyawan merupakan salah satu tugas yang paling penting bagi setiap manager. Manager menilai prestasi seorang karyawan bawahan secara akurat, dan menyampaikan hasil penelitian tersebut tanpa menimbulkan rasa kecewa bagi karyawan yang bersangkutan (Ginting, 2021).

Prestasi kerja karyawan dinilai melalui pekerjaan-pekerjaan yang karyawan lakukan sesuai dengan standar yang ada diperusahaan

atau tidak. Prestasi kerja karyawan sangat diperlukan agar karyawan dapat semangat bekerja dan menunjukkan prestasi kerja yang karyawan peroleh (Linawati, 2020). Perusahaan menggunakan penilaian prestasi kerja bagi karyawan mempunyai maksud sebagai langkah pengembangan dan administratif. Secara administratif perusahaan dapat menjadikan penilaian prestasi kerja sebagai acuan atau standar di dalam membuat keputusan yang berkenaan dengan kondisi pekerjaan karyawan, termasuk untuk promosi jabatan pada jenjang karir, penghargaan atau penggajian (Santi & Isyanto, 2023).

Promosi jabatan adalah proses kegiatan pemindahan/perpindahan karyawan, dari satu jabatan/tempat kepada jabatan/tempat yang lebih tinggi serta diikuti oleh tugas, tanggung jawab, dan wewenang yang lebih tinggi dari jabatan yang diduduki sebelumnya (Karnadi & Pradana, 2018). Promosi Jabatan adalah perpindahan dari suatu jabatan ke jabatan yang lain yang mempunyai status dan tanggung jawab yang lebih tinggi. Biasanya perpindahan ke jabatan yang lebih tinggi disertai dengan peningkatan gaji dan upah lainnya (Nurfajri et al., 2022). Menurut pendapat lain menyebutkan bahwa Promosi Jabatan berarti perpindahan yang memperbesar wewenang dan tanggu jawab ke jabatan yang lebih tinggi di dalam suatu organisasi yang diikuti dengan kewajiban, hak, status, dan penghasilan yang lebih besar (Zainudin, 2020).

Seorang karyawan memandang promosi sebagai sesuatu yang paling menarik dibandingkan dengan kompensasi lain hal ini disebabkan karena promosi bersifat permanen dan berlaku dapat terjadi ketika seorang karyawan dinaikkan jabatannya dari posisi rendah ke posisi yang lebih tinggi. Kenaikan gaji dan tanggung jawab biasanya turut menyertai promosi jabatan (Widyani & Putra, 2020). Disamping promosi jabatan sebagai suatu penghargaan/hadiah bagi karyawan yang memiliki prestasi tinggi, namun ada juga pemberian demosi jabatan (penurunan) bagi karyawan yang dinilai manajemen perusahaan memiliki prestasi kerja yang rendah. Demosi adalah suatu bentuk mutasi vertikal yang berupa penurunan pangkat atau posisi atau jabatan atau pekerjaan yang lebih rendah (Lukman et al., 2023).

PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta adalah salah satu perusahaan swasta yang didalamnya sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat diandalkan dan perlu diperhatikan dalam mengelola satuan unit kerja yang berkualitas terutama di bidang *Outsourcing* yang merupakan penggunaan tenaga kerja atau menyalurkan tenaga kerja dengan keahlian tertentu ke perusahaan yang membutuhkan.

Prestasi kerja di PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta selama ini dirasa masih buruk oleh sebagian karyawan. Hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor yang membuat karyawan PT. Alva Karya Perkasa mempunyai suatu prestasi kerja yang kadang meningkat dan kadang menurun. Peningkatan dan penurunan karyawan PT. Alva Karya Perkasa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kurang keterampilan dalam pekerjaan, kualitas kerja menurun, *attitude* tidak baik dan kurangnya pengalaman dalam tugas dan pekerjaannya, serta tingkat absensi yang tinggi.

Dalam pelaksanaan promosi dan demosi harus benar-benar berdasarkan penilaian yang objektif dan didasarkan kepada indeks prestasi yang dicapai oleh karyawan. Saat ini penerapan promosi atau kenaikan jabatan dan pemberian demosi atau penurunan jabatan pada PT. Alva Karya Perkasa masih belum berjalan efektif, karena masih ditemukan kenyataan dilapangan bahwa terdapat karyawan yang kinerjanya kurang baik tetapi mendapatkan promosi atau kenaikan jabatan, dan sebaliknya karyawan yang kinerjanya baik tetapi mendapatkan demosi penurunan jabatan. Hakikatnya, promosi jabatan dan pemberian demosi adalah dua hal yang saling berkaitan dalam memotivasi diri dari karyawan untuk meningkatkan kinerjanya.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kantor cabang PT. Alva Karya Perkasa, Jalan Utan Kayu Raya No. 68D, RT.12/RW.06, Kec. Matraman, Kota Jakarta Timur. Penelitian ini dilaksanakan selama kurun waktu November 2020 hingga Januari 2021.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data dari penelitian ini diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja pada PT. Alva Karya Perkasa sejumlah 110 orang dengan pengambilan sampel menggunakan teknik sensus sehingga jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yaitu 110 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik interview (wawancara), observasi, dokumentasi, dan kuesioner.

Sedangkan untuk melakukan analisis terhadap data penelitian yang didapatkan digunakan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan demosi terhadap prestasi kerja karyawan pada PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta. Dalam melakukan penelitian ini sebanyak 110 karyawan yang menjadi responden dibagikan kuesioner. Semua kuesioner telah dikembalikan yaitu sebanyak 110 sampel sehingga dapat diolah lebih lanjut.

Pada tabel 1 didapatkan informasi bahwa jumlah responden pada jenis kelamin laki-laki 25% dan jenis kelamin perempuan 84%. Maka, hasil deskripsi berdasarkan jenis kelamin diatas menunjukkan bahwa responden penelitian di PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta jenis kelamin perempuan lebih dominan dibanding jenis kelamin laki-laki.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Org)	Presentase (%)
Laki-laki	26	23.64 %
Perempuan	84	76.36 %
Total	110	100

Pada tabel 2 menunjukan bahwa jumlah responden pada usia 18 – 27 tahun 82%; responden pada usia 28 – 37 Tahun 25%; dan responden pada usia > 28 Tahun 3%. Maka, hasil deskripsi berdasarkan usia diatas menunjukkan bahwa responden penelitian di PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta usia 18 – 27 Tahum lebih dominan dibanding usia 28 – 37 tahun serta > 38 Tahun

Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Org)	Presentase (%)
18 – 27 Tahun	82	74.55 %
28 – 37 Tahun	25	22.73 %
> 38 Tahun	3	2.73 %
Total	110	100

Tabel 3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Usia	Frekuensi (Org)	Presentase (%)
SLTA	65	59.09 %
D3	8	7.27 %
S1 – S3	37	33.64 %
Total	110	100

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukan bahwa jumlah responden pada tingkat pendidikan SLTA 65%; responden pada tingkat pendidikan D3 8%; dan responden pada tingkat pendidikan S1 – S3 37%. Maka, hasil deskripsi berdasarkan tingkat pendidikan bahwa responden penelitian PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta tingkat pendidikan pada SLTA lebih dominan dibanding D3 dan S1- S3.

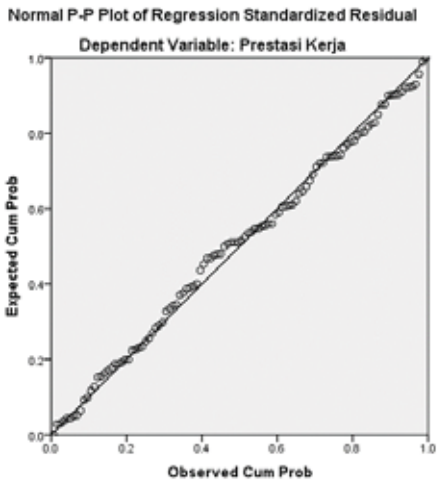
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dari hasil uji validitas menunjukan bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,1874) untuk setiap kuesioner pada masing-masing variabel. Maka, hal ini menunjukan bahwa seluruh pertanyaan pada masing-masing variabel tersebut dinyatakan valid. Setelah melakukan uji validitas dan terbukti hasilnya valid, maka dapat dilanjutkan dengan uji reliabilitas yang dilakukan pada masing-masing variabel dengan menggunakan uji reliabilitas yang digunakan untuk mengetahui tingkat kekonsistensian kuesioner yang digunakan oleh peneliti sehingga kuesioner tersebut dapat dihandalkan.

Dari hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa r Alpha dari ketiga variabel yakni Promosi (X_1), Demosi (X_2), dan Prestasi Kerja (Y) lebih besar dari 0,6. Maka, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel diatas dinyatakan reliabel dan data yang digunakan telah layak untuk analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistic pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Hasil uji data dapat dilihat pada gambar 1.

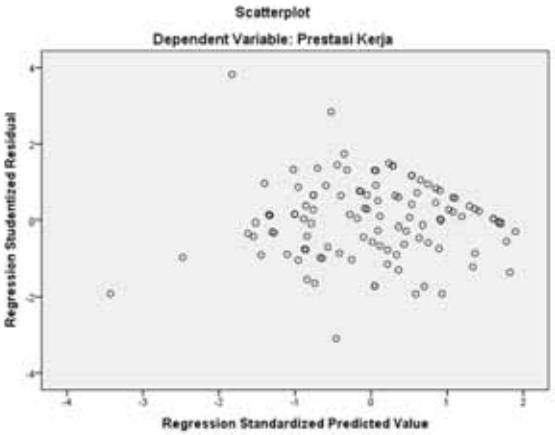


Gambar 1. Uji Normalitas (Normal Probability Plot)

Berdasarkan gambar grafik normal plot diatas menunjukan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena pada grafik normal terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heterokesdastisitas

Uji heterokesdastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual saat pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan baik adalah apabila terdapat kesamaan atau tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 2. Uji Heterokesdastisitas

Berdasarkan pada gambar 2 diatas, scatterplot menunjukan penyebaran titik yang penyebarannya secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka (0) pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel indenpenden.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Promosi	.951	1.051
	Demosi	.951	1.051

a. Dependent Variable: Prestasi Kerja

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai tolerance variabel X_1 dan X_2 yakni 0,951 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel X_1 dan X_2 yakni 1,051 yang lebih kecil dari 10,00. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std.Error of the Estimate	Durtin-Watson
1	.728[a]	.531	.552	2.66338	2.095

a. Predictors: (Constant), Demosi, Promosi

b. Dependent Variable : Prestasi Kerja

Berdasarkan dari tabel 5 diatas maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini karena penelitian ini menggunakan data cross section yang artinya data diperoleh secara bersamaan atau sekaligus seperti melakukan penyebaran kuesioner.

Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi linear adalah model statistika yang digunakan untuk membentuk hubungan antara variabel terikat dengan variabel indenpenden. Hasil dari uji analisis regresi berganda ini bisa kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Coefficients[b]

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	19.114	3.065		6.236	.000
	Promosi	.482	.053	.623	9.171	.000
	Demosi	-.202	.052	-.265	-3.897	.000

a. Predictors: (Constant), Demosi, Promosi

b. Dependent Variable : Prestasi Kerja

Dari hasil tabel diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 19{,}114 + 0{,}482X_1 - 0{,}202X_2$$

Pada persamaan regresi tersebut, dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 19,114. Hal ini berarti jika promosi (X_1) dan Demosi (X_2) nilainya 0, maka prestasi kerja (Y) mempunyai nilai sebesar 19,114. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,482 yang berarti apabila promosi (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka prestasi kerja meningkat sebesar 0,482 pada konstanta sebesar 19,114 dengan asumsi nilai koefisien X_2 tetap. Koefisien X_1 bernilai positif, artinya terjadi hubungan yang positif antara promosi dengan prestasi kerja. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik promosi dilakukan oleh PT. Alva Karya Perkasa maka semakin tinggi prestasi kerja yang diperoleh karyawan PT. Alva Karya Perkasa.

Nilai koefisien X_2 sebesar -0,202 yang berarti apabila demosi (X_2) angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat demosi (X_2), maka prestasi kerja (Y) akan meningkat sebesar -0,202. Karena nilai koefisien regresi bernilai minus (-). Maka, hal ini dapat dinyatakan bahwa

Demosi (X_2) berpengaruh negatif terhadap prestasi kerja (Y).

Uji t

Uji t (parsial) digunakan untuk mempengaruhi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7 berikut

Tabel 7. Uji t

Coefficients[b]

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	19.114	3.065		6.236	.000
	Promosi	.482	.053	.623	9.171	.000
	Demosi	-.202	.052	-.265	-3.897	.000

a. Dependent Variable : Prestasi Kerja

Berdasarkan tabel 7 diatas, uji t (parsial) variabel promosi (X_1) menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh Promosi (X_1) terhadap prestasi kerja (Y) adalah 0,00 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 9,171 > nilai t_{tabel} 1,982 maka artinya terdapat pengaruh promosi terhadap prestasi kerja secara signifikan.

Sedangkan, variabel demosi (X_2) menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh Demosi (X_2) terhadap Prestasi Kerja (Y) adalah 0,00 < 0,05 dan nilai t_{hitung} -3,987 < 1,982 maka artinya, variabel demosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel prestasi kerja.

Uji F

Tabel 7. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	857.751	2	428.875	60.460	.000[b]
	Residual	759.013	107	7.094		
	Total	1616.764	109			

a. Dependent Variable : Prestasi Kerja

b. Predictors: (constant), Demosi, Promosi

Dari tabel 7 diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh promosi (X_1) dan demosi (X_2) terhadap Prestasi kerja (Y) adalah sebesar 0,00 < 0,05 dan f_{hitung} 60,460 > nilai f_{tabel} 2,69. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel promosi dan demosi secara bersama-sama terhadap prestasi kerja.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan output SPSS "Model Summary" pada tabel 8, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,531. Maka, koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,53 X 0,53 = 0,280. Berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 28,0%. Berarti terdapat 72% (100%-28%) varians variabel terikat yang dijelaskan oleh faktor lain.

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728[a]	.531	.522	2.66338

a. Predictors: (constant), Demosi, Promosi

b. Dependent Variable : Prestasi Kerja

Pembahasan

Dari hasil pengujian kuesioner dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta prestasi kerja perlu dikembangkan oleh karyawannya dengan cara melakukan pelatihan, pemgembang karir, loyalitas yang tinggi dan pemberian kompensasi karena dengan adanya prestasi kerja yang meningkat maka karyawan tersebut dapat diberikan pengakuan, jabatan yang semakin besar dari perusahaan. Cara agar prestasi kerja meningkat perusahaan dapat melakukan pelatihan dan pengembangan pada karyawan serta membuat program insentif setiap bulannya maka karyawan satu sama lain saling berlomba-lomba untuk meningkatkan prestasi kerjanya. Jika itu sudah terjadi maka jika ada posisi yang lowong atau penambahan jabatan kemungkinan akan terjadi promosi. Promosi terhadap prestasi kerja memberikan pengaruh yang positif artinya semakin tinggi prestasi kerja yang

diberikan oleh karyawan terhadap perusahaan, semakin tinggi juga karyawan tersebut dapat dipromosikan.

Demikian pula sebaliknya, prestasi kerja yang menurun maka akan terjadi demosi (penurunan jabatan) biasanya karyawan di demosikan karena faktor-faktor tertentu seperti kurangnya pengalaman dan pemahaman dibidang tersebut, perilaku yang tidak baik, serta tingkat absensi yang meningkat maka karyawan tersebut berhak di demosikan. Maka, prestasi kerja terhadap demosi memberikan pengaruh yang negatif artinya semakin turun prestasi kerja maka semakin tinggi juga karyawan tersebut dapat didemosikan.

Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Prestasi Kerja PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Demosi terhadap Prestasi Kerja PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Prestasi Kerja, dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Demosi terhadap Prestasi Kerja PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh (Nadiya et al., 2020) dengan judul Pengaruh Penerapan Promosi dan Demosi terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT. PLN (Persero) area Banda Aceh. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa penerapan promosi dan demosi berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) area Banda Aceh. Sehingga penilaian prestasi kerja karyawan dapat menentukan kebijaksanaan selanjutnya mengenai promosi dan demosi. Dengan demikian semakin tinggi promosi dan demosi maka prestasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) area Banda Aceh akan semakin tinggi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Hermawansyah et al., 2019) dengan judul Promosi Kerja dan Demosi Kerja terhadap Produktivitas Karyawan di Hotel Salak The Heritage, Bogor. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi kerja dan produktivitas karyawan Hotel Salak The Heritage, Bogor. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara demosi kerja dan produktivitas karyawan.

D. PENUTUP

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, hasil analisis dan pembahasan maka penelitian ini menemukan bahwa Promosi memiliki pengaruh yang siginifikan terhadap prestasi kerja yang artinya semakin tinggi prestasi kerja karyawan maka akan semakin tinggi juga promosi tersebut dapat dilakukan.

Demosi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap prestasi kerja yang artinya semakin menurunnya prestasi kerja maka akan semakin tinggi angka demosi yang perlu dilakukan oleh PT. Alva Karya Perkasa cabang Jakarta.

Berdasarkan uji F secara simultan diketahui pengaruh promosi dan demosi terhadap Prestasi kerja dapat disimpulkan bahwa pengaruh promosi dan demosi secara bersama-sama (simultan) terhadap prestasi kerja bernilai signifikan.

Peneliti selanjutnya disarankan memperluas dan menambah sampel mencakup semua kantor cabang dan pusat PT. Alva Karya Perkasa, sehingga mendapatkan hasil yang lebih menyakinkan dan dapat menggunakan variabel lain yang dapat menghasilkan lebih variatif sehingga mencakup lebih luas lagi tentang promosi dan demosi terhadap prestasi kerja karyawan.

E. DAFTAR PUSTAKA

Ginting, B. B. (2021). Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dosen AMIK Medicom. *Remik : Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika*, *5*(2), 284–294. https://doi.org/10.33395/remik.v5i2.11069

Gunawan, G., Nasution, Z. A., Aljuned, R. A., Suwifania, J., & Suhairi. (2023). Pemimpin Inovatif Dalam Manajemen SDM : Membangun Budaya Inovasi yang Berkelanjutan. *Journal of Management, Economic and Accounting (JMEA)*, *2*(2), 72–79. https://doi.org/10.51178/jmea.v2i2.1410

Hariyanti, A. U., & Giantari, I. G. A. K. (2019). Pengaruh Loyalitas, Prestasi Kerja dan Senioritas Terhadap Promosi Jabatan Pada PT Pacto Ltd di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(7), 4505–4532. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i07.p18.

Hatuwe, R. S. M., & Kaimudin, A. (2022). *Variabel Intervening Mengelola Kompensasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Tidak Tetap (PTT)*. Malang : Rena Cipta Mandiri.

Hermawansyah, H., Firdaus, M. A., & Bimo, W. A. (2019). Promosi Kerja Dan Demosi Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, *2*(1), 39–47. https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1864

Hidayat, I., & Daroini, A. (2020). Management Of Human Resources In The Improvement Of Teacher Performance (Study On Mts Sunan Ampel Sumberkima Bali). *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*(1), 28–39. https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v9i1.1089

Hidayat, R., & A. Anwar, S. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia (Study Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Qurrota A'yun). *J-STAF : Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah*, *2*(2), 392–401. https://doi.org/10.62515/staf.v1i2.81

Karnadi, & Pradana, S. W. (2018). Pengaruh Promosi Jabatan, Mutasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Situbundo. *JEBG : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, *16*(2), 1–20.

Kasih, A., & Victor, V. (2022). Pengaruh Promosi Dan Demosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Bingei Agung. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, *7*(1), 73–85. https://doi.org/10.52423/bujab.v7i1.24911

Linawati. (2020). Penilaian Prestasi Kerja (Performance Appraisal). *Investama : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *4*(1), 61–75.

Lukman, Hari, & Alam, S. (2023). Pengaruh Kompensasi, Promosi dan Demosi terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Sekretariat Daerah Kabupaten Luwu Timur. *Ezenza Journal*, *2*(1), 24–37.

Nadiya, Gunawan, Firdaus, & Zarman, N. (2020). Pengaruh Penerapan Promosi dan Demosi terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT . PLN (Persero) Area Banda Aceh. *SI-MEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES Banda Aceh*, *11*(1), 39–50.

Nasrih, M. L. (2010). Analisis Hubungan Kepuasan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, *2*(1), 155–180. https://doi.org/10.15408/aiq.v2i1.2477

Nurfajri, Ibrahim, N., & Ilyas. (2022). Pengaruh Promosi Jabatan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Aceh Syariah KCP Beurawe Banda Aceh. *Jurnal Kimfe*, *1*(1), 1–12.

Santi, S., & Isyanto, P. (2023). Analisis Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Pojok Kafe & Resto. *Jurnal Economina*, *2*(7), 1564–1573. https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.628

Suhairi, Novianti, N., & Suryatna, D. (2020). Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Pegawai Terhadap Promosi Jabatan Pada Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Soppeng. *Metansi : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(2), 68–74. https://doi.org/10.57093/metansi.v3i2.109

Trifena Towoliu, G., Dotulong, L. O., & Lumintang, G. G. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Serta Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *11*(3), 935–945.

Widyani, A. A. D., & Putra, I. W. A. P. (2020). Pengaruh Rekrutmen dan Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Sinarmas Cabang Denpasar. *Jurnal Widya Manajemen*, *2*(1), 80–88. https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i1.551

Zainudin. (2020). Pengaruh Promosi Jabatan dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Dinas Sosial Kabupaten Aceh Tengah. *Biram Samtani Sains*, *4*(1), 1–15. https://doi.org/10.55542/jbss.v4i1.87

OPTIMALISASI TATA LETAK RAK DAN LOKASI SIMPAN BOKS ARSIP UNTUK MENJAGA EFEKTIVITAS TEMU KEMBALI

Kristoforus Raditya Pradana[1)], Nilawati Fiernaningsih[2)], Narocha Mihasu Aisya[3)], Moch Rizaldi Hasan[4)]
[1,2,3,4]Prodi Pengelolaan Arsip dan Rekaman Informasi, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

Correspondence author: Narocha, narochamihasu45@gmail.com, Malang, Indonesia

Abstract

Archives are essential assets for organizations, yet their management is often suboptimal. One common problem is the suboptimal arrangement of archive boxes on shelves during inactive archive management and the ineffective and inefficient retrieval of archive boxes during the retrieval process. This can lead to difficulties in finding the required archives, wasting time, and hindering organizational performance. This study aims to improve the efficiency of arranging archive boxes on shelves and the effectiveness of archive retrieval through optimal planning of storage shelf layouts and archive box storage locations. A qualitative descriptive method is used to collect data through field observations at the Record Center of the Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan and serves as a benchmark for success in designing effective storage shelf layouts. The results of the study show that planning the layout of the shelves makes it easier to arrange inactive archive boxes that have been processed and the design of the storage location of the boxes by determining the identity of the shelves to facilitate retrieval. The recommendation of this study is to implement effective shelf layouts and archive box storage locations to improve archive management and organizational performance.

Keywords: archives, archive management, layout, effectiveness, retrieval

Abstrak

Arsip merupakan aset penting bagi organisasi, namun seringkali pengelolaannya masih belum optimal. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi adalah penataan boks arsip ke rak yang masih belum optimal pada pelaksanaan pengelolaan arsip inaktif dan temu kembali boks arsip yang belum efektif dan efisien pada prosesnya. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam menemukan arsip yang dibutuhkan, membuang waktu, dan menghambat kinerja organisasi. enelitian ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi penataan boks arsip ke rak dan efektivitas temu kembali arsip melalui perencanaan tata letak rak penyimpanan dan lokasi simpan boks arsip yang optimal. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data melalui observasi di lapangan di Record Center Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan dan menjadi tolok ukur keberhasilan dalam menyusun tata letak rak penyimpanan yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan perencanaan tata letak rak memudahkan dalam menata boks arsip inaktif yang telah selesai diolah dan rancangan lokasi simpan boks dengan menentukan identitas rak untuk memudahkan temu kembali. Rekomendasi dari penelitian ini adalah

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

menerapkan tata letak rak dan lokasi simpan boks arsip yang efektif guna meningkatkan pengelolaan arsip dan kinerja organisasi.

Kata Kunci: arsip, manajemen kearsipan, tata letak, efektivitas, temu kembali

A. PENDAHULUAN

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan, "Arsip adalah rekaman kegiatan atau peristiwa dalam berbagai bentuk dan media sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dibuat dan diterima oleh lembaga negara, pemerintahan daerah, lembaga pendidikan, perusahaan, organisasi politik, organisasi kemasyarakatan, dan perseorangan dalam pelaksanaan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara." Arsip memiliki peran penting dalam menyediakan informasi yang diperlukan oleh pimpinan untuk mengambil keputusan serta merancang prosedur kerja yang efisien. Setiap tugas dan aktivitas di kantor memerlukan akses yang cepat, akurat, dan komprehensif terhadap data dan informasi (Hendriyani, 2021).

Arsip dinamis adalah arsip yang aktif digunakan dalam proses penciptaan arsip dan tetap disimpan untuk periode waktu yang ditentukan. Konsep ini memiliki dua aspek utama, yakni fungsi dan tanggung jawab penyimpanan. Pertama, arsip dinamis berfungsi untuk mendukung kegiatan organisasi yang menciptakannya, seperti administrasi, akuntansi, perlindungan hukum, serta kegiatan penelitian dan pengembangan teknologi. Selanjutnya, arsip dinamis harus dikelola sesuai dengan durasi yang telah ditetapkan dalam jadwal retensi arsip yang disusun oleh pihak yang bertanggung jawab atas penciptaan arsip (Gunarto et al., 2022). Konsep ini menegaskan bahwa arsip dinamis hanya relevan selama berguna bagi organisasi yang menciptakannya, dengan penyimpanan yang tidak bersifat permanen. Arsip dinamis dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu arsip dinamis aktif dan arsip dinamis inaktif. Arsip aktif merupakan arsip yang masih sering dipergunakan bagi kelangsungan pekerjaan di kantor. Sedangkan arsip inaktif yaitu arsip yang sudah jarang sekali dipergunakan dalam proses pekerjaan sehari-hari (Wirawanty, 2014).

Kearsipan memainkan peran vital dalam memastikan kelancaran operasional suatu organisasi dengan menjadi sumber dan pusat penyimpanan informasi. Salah satu aspek krusial dari kegiatan kearsipan adalah menjaga penyimpanan informasi secara teratur agar arsip dapat dijaga dengan baik dan dapat diakses kembali dengan mudah. Oleh karena itu, diperlukan manajemen arsip yang efektif. Namun, tidak semua kantor melakukan manajemen arsip dengan baik. Ketiadaan pengendalian terhadap arsip dapat menyebabkan arsip hanya menjadi tumpukan kertas yang tidak teratur dan kehilangan nilai fungsionalnya. Oleh karena itu, pengelolaan yang baik diperlukan untuk memastikan bahwa arsip disimpan dengan benar dan dapat dimanfaatkan secara optimal (Hendriyani, 2021). Arsip yang tidak terkelola dengan baik memiliki dampak seperti kesulitan dalam pengambilan keputusan dan pertanggungjawaban, serta potensi terjadinya kehilangan atau kerusakan arsip, khususnya untuk arsip yang sudah dianggap inaktif. Dengan demikian, sistem penyimpanan memegang peranan penting. Sistem penyimpanan adalah sistem yang dipergunakan pada penyimpanan dokumen agar kemudahan kerja penyimpanan dapat diciptakan dan penemuan dokumen yang sudah disimpan dapat dilakukan dengan cepat bilamana dokumen tersebut sewaktu waktu dibutuhkan (Juliati & Lamingthon, 2021). Sejalan dengan itu, (Ramanda & Indrahti, 2015) menekankan signifikansi pencarian kembali arsip sebagai bagian penting dari kegiatan kearsipan, yang

bertujuan untuk menemukan kembali arsip yang akan dipergunakan dalam proses penyelenggaraan administrasi di suatu instansi.

Temu kembali arsip sangat terkait dengan efektivitas sistem pengelolaan arsip. Apabila sistem pengelolaan arsip tidak optimal, pencarian kembali arsip akan menjadi sulit. Arsip yang menghasilkan informasi membutuhkan temu balik arsip yang cepat. Untuk itu, arsip yang telah disimpan memerlukan alat bantu pencarian, biasanya disebut dengan *finding aids*. Dalam proses temu kembali tersebut, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan informasi dari pengguna, ketersediaan arsip atau informasi, serta kata kunci yang dapat berasal dari pengguna atau arsip itu sendiri. (Sholeh & Muhammad, 2018). Ada aspek lain yang juga perlu dipertimbangkan, yakni prosedur yang dipakai untuk menentukan metode pencarian arsip. Prosedur ini sangat berperan dalam menentukan seberapa efektif dan efisiennya proses pencarian kembali arsip. Temuan kembali arsip dapat meningkatkan kecepatan akses informasi. Akses informasi di dalam konteks kearsipan memiliki makna yang sedikit berbeda, yakni ketersediaan media arsip seperti dokumen, file, dan naskah, serta adanya sarana yang memungkinkan untuk menemukan kembali arsip yang diperlukan (Zuliyanti, 2021). Dalam situasi di mana pengelolaan arsip masih belum optimal saat ini, terutama terkait dengan penyimpanan arsip yang masih kacau, perlunya pengelolaan arsip inaktif menjadi solusi yang relevan untuk memudahkan proses temu kembali arsip.

Menurut (Gunarto et al., 2022), pengelolaan arsip atau dokumen adalah suatu kegiatan bagaimana mengelola dokumen dari suatu instansi maupun korporasi sejak diciptakan/dibuat, diterima, dipergunakan, disimpan, dirawat sampai dengan disusutkan secara efisien dan efektif. Manajemen arsip inaktif adalah pengelolaan arsip inaktif di pusat arsip, dengan menerapkan sistem pengelolaan yang sesuai dengan peraturan dan dijalankan oleh tenaga kerja yang memiliki kompetensi atau keahlian yang memadai, sehingga tujuan dan prinsip-prinsip pengelolaan arsip inaktif dapat tercapai. Pengelolaan arsip inaktif terdapat salah satu tahapan, yaitu tahap finishing, yang mencakup pengeboksan, penataan, dan pelabelan. Tahapan finishing merupakan tahapan terakhir dalam pengelolaan arsip inaktif. Tahapan ini bertujuan untuk mempersiapkan arsip inaktif agar dapat disimpan dan diakses dengan mudah. Proses finishing yang baik akan membantu dalam menjaga keutuhan dan keamanan arsip inaktif. Sebelum melangkah dalam tahap tersebut, perlu adanya perancangan pengaturan tata letak rak penyimpanan boks arsip dan penomoran lokasi simpan. Berdasarkan Peraturan Arsip Nasional Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemeliharaan Arsip Dinamis, lokasi simpan mencakup detail lokasi ruangan dan nomor rak, yang sebelumnya dibuat skema pengaturan lokasi simpan berbentuk kavling untuk pengelompokan penyimpanan sesuai provenance unit pengolah. Kode lokasi simpan boks arsip merupakan sistem penamaan yang digunakan untuk mengidentifikasi lokasi penyimpanan boks arsip di rak

Perencanaan tata letak rak boks arsip dan penomoran lokasi simpan arsip perlu dilaksanakan secara tepat dengan menggunakan teknik yang mudah, efisien, dan konsisten. Data penelitian ini diambil saat Penataan Arsip Inaktif di *Record Center* Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP) karena tata letak rak di tempat tersebut dinilai sudah cukup baik untuk memudahkan temu kembali arsip. Meskipun secara hukum atau teori sistem ini tidak baku, maka pelaksanaan perancangan ini dapat digunakan sebagai referensi pada saat melakukan pengelolaan arsip inaktif dalam hal pengaturan tata letak dan penomoran pada lokasi simpan boks arsip. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi

organisasi dalam mengelola arsip inaktif secara lebih efektif dan efisien.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dalam metode deskriptif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dengan sistematis, faktual, dan akurat mengenai permasalahan tata letak rak dan lokasi penyimpanan boks arsip yang optimal, demi meningkatkan efisiensi dalam proses temu kembali. Data dikumpulkan melalui observasi di lapangan selama 4 bulan, dari 14 Juli 2023 sampai 26 Oktober 2023 ketika melakukan pengelolaan arsip inaktif di *Record Center* Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP). Observasi ini dilakukan untuk mengamati tata letak rak dan lokasi simpan boks arsip yang ada saat ini dari hasil selama melakukan pengelolaan arsip inaktif, serta untuk mengidentifikasi permasalahan yang terkait dengan efektivitas temu kembali. Hasil observasi kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kualitatif. Analisis kualitatif ini dilakukan dengan cara mengkaji data yang diperoleh dari observasi dan kemudian menarik kesimpulan mengenai tata letak rak dan lokasi simpan boks arsip yang optimal guna efektivitas temu kembali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan perencanaan tata letak rak memudahkan dalam menata boks arsip inaktif yang telah selesai diolah. Rancangan lokasi simpan boks dengan menentukan identitas rak untuk memudahkan temu kembali. Tata letak rak yang baik dan lokasi simpan boks yang optimal akan membantu dalam meningkatkan efektivitas temu kembali arsip.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Arsip Inaktif di Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan

Berdasarkan observasi sekaligus ikut serta dalam pengelolaan arsip inaktif yang peneliti lakukan di Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) selama 4 bulan, dari 14 Juli 2023 sampai 26 Oktober 2023. Record Center BPKP merupakan tempat dimana arsip inaktif dari berbagai Unit Pengolah di BPKP disimpan. Peneliti mengamati bahwa kondisi arsip pada Record Center tersebut sudah ditata di dalam boks dan disusun di dalam rak berdasarkan unit pengolah masing-masing, akan tetapi isi didalam boks belum sesuai dengan keterangan yang ada di label (isi berkas dan tahun cipta arsip), berkas yang ada didalam boks beberapa masih kacau dan belum sesuai dengan kode klasifikasi, dan berkas didalam boks juga masih tidak sesuai dengan keterangan pada label boks. Dari kondisi tersebut maka perlu adanya pengelolaan arsip inaktif dengan menerapkan sistem klasifikasi dan penataan yang efisien sesuai standar agar memudahkan pengaksesan atau temu kembali arsip.

Tahapan yang dilakukan saat pengelolaan arsip inaktif meliputi, identifikasi, pemilahan arsip dan non arsip, manuver-pemberkasan arsip dengan mengelompokkan berkas untuk mewujudkan kesatuan fisik dan informasi arsip berdasar pada ketepatan subtansi jenis masalah atau urusan arsip, melakukan entri deskripsi arsip dalam *excel*, dan melakukan penyimpanan arsip dengan menempatkan boks arsip pada rak arsip sesuai lokasi simpan yang sudah ditentukan berdasarkan unit pengolah di Record Center.

Unit Pengolah yang dikerjakan pada proyek pengelolaan arsip inaktif ini adalah Unit Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, Unit Sekretariat Utama, Biro Manajemen Kinerja, Organisasi, dan Tata Kelola (MKOT), Biro Sumber Daya Manusia (SDM), Biro Hukum dan Komunikasi, Biro Umum, Deputi Bidang Pengawasan Penyelenggaraan Keuangan Daerah (PKD), dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Pengawasan

(Puslitbangwas). Dari pengelolaan arsip inaktif di Record Center BPKP, menghasilkan boks arsip dengan jumlah sesuai dengan tabel berikut.

Tabel 1. Perolehan dari Pengeboksan Arsip berdasarkan Unit Pengolah

No.	Unit Pengolah	Jumlah Boks
1	Unit Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan	243
2	Unit Sekretariat Utama	86
3	Biro Manajemen Kinerja, Organisasi, dan Tata Kelola (MKOT)	184
4	Biro Sumber Daya Manusia	171
5	Biro Hukum dan Komunikasi	61
6	Biro Umum	141
7	Deputi Bidang Pengawasan Penyelenggaraan Keuangan Daerah (PKD)	37
8	Pusat Penelitian dan Pengembangan Pengawasan (Puslitbangwas)	83

Dari hasil pengelolaan arsip di Record Center BPKP Tahun 2023 tersebut menghasilkan 1006 boks arsip yang kemudian dapat di dilakukan penataan boks ke rak.

Perencanaan Tata Letak Rak Arsip

Sebelum melakukan penataan boks ke rak, perlu adanya perencanaan tata letak rak arsip pada ruangan Record Center. Tata letak dalam bahasa Indonesia mengacu pada pengaturan atau penempatan elemen-elemen dalam suatu ruang atau bidang Tata letak dalam bahasa Inggris disebut *layout.* Dalam kearsipan, tata letak rak arsip merupakan aspek penting yang memengaruhi efisiensi, keamanan, dan aksesibilitas arsip. Tata letak yang baik akan membantu memaksimalkan ruang penyimpanan, mempermudah pencarian arsip, dan menjaga arsip tetap aman dari kerusakan.

Suatu organisasi tentu melakukan perencanaan ketika akan membangun suatu bangunan. Tata Letak *(Layout)* setiap ruang di dalam bangunan diharapkan seefektif dan seefisien mungkin sesuai maksud dan tujuan dibangunnya bangunan tersebut (Handayani, 2021). Pengaturan Tata Letak pada pengelolaan arsip inaktif di Record Center BPKP adalah seperti gambar 1.

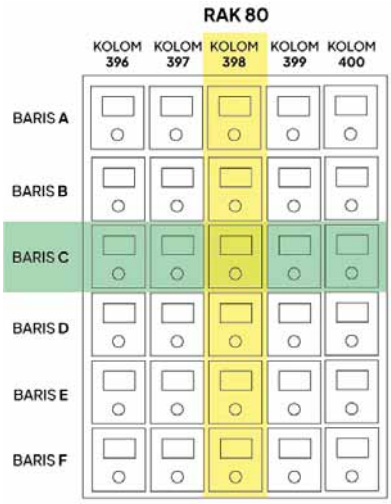
Gambar 1. Denah/Tata Letak Penataan Arsip Inaktif BPKP Pusat

Pada denah tersebut, jumlah rak yang tersedia sejumlah 87 rak statis. Setiap 1 rak dapat mencakup 5 boks arsip disetiap barisnya. Satu rak arsip terdapat 6 baris yang dapat menampung 30 boks arsip, jika dijumlah secara keseluruhan boks yang dapat disimpan pada 1 ruangan record center sejumlah 2.610 boks. Sehingga jumlah boks pada pengelolaan arsip inaktif tersebut mencukupi dengan memakai 36 rak dari 1006 boks arsip. Berdasarkan jumlah rak yang tersedia pada ruangan tersebut, maka sisa rak arsip yang kosong yang masih dapat digunakan sejumlah 53 rak statis dan 1.604 boks.

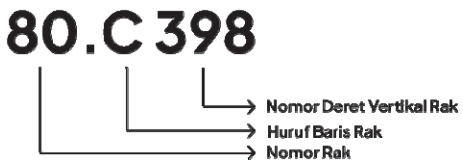
Pengaturan Lokasi Simpan Boks Arsip

Pada pelaksanaan pengelolaan arsip inaktif di Record Center BPKP, lokasi simpan yang digunakan sudah diatur sesuai dengan pengaturan pada gambar 2 dan 3.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)



Gambar 2. Panduan Penentuan Lokasi Simpan Boks Arsip pada rak



Gambar 3. Contoh Penulisan Lokasi Simpan

Terdapat kode Lokasi Simpan yang sudah disusun dengan format Nomor rak, Huruf Baris Rak dari A hingga F, dan Nomor Kolom Rak yang urut dari Rak Nomor 1 (satu) sebagai awal Penomoran kolom rak yang dilanjutkan hingga Nomor Rak terakhir. Dengan adanya kode Lokasi Simpan boks arsip tersebut memudahkan dalam mengetahui lokasi boks arsip secara presisi dan cepat, sehingga temu kembali arsip dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

Penataan Boks Arsip ke Rak

Kegiatan penataan boks arsip ke dalam rak ini dilakukan dengan menempatkan boks arsip pada rak arsip sesuai tata letak rak dan lokasi simpan yang sudah ditentukan, yaitu urut berdasarkan kavling rak unit pengolah BPKP yang telah diatur pada denah yang sudah dibuat. Boks arsip diatur secara berurutan berdasarkan nomornya dan ditempatkan secara vertikal lateral (vertikal berderet ke samping) pada rak arsip, dimulai dari posisi kiri paling atas dan berlanjut ke arah kanan. Penataan boks arsip ke dalam rak arsip dilakukan sesuai urutannya yang disusun berdasarkan Unit Pengolah, Tahun penciptaan, dan nomor boks. Sebagai contoh, Biro Hukum dan Komunikasi Tahun 2002 terdapat 1 boks, kemudian pada deret berikutnya dilanjutkan tahun berikutnya yaitu tahun 2003 yang berjumlah 3 boks, dan seterusnya.

Setelah proses penataan selesai, dilakukan pendataan lokasi simpan boks yang mencakup nomor rak, huruf baris, dan kolom di daftar arsip. Nomor Rak dilihat dari label dan layout rak yang telah disusun oleh Record Center dan untuk nomor kolom terdapat label nomor yang sudah tertera pada atas rak, yang mana urutan penomoran kolom sudah di tentukan oleh Record Center. Penulisan lokasi simpan boks arsip ini kemudian menjadi petunjuk untuk melakukan temu kembali.

Kendala Proses Penataan Arsip Inaktif

Kendala yang dihadapi selama proses penataan arsip inaktif yang pertama yaitu, pada saat kegiatan penataan boks arsip terdapat boks yang terpencar tidak sesuai bidang/unit pengolah yang ingin dicari untuk ditata di rak. Hal ini terjadi karena kurangnya koordinasi dalam pendataan boks. Kendala kedua yaitu, adanya penambahan boks pada salah satu tahun di suatu Unit Pengolah. Hal ini terjadi dikarenakan terdapat arsip pada tahun tersebut yang terlewat untuk diolah. Dari adanya kendala-kendala diatas tentunya diperlukan pemecahan masalah sebagai berikut:

1. Setelah melakukan pengeboksan, boks yang sudah terisi arsip di kumpulkan menjadi satu di tempat yang sama, berdasarkan Unit Pengolah dan tahun. Serta diberi identitas dari kertas kosong bertuliskan tahun dan unit pengolah.
2. Menggeser satu per satu boks yang sudah ditata, hingga boks tambahan tersebut memiliki tempat yang sesuai dengan urutan tahun.

Proses Temu Kembali

Ketika semua dokumen yang diperlukan mudah ditemukan dan dikembalikan ke lokasi semula, keberhasilan dalam melaksanakan pengelolaan arsip menjadi terlihat jelas. Hal ini karena pengelolaan arsip bertujuan untuk memfasilitasi temuan informasi yang relevan dengan cepat. Proses temu kembali ini akan selalu berkaitan dengan alat bantu penemuan kembali arsip dan penyimpanan arsip (Tiara & Husna, 2018). Pelaksanaan Temu Kembali di Record Center Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) adalah sebagai berikut.

1. Alat bantu temu kembali arsip
   Badan pegawasan keuangan dan pembangunan menggunakan *Ms. Excel* yang berisi Daftar Arsip (DA) sebagai alat bantu untuk temu kembali arsip. Daftar arsip pada Ms. Excel ini disajikan dalam bentuk tabel yang berisi data lengkap dari dokumen-dokumen yang diolah.
2. Proses Temu Kembali
   Berdasarkan hasil observasi proses temu kembali arsip inaktif pada Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, yaitu
   a. Peminjam dapat langsung berkunjung pada record center di BPKP setelah itu memberitahukan kepada petugas mengenai arsip yang dibutuhkan.
   b. Petugas arsip mencari arsip menggunakan daftar arsip (DA) pada alat bantu temu kambali yaitu komputer dan *Microsoft Excel.*
   c. Setelah arsip sudah ditemukan kemudian petugas mengambil arsip inaktif pada ruang simpan.
   d. Pengendalian.
   e. Penyimpanan kembali arsip pada tempatnya.

D. PENUTUP

Tata letak rak dan lokasi simpan boks arsip yang baik akan membantu memaksimalkan ruang penyimpanan, mempermudah pencarian arsip, dan menjaga arsip tetap aman dari kerusakan. Penelitian ini dilakukan di Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) dengan mengamati pengelolaan arsip inaktif di Record Center BPKP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata letak rak dan lokasi simpan boks arsip di Record Center BPKP sudah baik dan sesuai dengan standar. Kode lokasi simpan boks arsip memudahkan dalam mengetahui lokasi boks arsip secara presisi dan cepat, sehingga temu kembali arsip dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Boks arsip ditata secara urut di rak arsip berdasarkan nomor boksnya dan diposisikan secara vertikal lateral. Penataan boks arsip dalam rak dilakukan secara sesuai dengan urutannya, yang diatur berdasarkan Unit Pengolah, Tahun penciptaan, dan nomor boks. Record Center BPKP menggunakan Ms. Excel yang berisi Daftar Arsip (DA) sebagai alat bantu untuk temu kembali arsip. Proses temu kembali arsip di BPKP terbilang efektif dan efisien. Meskipun demikian dalam proses penataan arsip inaktif ini masih terdapat kendala namun terdapat solusi yang dapat menyelesaikan kendala tersebut dan dapat dijadikan bahan evaluasi dalam penataan arsip inaktif di masa depan.

Penelitian ini merekomendasikan agar BPKP terus menjaga dan meningkatkan tata letak rak dan lokasi simpan boks arsip, serta melakukan pemutakhiran alat bantu temu kembali arsip agar proses temu kembali arsip semakin efektif dan efisien.

E. DAFTAR PUSTAKA

Gunarto, I., Mudalsih, D., & Kusmayadi, E. (2022). *Manajemen Pusat Arsip, Edisi Ketiga*. Tangerang : Universitas Terbuka.

Handayani, T. (2021). Perencanaan Desain Tata Ruang Arsip Perguruan Tinggi: Sebuah Kajian Teoritis. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan*

Informasi, *5*(2), 315–328. https://doi.org/10.14710/anuva.5.2.315-328

Hendriyani, M. (2021). Pemberkasan Arsip Dinamis Aktif Di Subbagian Persuratan Dan Arsip Aktif Pada Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI). *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, *10*(1), 11–17. https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no01.80

Juliati, R., & Lamingthon, N. (2021). Pelaksanaan Manajemen Arsip Dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Camat Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin. *JIANA: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, *19*(3), 262–281. https://doi.org/10.46730/jiana.v19i3.8012

Ramanda, R. S., & Indrahti, S. (2015). Analisis Pengelolaan Arsip Inaktif Terhadap Temu Kembali Arsip Di Pusat Arsip (Record Center) Politeknik Negeri Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, *4*(3), 211–220. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/9741

Sholeh, M., & Muhammad, L. H. (2018). Efektifitas Temu Kembali dalam Pengelolaan Arsip Berbasis Teknologi Informasi. *Multimedia & Artificial Intelligence*, *1*, 116–125. http://papersmai.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/smai/article/view/18%0Ahttp://papersmai.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/smai/article/download/18/14

Tiara, F. M., & Husna, J. (2018). Analisis Alih Media Arsip Aktif Personal File Untuk Temu Kembali Arsip di PT Sucofindo Cabang Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, *7*(4), 141–150.

Wirawanty, F. (2014). Tata Kelola Penyimpanan Arsip Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Penemuan Kembali Arsip di Kantor Perpustakaan Umum dan Arsip Kabupaten Pamekasan. *JPAP : Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, *2*(2), 1–16.

Zuliyanti, F. (2021). Pengolahan Arsip Dinamis Inaktif Sebagai Upaya Efektivitas dan Efisiensi Temu Kembali Arsip di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Bantul. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, *1*(3), 241–258. https://doi.org/10.24198/inf.v1i3.35257

DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z

Tannia Regina
Prodi Teknik Elektro Fakultas Teknologi ITB Swadharma Jakarta

Correspondence author: T. Regina, tannia.regina300689@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

This research aims to investigate the impact of social media on the purchasing decisions of Generation Z consumers. Generation Z is a group of consumers born between mid-1997 and early 2012, who have grown up with digital technology and social media as an important part of their lives. Quantitative research methods were used to collect data from Generation Z respondents through online surveys. The research results show that social media has a significant impact on the purchasing decisions of Generation Z consumers. They tend to frequently use social media to search for information about products and services, read reviews from other customers, and follow influencers they like. and use the platform to search for product information before making a purchase. In addition, content posted by brands or influencers on social media also influences Generation Z consumer perceptions and preferences for products. This research has an important impression for marketers and companies in designing effective marketing strategies to reach and influence Generation Z consumers. By understanding how social media influences their purchasing behavior, marketers can optimize their brand presence on these platforms and build stronger relationships with consumers Generation Z.

Keywords: social media, purchasing decisions, generation z

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok konsumen yang lahir antara pertengahan 1997 hingga awal 2012, yang telah tumbuh dengan teknologi digital dan media sosial sebagai bagian penting dari kehidupan mereka. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data dari responden Generasi Z melalui survei online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Mereka cenderung sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang produk dan jasa, membaca ulasan dari pelanggan lain, dan mengikuti influencer yang mereka sukai. serta menggunakan platform tersebut untuk mencari informasi produk sebelum melakukan pembelian. Selain itu, konten yang diposting oleh merek atau influencer di media sosial juga memengaruhi persepsi dan preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pemasar dan perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau dan mempengaruhi konsumen Generasi Z. Dengan memahami bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku pembelian mereka,

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

pemasar dapat mengoptimalkan kehadiran merek mereka di platform tersebut dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen Generasi Z.

Kata Kunci: media sosial, keputusan pembelian, generasi z

A. PENDAHULUAN

Media sosial adalah sarana atau wadah yang digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan kan oleh perusahaan sebagai media pemasaran (Levrant & Wulansari, 2024).

Media sosial memiliki karakteristik yaitu: (1) Keterhubungan: Media sosial memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan orang lain, baik teman, keluarga, maupun kenalan baru. (2) Interaktivitas: Pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan orang lain melalui berbagai cara, seperti komentar, pesan, dan like. (3) Konten yang Dihasilkan Pengguna: Konten di media sosial sebagian besar dibuat oleh penggunanya sendiri, bukan oleh platformnya. (4) Berbagi: Pengguna media sosial dapat berbagi berbagai jenis konten, seperti teks, foto, video, dan audio. (5) Keterbukaan: Media sosial umumnya bersifat terbuka, sehingga informasi yang dibagikan dapat dilihat oleh banyak orang. (6) Kecepatan: Informasi di media sosial dapat menyebar dengan cepat dan mudah (Hamirul et al., 2022).

Media sosial memiliki dampak positif dan negatif bagi penggunanya dan masyarakat. Dampak positifnya termasuk: (1) Meningkatkan komunikasi dan koneksi antar individu; (2) Membangun komunitas dan gerakan sosial; (3) Mendukung kampanye dan advokasi; (4) Menjadi platform untuk edukasi dan pembelajaran. Sedangkan dampak negatif media sosial termasuk: (1) Ketergantungan dan kecanduan media sosial; (2) *Cyberbullying* dan pelecehan online; (3) Penyebaran informasi yang salah dan hoaks; (4) Privasi dan keamanan data yang berisiko (Cahyono, 2016).

Keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan (Yusuf, 2021). Tahap-tahap Pembelian Konsumen, yaitu: (1) Tahap Pra-pembelian, pada tahap ini, konsumen menyadari kebutuhan atau keinginan mereka, mencari informasi tentang produk dan jasa yang tersedia, dan mengevaluasi alternatif yang ada; (2) Tahap Pembelian, pada tahap ini, konsumen memutuskan untuk membeli produk atau jasa tertentu, melakukan transaksi pembelian, dan menerima produk atau jasa tersebut; (3) Tahap Pasca-pembelian, pada tahap ini, konsumen mengevaluasi produk atau jasa yang telah dibeli, mengalami konsekuensi dari pembelian, dan mungkin melakukan tindakan pasca-pembelian seperti pengembalian atau keluhan (Maharani, 2015).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen, yaitu : (1) Faktor Internal, faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen, seperti kebutuhan, keinginan, motivasi, kepribadian, gaya hidup, dan nilai-nilai; (2) Faktor Eksternal, Faktor-faktor yang berasal dari luar diri konsumen, seperti pengaruh budaya, sosial, ekonomi, dan teknologi (Nisaa, 2018).

Menurut para ahli, konsumen Generasi Z adalah kelompok konsumen yang lahir antara tahun 1995 dan 2010 (Nurhalim, 2022). Mereka memiliki karakteristik dan perilaku yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, seperti: (1) Memahami dan terbiasa dengan teknologi karena generasi Z lahir di era digital dan terbiasa menggunakan teknologi sejak kecil. Mereka mahir dalam menggunakan internet,

media sosial, dan perangkat mobile. Hal ini membuat mereka menjadi konsumen yang *tech-savvy* dan selalu mencari informasi online sebelum melakukan pembelian. Konten yang diposting oleh merek atau *influencer* di media sosial juga memengaruhi persepsi dan preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk (Dewi et al., 2023); (2) Menghargai Keaslian dan Transparansi, Generasi Z lebih menyukai merek yang asli. Mereka ingin mengetahui nilai-nilai dan misi di balik merek tersebut, dan mereka menghargai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Nurhalim, 2022); (3) Mencari Pengalaman yang Unik dan Personal, Generasi Z lebih tertarik pada pengalaman yang unik dan personal daripada produk yang biasa-biasa saja. Mereka ingin merasakan koneksi dengan merek dan produk yang mereka beli; (4) Peduli Terhadap Isu Sosial dan Lingkungan, Generasi Z adalah generasi yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan. Bagi mereka, berbelanja tidak hanya tentang produk, tetapi juga tentang mendukung misi yang lebih besar (Sukeni et al., 2023); (5) Memilih Berbelanja Online, Generasi Z lebih memilih untuk berbelanja online dari pada di toko fisik. Mereka menyukai kenyamanan dan kemudahan berbelanja online, dan mereka juga dapat menemukan lebih banyak pilihan dan harga yang lebih murah secara online (Utamanyu & Darmastuti, 2022); (6) Manfaatkan Media Sosial untuk Berbelanja, Generasi Z sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang produk dan jasa, membaca ulasan dari pelanggan lain, dan mengikuti influencer yang mereka sukai. Media sosial juga menjadi platform yang efektif bagi merek untuk menjangkau dan terhubung dengan konsumen Generasi Z. Menggunakan platform tersebut untuk mencari informasi produk sebelum melakukan pembelian (Khairunnisa & Heriyadi, 2023); (7) Memilih Merek yang Mendukung Nilai Mereka, Generasi Z lebih memilih untuk membeli produk dari merek yang mendukung nilai-nilai yang mereka pegang teguh, seperti keberlanjutan, keadilan sosial, dan kesejahteraan hewan (Santoso & Triwijayati, 2018); (8) Memilih Merek yang Berkomunikasi dengan Mereka Secara Otentik, Generasi Z ingin merek berkomunikasi dengan mereka secara otentik dan tulus. Mereka tidak menyukai iklan yang bombastis dan manipulatif (Putriana & Kholil, 2024); (9) Menghargai Kecepatan dan Kemudahan, Generasi Z menghargai kecepatan dan kemudahan dalam berbelanja. Mereka ingin proses pembelian yang cepat dan mudah, dan mereka tidak ingin menunggu lama untuk mendapatkan produk yang mereka beli (Nurhalim, 2022); (10) Mengutamakan kualitas daripada harga murah, Generasi Z bersedia membayar lebih untuk produk yang berkualitas tinggi dan tahan lama. Mereka tidak ingin membeli produk yang murah tapi tidak berkualitas (Santoso & Triwijayati, 2018).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 15 responden Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan membeli produk. Metode kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan menyeluruh, dalam hal ini dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Metode deskriptif dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan fenomena tersebut secara detail dan apa adanya (Sugiyono, 2021).

Kriteria nara sumber sebagai responden penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Demografi: Usia 18-25 tahun, Laki-laki dan perempuan, berdomisili di Indonesia, pendidikan minimal SMA/SMK, dan pekerjaan beragam (mahasiswa, karyawan, wirausahawan, dll.).

2. Penggunaan Media Sosial: pengguna aktif media sosial, mengikuti akun merek di media sosial, dan pernah membeli produk atau layanan melalui media sosial.
3. Keterbukaan dan Kemampuan Berkomunikasi: Berbagi pengalaman dan pendapat mereka tentang media sosial dan mampu berkomunikasi dengan jelas.

Daftar Pertanyaan

Berikut adalah daftar pertanyaan yang diajukan ke responden :

1. Kriteria Penggunaan Media Sosial
   a. Bagaimana Anda memanfaatkan media sosial dalam pekerjaan Anda?
   b. Berapa lama Anda biasanya menggunakan media sosial setiap hari?
   c. Platform media sosial apa yang paling sering Anda gunakan?
2. Kriteria Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian
   a. Pernahkah Anda membeli produk atau layanan melalui media sosial?
   b. Apa yang biasanya Anda beli melalui media sosial?
   c. Menurut Anda, apa saja faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Anda di media sosial?
3. Kriteria Jenis Konten Media Sosial yang Berpengaruh:
   a. Apakah Anda pernah mengalami penipuan atau informasi yang menyesatkan terkait pembelian di media sosial?
   b. Jenis konten media sosial apa yang paling memengaruhi keputusan pembelian Anda?
   c. Seberapa besar pengaruh ulasan produk, rekomendasi influencer, dan iklan di media sosial terhadap keputusan pembelian Anda?
4. Kriteria Pengalaman dan Persepsi:
   a. Bisakah Anda ceritakan tentang pengalaman positif Anda dengan media sosial terkait pembelian?
   b. Bisakah Anda ceritakan tentang pengalaman negatif Anda dengan media sosial terkait pembelian?
   c. Apa yang Anda sukai dan tidak sukai dari media sosial terkait dengan pembelian?.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 15 responden Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan membeli produk.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Dampak tersebut dapat dikategorikan menjadi beberapa aspek, yaitu:

1. Sumber Informasi

Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi konsumen Generasi Z dalam mencari informasi tentang produk dan brand sebelum membeli. Konsumen Generasi Z memanfaatkan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, untuk mencari ulasan produk, testimoni pengguna lain, dan perbandingan harga.

2. Sarana Promosi

Media sosial menjadi sarana promosi yang efektif bagi *brand* untuk menjangkau konsumen Generasi Z. *Brand* memanfaatkan berbagai strategi pemasaran digital, seperti iklan bersponsor, konten *influencer*, dan *giveaway*, untuk menarik perhatian dan mendorong pembelian konsumen Generasi Z.

3. Pembentukan Citra Brand

Media sosial menjadi platform bagi *brand* untuk membangun citra dan reputasi di mata konsumen Generasi Z. *Brand* yang aktif berinteraksi dengan konsumen di media sosial, memberikan konten yang menarik dan informatif, serta menunjukkan

kepedulian terhadap isu-isu sosial, cenderung memiliki citra *brand* yang positif dan dipercaya oleh konsumen Generasi Z.

4. Pengalaman Berbelanja

Media sosial memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan interaktif bagi konsumen Generasi Z. Konsumen Generasi Z dapat berbelanja langsung melalui platform media sosial, seperti Instagram *Shopping* dan Facebook *Marketplace*, serta berinteraksi dengan penjual dan sesama pembeli melalui komentar dan pesan pribadi.

5. Keputusan Pembelian

Media sosial secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Konsumen Generasi Z lebih cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh *influence*r di media sosial, mengikuti tren yang populer di media sosial, dan membeli produk dari *brand* yang memiliki citra merek yang positif di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Media sosial mempengaruhi konsumen Generasi Z dalam berbagai tahap proses pembelian, mulai dari mencari informasi tentang produk, mempertimbangkan pilihan, hingga membuat keputusan pembelian.

1. Pencarian Informasi

Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi konsumen Generasi Z dalam mencari informasi tentang produk. Konsumen Generasi Z menggunakan media sosial untuk membaca ulasan produk, menonton video produk, dan mengikuti *influencer* yang mereka sukai. Informasi yang diperoleh dari media sosial membantu konsumen Generasi Z dalam memahami fitur, manfaat, dan kualitas produk sebelum membeli.

2. Pertimbangan Pilihan

Media sosial membantu konsumen Generasi Z dalam mempertimbangkan pilihan produk yang tersedia. Konsumen Generasi Z dapat membandingkan harga, fitur, dan manfaat produk dari berbagai merek melalui media sosial. Mereka juga dapat membaca komentar dan testimoni dari pengguna lain untuk membantu mereka dalam membuat keputusan pembelian.

3. Keputusan Pembelian

Media sosial dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen Generasi Z secara langsung maupun tidak langsung. Rekomendasi influencer terpercaya di media sosial dapat memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z, terutama untuk produk yang mereka minati. Media sosial juga dapat membantu konsumen Generasi Z dalam menemukan penawaran dan diskon produk yang menarik.

Pembahasan Hasil Analisis Data

Media sosial bukan lagi sekadar platform untuk bersosialisasi, tapi juga kekuatan pendorong utama di balik keputusan pembelian Gen Z. Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi konsumen Generasi Z dalam mencari informasi tentang produk, mempertimbangkan pilihan, dan membuat keputusan pembelian.

Penggunaan media sosial oleh konsumen Generasi Z memiliki beberapa implikasi bagi pemasar. Dengarkan apa yang mereka bicarakan, ikuti tren yang mereka sukai, dan tunjukkan bahwa kamu mengerti mereka. Itulah cara menjangkau Gen Z di media sosial. Bekerjasamalah dengan *influencer* media sosial yang populer di kalangan Gen Z untuk meningkatkan jangkauan merek dan membangun kredibilitas.

Berikut adalah beberapa implikasi dari hasil penelitian ini:

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek

Media sosial terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan konsumen Generasi Z. Platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sarana utama bagi merek untuk menjangkau dan membangun hubungan dengan konsumen Generasi Z. Konten yang

menarik, informatif, dan interaktif di media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek dan mendorong konsumen Generasi Z untuk mempertimbangkan produk atau layanan yang ditawarkan.

2. Dampak Media Sosial Terhadap Pertimbangan Pembelian

Influencer media sosial yang mereka kagumi dan ikuti dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi penting bagi Gen Z dalam memilih produk. Ulasan produk, rekomendasi *influencer*, dan testimoni dari pengguna lain di media sosial dapat menjadi sumber informasi yang berharga bagi konsumen Generasi Z dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen Generasi Z cenderung mempercayai informasi yang berasal dari sumber-sumber autentik dan *relatable* di media sosial dibandingkan dengan iklan tradisional.

3. Media Sosial sebagai Platform Interaksi dan Konversi

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk membangun kesadaran merek dan mempengaruhi pertimbangan pembelian, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk interaksi dan konversi. Merek dapat menggunakan media sosial untuk menjalin komunikasi langsung dengan konsumen Generasi Z, menjawab pertanyaan, dan menyelesaikan keluhan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta mendorong konversi penjualan.

4. Pentingnya Konten yang Menarik dan Interaktif

Berdasarkan temuan penelitian ini, konten yang menarik dan interaktif di media sosial merupakan kunci untuk menjangkau dan menarik perhatian konsumen Generasi Z. Merek perlu memahami preferensi dan kebiasaan media sosial konsumen Generasi Z untuk menciptakan konten yang relevan dan engaging. Konten visual seperti video dan gambar, serta konten yang bersifat interaktif seperti polling dan kuis, terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian konsumen Generasi Z.

5. Kolaborasi dengan *Influencer* Generasi Z

Kolaborasi ini dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan merek di kalangan konsumen Generasi Z. *Influencer* yang memiliki reputasi baik dan pengikut yang loyal dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, membangun kepercayaan, dan mendorong pembelian produk atau layanan.

6. Pemanfaatan Data dan Analisis Media Sosial

Merek perlu memanfaatkan data dan analisis media sosial untuk memahami tren, perilaku, dan preferensi konsumen Generasi Z. Data ini dapat digunakan untuk menyempurnakan strategi media sosial, menargetkan iklan dengan lebih tepat, dan mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen Generasi Z.

7. Adaptasi dengan Perkembangan Teknologi dan Media Sosial

Teknologi dan media sosial terus berkembang dengan pesat. Merek perlu beradaptasi dengan perubahan ini dan selalu mengikuti tren terbaru agar dapat tetap relevan dan kompetitif di pasar Generasi Z. Merek perlu terus berinovasi dan mengeksplorasi platform dan format media sosial baru untuk menjangkau konsumen Generasi Z dengan lebih efektif.

8. Pentingnya Etika dan Transparansi di Media Sosial

Merek perlu membangun hubungan yang tulus dan transparan dengan konsumen Generasi Z di media sosial. Konsumen Generasi Z menghargai merek yang autentik dan etis dalam praktiknya. Merek perlu menghindari praktik penipuan atau menyesatkan di media sosial, dan selalu berusaha untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen.

9. Membangun Komunitas Online yang Kuat

Merek dapat membangun komunitas online yang kuat di media sosial untuk menumbuhkan loyalitas dan keterlibatan konsumen Generasi Z. Komunitas online dapat menjadi platform untuk bertukar

informasi, berbagi pengalaman, dan membangun hubungan antar konsumen. Merek dapat berperan sebagai fasilitator dalam komunitas online ini dan mendorong interaksi antar anggota.

10. Pemanfaatan Media Sosial untuk Layanan Pelanggan

Media sosial dapat digunakan sebagai platform untuk menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan personal. Konsumen Generasi Z menghargai kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan layanan pelanggan. Merek perlu memastikan bahwa mereka memiliki tim yang responsif dan kompeten untuk menangani pertanyaan dan keluhan konsumen melalui media sosial.

D. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. Media sosial memengaruhi konsumen Generasi Z dalam berbagai tahap proses pembelian, mulai dari mencari informasi tentang produk, mempertimbangkan pilihan, hingga membuat keputusan pembelian.

Dengarkan apa yang mereka bicarakan, ikuti tren yang mereka sukai, dan tunjukkan bahwa kamu mengerti mereka. Itulah cara menjangkau Gen Z di media sosial. Pemasar dapat menggunakan media sosial untuk membuat konten yang menarik dan informatif, berkolaborasi dengan influencer, dan menawarkan penawaran dan diskon yang menarik bagi konsumen Generasi Z.

Beberapa pengaruh dari hasil penelitian ini yaitu bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran merek di kalangan konsumen Generasi Z, media sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi pertimbangan pembelian konsumen Generasi Z, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk interaksi dan konversi, media sosial dapat membangun hubungan yang kuat dengan Generasi Z, pemanfaatan data dan analisis media sosial penting untuk memahami tren, perilaku, dan preferensi konsumen Generasi Z. Bangun komunitas online yang kuat penting untuk menumbuhkan loyalitas dan keterlibatan konsumen Generasi Z. Manfaatkan media sosial untuk layanan pelanggan untuk memberikan layanan yang responsif dan personal.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti jumlah responden yang kecil dan fokus pada satu negara. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk meneliti dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di negara lain, serta melakukan penelitian dengan fokus pada aspek-aspek tertentu dari dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z, seperti pengaruh media sosial terhadap loyalitas merek atau pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian impulsif.

E. DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, *9*(1), 140–157. https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79

Dewi, N. N. A. S., Aristawati, N. P. W., Sriani, N. M., Astini, N. P. T., & Mitariani, N. W. E. (2023). Meningkatkan Literasi Digital bagi Generasi Z Untuk Mewujudkan Generasi Emas. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar*, 1–11.

Hamirul, Zulkifli, Alhidayat, N., & Elsyra, N. (2022). Viral Dulu, Usut Kemudian (Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial). *JPDSH : Urnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, *1*(3), 521–526. https://doi.org/10.53625/jpdsh.v1i3.1178

Khairunnisa, I., & Heriyadi. (2023). Generasi Z, Pemasaran Sosial Media,

dan Perilaku Pembelian Impulsifnya pada Produk Fashion. *Prosiding Management Business Innovation Conference*, 17–29.

Levrant, K. D., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement di Khas Ombilin Hotel. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, *2*(1), 23–37. https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i1.1719

Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, *12*(1), 59–75. https://doi.org/10.29313/performa.v0i1.3043

Nisaa, A. F. L. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal "SS" Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*, *7*(5), 1–10. https://doi.org/10.21831/jcet.v7i5.13404

Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, *10*(2), 26–41. https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204

Putriana, R., & Kholil, S. (2024). Analisis Trik dan Teknik Marketing Generasi Z dalam Mempromosikan Produk Somethinc di Instagram. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)*, *5*(2), 1676–1684. https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.744

Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, *11*(3), 231–242. https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.231

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.

Sukeni, K., Anynussyawiby, & Anggul, G. (2023). Peran Generasi Z dalam Mendukung Sustainable Development Goals Melalui Pengembangan Ekonomi Hijau Menuju Indonesia Emas 2045. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 156–163.

Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Scriptura : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, *12*(1), 58–71. https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71

Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal*, *2*(1), 472–481.

PENGARUH BUDAYA KERJA *ANZEN DAI ICHI* TERHADAP KESEJAHTERAAN TENAGA KERJA INDONESIA PADA PERUSAHAAN JEPANG (DAIWA HOUSE)

Sri Yusrina[1)], Ananda Prathama Saputra[2)], Hafidz Sidqi Riupassa[3)], A. Nurfitriana[4)], Galih Ario Prayudo[5)], Muhammad Farhan Alkautsar[6)], Aria Wardana[7)], Humannisa Rubina Lestari[8)]

[1,2,3,4,5,6,7]Program Studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, Institut Pertanian Bogor
[8]Program Studi Manajemen, Universitas Mercu Buana

Correspondence author: S.Yusrina, sriyusrina@apps.ipb.ac.id, Bogor, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to understand how the *Anzen Dai Ichi* work culture impacts the well-being of Indonesian employees in Japanese companies. This study uses quantitative methods. In this research, samples were collected through non-probability sampling methods, and respondents were selected through purposive sampling. The data analysis method used in this study is linear regression. The results of the linear regression analysis indicate that the *Anzen Dai Ichi* work culture at Daiwa House Company has a positive and significant impact of 18.09% on the well-being of Indonesian employees, with the remaining 81.91% being influenced by other factors or variables.

Keywords: work culture, Anzen Dai Ichi, well-being worker

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya kerja Anzen Dai Ichi berdampak pada kesejahteraan karyawan Indonesia di perusahaan Jepang. Studi ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini, sampel dikumpulkan melalui metode sampling non-probability, dan responden dipilih melalui metode sampling purposive. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa budaya kerja Anzen Dai Ichi di Perusahaan Daiwa House memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 18,09% terhadap kesejahteraan karyawan Indonesia, 81,91% sisanya dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

Kata Kunci: budaya kerja, Anzen Dai Ichi, kesejahteraan tenaga kerja

A. PENDAHULUAN

Budaya kerja biasanya merupakan sebuah pernyataan filosofis yang berfungsi sebagai panduan atau standar yang harus diikuti oleh para pekerja atau karyawan (Sari et al., 2016). Budaya kerja yang positif akan membentuk budaya perusahaan yang baik, menunjukkan bahwa budaya tersebut telah mengakar kuat dan dapat dijiwai serta diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu, budaya kerja memiliki dampak signifikan pada kesejahteraan karyawan, di mana karyawan yang lebih sejahtera

cenderung memiliki peningkatan produktivitas dan kinerja, yang pada gilirannya memberikan dampak positif pada keseluruhan perusahaan (Azis et al., 2022). Kesejahteraan karyawan juga menjadi salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan karyawan. Kesejahteraan karyawan mencakup imbalan jasa tambahan, baik material maupun non-material, yang diberikan sesuai dengan kebijakan dan peraturan (Suyono, 2019). Sedangkan kesejahteraan berarti kondisi terpenuhinya kebutuhan fisik dan spiritual secara relatif dan terdapat rasa aman dalam menikmatinya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Matsuyama, 2023) Negara Jepang berada pada urutan terakhir dalam survei peringkat global tentang kesejahteraan pekerja atau karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Jepang kurang memperhatikan kesejahteraan pekerjanya, walaupun di sisi yang lain, gaji yang diberikan cukup tinggi.

Tinjauan literatur sebelumnya telah menggali keterkaitan antara budaya kerja *Anzen Dai Ichi* dan kesejahteraan tenaga kerja dalam berbagai situasi perusahaan Jepang. Salah satunya, sebuah penelitian oleh (Zhang et al., 2023) meneliti pengaruh penerapan budaya kerja *Anzen Dai Ichi* terhadap keselamatan kerja dan kepuasan karyawan di sejumlah perusahaan manufaktur Jepang. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip *Anzen Dai Ichi* cenderung mengalami penurunan tingkat kecelakaan kerja dan peningkatan kepuasan kerja di kalangan karyawan mereka.

Selain itu, sebuah studi yang dilakukan oleh (Akbar & Sinaga, 2023) menganalisis dampak keselamatan kerja (*Anzen Dai Ichi*) dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Penelitian menunjukkan bahwa keselamatan dan kesehatan kerja membawa dampak yang positif dan signifikan pada kinerja karyawan, baik secara langsung ataupun dengan peningkatan kepuasan kerja.

Budaya kerja merujuk pada seperangkat norma, nilai, keyakinan, dan praktik-praktik yang membentuk pola perilaku dan interaksi di dalam sebuah organisasi (Mukrodi, 2023). Budaya kerja memiliki peran penting dalam membentuk identitas organisasi, menentukan norma perilaku yang diterima, serta mempengaruhi kesejahteraan dan kinerja karyawan. Salah satu aspek kunci dari budaya kerja yang sering ditekankan adalah keselamatan dan keamanan di tempat kerja, yang mencakup adopsi nilai-nilai dan praktik-praktik yang mendukung pengurangan risiko dan perlindungan karyawan dari bahaya di lingkungan kerja.

Anzen Dai Ichi merupakan konsep yang berasal dari bahasa Jepang yang secara harfiah dapat diartikan sebagai "keselamatan adalah yang utama". Prinsip ini telah diterapkan di berbagai perusahaan Jepang, terutama di sektor manufaktur, yang menekankan pentingnya keselamatan dan kesejahteraan karyawan sebagai prioritas utama (Susilawati, 2016). Konsep ini mencakup berbagai aspek seperti manajemen risiko, pelatihan keselamatan, partisipasi karyawan, komunikasi terbuka, dan peningkatan proses kerja yang aman. Di Jepang, keselamatan sudah menjadi prioritas utama dan sering diintegrasikan secara mendalam ke dalam budaya kerja. Prosedur yang ketat dan penerapan aturan umumnya ditekankan. Sementara di Indonesia, kesadaran akan keselamatan seringkali masih dalam proses pengembangan, terutama dalam hal menerapkan standar dan prosedur yang ketat (Atiyah & Wibowo, 2023).

Konsep kesejahteraan dalam penelitian ini meliputi dimensi mental, fisik, dan sosial dari kesejahteraan tenaga kerja. Faktor-faktor seperti kepuasan kerja, lingkungan, motivasi, fasilitas, dan pengakuan atas kontribusi karyawan dianggap penting dalam memengaruhi kesejahteraan fisik dan psikologis mereka (Usman et al., 2023). Teori ini menekankan pentingnya lingkungan kerja yang aman, dukungan

sosial, dan keseimbangan antara beban kerja dan penghargaan sebagai faktor-faktor yang berkontribusi pada kesejahteraan tenaga kerja.

Dari tinjauan literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya kerja *Anzen Dai Ichi* memiliki dampak terhadap kesejahteraan tenaga kerja di perusahaan Jepang. Implikasi dari prinsip ini termasuk peningkata kepuasan kerja, penurunan kecelakaan kerja, dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik di antara karyawan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan-perusahaan, termasuk Daiwa House, untuk menerapkan dan memperkuat budaya kerja *Anzen Dai Ichi* guna meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas tenaga kerja di lingkungan kerja mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan kebenaran hal tersebut dengan melihat tingkat kesejahteraan tenaga kerja Indonesia yang bekerja pada perusahaan Jepang yaitu Daiwa House. Perusahaan Daiwa House merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dibidang agen properti, manufaktur, dan layanan perbaikan. Daiwa House sendiri menerapkan budaya *Anzen Dai Ichi.* Tingkat kesejahteraan tenaga kerja Indonesia berdasarkan etos kerja tersebut diukur dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sampel dengan harapan sampel dapat memberikan jawaban dengan skala 1-5 mengenai *experience* pekerja dari beberapa elemen kesejahteraan (Sugiyono, 2021).

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini berdasar pada pendekatan positivistik atau data konkret, metode ini menggunakan data penelitian dalam bentuk angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan alat uji statistik untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2021). Dari penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa tujuan utamanya adalah untuk mengukur tingkat pengaruh budaya kerja khususnya *Anzen Dai Ichi* terhadap kesejahteraan tenaga kerja Indonesia pada perusahaan Daiwa House.

Tinjauan literatur sebelumnya menjadi dasar bagi pemilihan variabel dalam penelitian ini. Variabel yang mengalami perubahan atau mempengaruhi variabel dependen disebut sebagai variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2021). Penelitian ini memanfaatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu pengaruh budaya kerja *Anzen Dai Ichi* (X) dan kesejahteraan tenaga kerja Indonesia pada perusahaan Daiwa House (Y).

Populasi yang terlibat dalam studi ini melibatkan seluruh tenaga kerja Indonesia yang bekerja pada perusahaan Daiwa House dengan sampel hanya sebanyak 30 orang. Jumlah sampel tersebut merupakan standar minimum pengambilan sampel penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2021) berdasarkan pertimbangan praktis dan metodologis. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik yaitu *purposive sampling*. Sementara itu, data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan platform Google Form. Kuesioner tersebut disebar kepada 30 karyawan Indonesia yang bekerja di perusahaan tersebut sebagai sumber data primer. Pada kuesioner ini menggunakan pengukuran likert dengan skala 1-5, setelah data terkumpul, data akan dilakukan uji statistik.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis data menggunakan teknik uji regresi linear sederhana. untuk mengevaluasi hubungan antara variabel dependen atau terikat dan variabel independent atau bebas. Uji regresi linear sederhana tersebut menggunakan *margin of error* sebesar 5% memastikan bahwa sampel 30 orang tersebut memiliki tingkat kepercayaan 95%.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Sebelum melakukan uji regresi linear sederhana, data yang terkumpul harus melewati tahap uji validitas dan reliabilitas untuk menilai keabsahan pertanyaan dalam setiap instrument (Ghozali, 2018). Selanjutnya, tingkat signifikansi penelitian ini akan diukur dengan memanfaatkan uji statistik, dengan tingkat signifikansi (α) yang digunakan sebesar 0,05 atau 5%, Evaluasi tingkat signifikansi akan dilakukan menggunakan uji F. Validitas penelitian akan terpenuhi jika nilai Sig F kurang dari atau sama dengan 0,05, sesuai dengan konsep yang dijelaskan (Sugiyono, 2021). Hasil dari uji F akan menentukan variabel budaya kerja *Anzen Dai Ichi* di perusahaan Daiwa House memberikan dampak yang penting bagi pekerja Indonesia yang bekerja di sana atau tidak.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. Teknik ini merupakan sebuah metode sampling *non probability sampling* dimana sampel diperoleh berdasarkan kesesuaian karakteristik atau kriteria responden (Lenaini, 2021). Dari sampel yang memenuhi kriteria *Purposive Sampling,* didapat 30 Tenaga Kerja Indonesia yang bersedia menjadi responden. Sebanyak 18 tenaga kerja atau 60% berjenis kelamin laki-laki, sementara sisanya sebanyak 12 tenaga kerja atau 40% berjenis kelamin perempuan.

Deskripsi Variabel Independen (Budaya Kerja *Anzen Dai Ichi*)

Kuesioner pada variabel budaya kerja *Anzen Dai Ichi* menggunakan lima pernyataan yang mewakili penerapan budaya kerja pada perusahaan target responden, dari lima pernyataan tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Budaya Kerja

Variabel	Instrumen	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
X	X 1	18	9	3	0	0	30
	X 2	12	11	7	0	0	30
	X 3	6	16	8	0	0	30
	X 4	6	8	16	0	0	30
	X 5	6	8	16	0	0	30

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden merespons dengan jawaban positif, yaitu sangat setuju dan setuju, terutama pada instrumen X.1, tingkat persetujuan sangat tinggi dengan 60% atau 18 tenaga kerja menjawab Sangat Setuju. Pada instrumen X.4 dan X.5, lebih dari separuh tenaga kerja menjawab netral atau sekitar 53,33%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk pernyataan pada X.4 dan X.5 cenderung tidak memiliki opini yang kuat sehingga tenaga kerja kurang yakin untuk memberikan jawaban yang pasti. Ketiadaan tenaga kerja yang menjawab Tidak setuju atau Sangat Tidak Setuju menunjukkan bahwa tidak ada penolakan terhadap pernyataan dalam instrumen, hal tersebut menjadi indikator positif bahwa tidak ada aspek budaya kerja yang secara negatif mempengaruhi tenaga kerja pada perusahaan Daiwa House ini.

Deskripsi Variabel Dependen (Kesejahteraan Tenaga Kerja)

Kuesioner pada variabel kesejahteraan tenaga kerja menggunakan lima pernyataan yang mewakili kesejahteraan tenaga kerja pada perusahaan target responden, dari lima pernyataan tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Kesejahteraan

Variabel	Instrumen	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
Y	Y 1	3	8	19	0	0	30
	Y 2	3	7	20	0	0	30
	Y 3	1	10	19	0	0	30
	Y 4	3	4	23	0	0	30
	Y 5	2	3	25	0	0	30

Berdasarkan Tabel 2, pada semua instrumen (Y.1 hingga Y.5), mayoritas

responden memilih jawaban netral (N). Persentase jawaban netral berkisar dari 63,33% hingga 83,33%, hal ini menunjukkan bahwa banyak responden tidak memiliki pendapat yang kuat atau merasa ragu atas pernyataan yang diberikan. Rendahnya persetujuan yang kuat (SS dan S) serta ketiadaan ketidaksetujuan (TS dan STS) mengartikan bahwa responden mungkin merasa bahwa pernyataan dalam kuesioner tersebut kurang memberikan dampak pada mereka atau mereka belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang pernyataan tersebut.

Uji Validitas

Untuk uji validitas dalam penelitian ini, teknik korelasi Pearson Product Moment digunakan untuk mengevaluasi nilai r pada setiap variabel pertanyaan dengan bantuan perangkat lunak pengolah angka Excel. Instrumen atau item pertanyaan dianggap memiliki korelasi yang valid jika nilai korelasi yang dihasilkan (r hitung) melebihi nilai korelasi dalam tabel (r tabel), tetapi jika nilai korelasi yang dihasilkan (r hitung) lebih rendah dari nilai korelasi dalam tabel (r tabel), maka instrumen atau item pertanyaan dianggap tidak memiliki korelasi yang valid (Sugiyono, 2021).

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
X	0,879	0,361	Valid
Y	0,805	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang tercantum dalam Tabel 3, nilai batas korelasi (r tabel) untuk sampel dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dan tingkat signifikansi 5% adalah 0,361. Nilai r tabel didapatkan dari dokumentasi yang menjadi panduan untuk pengujian validitas. Hasil korelasi yang dihitung (r hitung) untuk kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini melebihi nilai r tabel, menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut dianggap sah dan valid.

Uji Reliabilitas

Metode *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas penelitian. Ketika nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,60, kuesioner dianggap memiliki reliabilitas atau konsistensi yang baik. Jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60, kuesioner dianggap tidak memiliki reliabilitas atau konsistensi yang baik.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Kriteria Pengujian		
Nilai Acuan	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
0,6	0,732	Reliabel

Dari informasi yang tertera dalam Tabel 4, tampak bahwa nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6. Oleh karena itu, kesimpulannya adalah kuesioner ini dapat dipercaya dan memiliki tingkat keandalan yang tinggi atau reliabilitas yang baik.

Uji Regresi Linear

Pada penelitian ini, uji regresi linear dilakukan dengan dukungan aplikasi Excel, dan untuk tingkat signifikansinya yaitu sebesar 0,05 atau (α=0,05). Dari hasil pengujian tersebut, ditemukan persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 9{,}905 + 0{,}342X$$

Dari persamaan di atas, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa terdapat hubungan positif antara penerapan budaya kerja *Anzen Dai Ichi* dengan kesejahteraan Tenaga Kerja Indonesia di Daiwa House. Nilai Intercept sebesar 9,905 yang artinya bahwa kesejahteraan tenaga kerja berada pada tingkat tersebut saat penerapan budaya kerja *Anzen Dai Ichi* bernilai nol. Koefisien regresi sebesar 0,342, artinya setiap peningkatan 1 (satu) unit dalam penerapan budaya kerja ini akan meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja sebesar 0,342 satuan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerapan budaya kerja *Anzen Dai Ichi*, semakin meningkat pula kesejahteraan tenaga kerja.

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Tabel 5. Statistik Regresi

Regression Statistics	
Multiple R	0,4253
R Square	0,1809
Anova	0,0191

Data pada Tabel 5 memuat informasi statistic regresi yaitu Multiple R dan R Square. Multiple R, yaitu koefisien korelasi, memiliki nilai sebesar 0,4253, yang menunjukkan adanya hubungan korelasi yang cukup antara budaya kerja dan kesejahteraan tenaga kerja (Sugiyono, 2021). R Square, di sisi lain, adalah nilai koefisien determinasi.Koefisien determinasi sendiri pada dasarnya merupakan kuadrat dari koefisien korelasi, tujuannya adalah sebagai penentu besaran nilai dalam variabel satu terhadap variabel yang lain (Sugiyono, 2021). Pada penelitian ini, didapat *R Square* sebesar 0,1809 atau 18,09%, artinya faktor budaya kerja hanya mewakili 18,09% dari kesejahteraan tenaga kerja, sisanya sebesar 81,91% dipengaruhi oleh variasi atau faktor lain.

Langkah berikutnya adalah mengevaluasi hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut menggunakan uji F atau Anova. Berdasarkan prinsip atau teori signifikansi dalam pengambilan kesimpulan, apabila nilai signifikansi F kurang dari 0,05 (α), maka suatu penelitian dianggap signifikansi yang cukup. Dalam konteks ini, apabila nilai signifikansi F kurang dari 0,05 (α), maka hipotesis nol (H0) akan ditolak sementara hipotesis alternatif (H1) akan diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel-variabel tersebut. Sebaliknya, jika nilai signifikansi F melebihi 0,05 (α), maka H0 akan diterima sedangkan H1 ditolak, mengindikasikan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel tersebut. Pada penelitian ini didapat nilai signifikansi F sebesar 0,0191, dengan demikian, kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara budaya kerja *Anzen Dai Ichi* dengan kesejahteraan Tenaga Kerja Indonesia pada perusahaan Daiwa House.

D. PENUTUP

Penelitian ini berhasil menemukan adanya hubungan antara penerapan budaya kerja *Anzen Dai Ichi* dan kesejahteraan tenaga kerja Indonesia di Perusahaan Daiwa House. Peneliti telah melakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk menilai ketepatan instrumen pengumpulan data. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua instrumen atau pertanyaan yang dimasukkan dalam penelitian ini telah terbukti valid dan sesuai dengan standar yang berlaku. Sementara itu, pengujian reliabilitas memverifikasi bahwa instrumen pengumpulan data memiliki tingkat keandalan yang tinggi atau tingkat reliabel yang baik serta dapat dipercaya secara konsisten. Dalam analisis regresi linear sederhana, ditemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara budaya kerja *Anzen Dai Ichi* dan kesejahteraan tenaga kerja Indonesia di Daiwa House. Koefisien regresi sebesar 0,342 mengindikasikan bahwa tiap kenaikan satu unit dalam penerapan budaya kerja *Anzen Dai Ichi* akan meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja sebesar 0,342 unit. Namun, nilai koefisien determinasi (R Square) dari uji regresi tersebut hanya 18,09%. Ini berarti bahwa hanya 18,09% variabilitas dalam kesejahteraan tenaga kerja yang dapat dijelaskan oleh penerapan budaya kerja Anzen Dai Ichi, sedangkan sisanya sebesar 81,91% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor lain. Variabel-variabel tersebut mungkin termasuk lingkungan kerja, kebijakan perusahaan, gaji, dan faktor-faktor lain yang memerlukan penelitian lanjutan untuk diidentifikasi dan dianalisis lebih mendalam.

E. DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., & Sinaga, I. (2023). *Analysis of*

the Effect of Occupational Safety and Health and Work Environment on Employee Performance with Job Satisfaction as an Intervening Variable at PT XYZ. https://doi.org/10.4108/eai.7-11-2023.2342397

Atiyah, Y., & Wibowo, E. K. (2023). Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja Pada Pegawai Saat Pandemi Covid-19 di Rumah Sakit Jantung dan Pembuluh Darah Harapan Kita. *Jurnal Sumber Daya Aparatur*, *5*(2), 61–81.

Azis, A., Eldianson, Rio, & Tampubolon, M. T. (2022). Kesejahteraan Karyawan Mempengaruhi Produktivitas Kerja Perusahaan di Era Pandimi Covid-19. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *3*(3), 608–616. https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.968

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Jurnal Historis : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, *6*(1), 33–39. https://doi.org/10.31764/historis.v6i1.4075

Matsuyama, K. (2023). *"Mental Health" Pekerja di Jepang Disebut Paling Buruk*. Bloomberg Technoz. https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/19761/mental-health-pekerja-di-jepang-disebut-paling-buruk

Mukrodi. (2023). *Budaya Organisasi Membangun Fondasi Kesuksesan Bersama*. Bekasi : PT Dewangga Energi Internasional.

Sari, D. R., Jonathan, L. R., & Latif, I. N. (2016). Pengaruh Budaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *5*(1), 450–455. https://doi.org/10.31293/ekm.v5i1.1840

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.

Susilawati, T. M. (2016). *Manfaat Penerapan Budaya Anzen Daiichi pada Perusahaan Toshiba, Perusahaan Sanyo dan Perusahaan Toyota di Indonesia*. Program Studi Sastra Jepang Fakultas Sastra Universitas Darma Persada.

Suyono, Y. N. (2019). Program Kesejahteraan Karyawan dan Pengaruhnya Terhadap Retensi Karyawan. *Jurnal Manajemen STEI*, *2*(2), 195–202.

Usman, S., Lasiatun, K., Kesek, M. N., Riatmaja, D. S., Papia, J. N. T., & Muktamar, A. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai (Studi Literatur Manajemen Sumber Daya). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(2), 10462–10468.

Zhang, X., Liu, S., Mei, Q., & Zhang, J. (2023). The influence of work safety information disclosure on performance of listed companies in high-risk industries: Evidence from Shenzhen stock Exchange. *Heliyon*, *9*(10), e20494. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20494

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

PERAN GAYA KEPEMIMPINAN DALAM PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN DI KAWASAN ASIA TENGGARA

Eka Sufistika Municha[1)], Herlina Nurhaliza[2)], Arina Iski Ratnawati[3)]

[1,2,3]Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Correspondence author: H.Nurhaliza, herlina.nurhaliza11@gmail.com, Surakarta, Indonesia

Abstract

Leadership style was a crucial aspect of organizational dynamics that influenced interactions between leaders and their subordinates. To achieve optimal employee performance, it was necessary to apply an effective leadership style. This study aimed to determine the comparison of leadership styles in the Southeast Asia region and their role in improving employee performance. The method used was a literature study of various relevant previous literature and empirical research within the last ten years (2015-2024), using ScienceDirect, Google Scholar, and Semantic Scholar. The study results show that leadership style has a positive influence and significant impact on improving employee performance in the Southeast Asia region. More specifically, transformational and democratic styles have the most significant positive influence in Indonesia, Malaysia, Cambodia, Timor Leste, and the Philippines, especially in terms of employee motivation and participation. Meanwhile, laissez-faire and transactional leadership styles have the most significant positive influence in Vietnam, especially in terms of employee complete freedom and orientation to rules.

Keywords: leadership styles, employee performance, southeast asia

Abstrak

Gaya kepemimpinan merupakan aspek krusial dalam dinamika organisasi yang memengaruhi interaksi antara pemimpin dan bawahannya. Untuk mencapai kinerja karyawan yang optimal, maka perlu diterapkan gaya kepemimpinan yang efektif. Studi ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan gaya kepemimpinan di kawasan Asia Tenggara dan perannya dalam peningkatan kinerja karyawan. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dari berbagai literatur dan penelitian empiris terdahulu yang relevan dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir (2015-2024), dengan menggunakan ScienceDirect, Google Scholar, dan Semantic Scholar. Hasil studi menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan mempunyai pengaruh positif dan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan di kawasan Asia Tenggara. Secara lebih spesifik, gaya transformasional dan demokrasi memiliki pengaruh positif yang paling signifikan di negara Indonesia, Malaysia, Kamboja, Timor Leste, dan Filipina, terutama dalam hal motivasi dan partisipasi karyawan. Sementara gaya kepemimpinan laissez-faire dan transaksional memiliki pengaruh positif yang

paling signifikan di negara Vietnam, terutama dalam hal kebebasan penuh karyawan dan orientasi pada aturan.

Kata Kunci: gaya kepemimpinan, kinerja karyawan, asia tenggara

A. PENDAHULUAN

Dalam konteks organisasi, faktor manusia memainkan peran sentral dalam mencapai tujuan perusahaan. Karyawan merupakan penggerak organisasi yang harus dikelola dan dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan efektifitas dan efisiensi perusahaan tersebut (Tamimi dan Sopiah, 2022). Kinerja karyawan merujuk pada hasil atas pekerjaan yang dilakukan oleh individu dan seberapa besar hasil tersebut berkontribusi kepada organisasi atau perusahaan (Erri et al., 2021; Kuswati, 2020) Kinerja karyawan mencakup berbagai aspek, mulai dari kuantitas dan kualitas output, hingga sikap kooperatif dan kehadiran di tempat kerja (Jayanti dan Wati, 2019). Kualitas kinerja yang baik akan berujung pada peningkatan produktivitas dan profitabilitas organisasi (Kiranie dkk., 2023).

Berdasarkan model kontingensi kepemimpinan Fiedler, gaya kepemimpinan yang sesuai dengan situasi menjadi faktor kunci yang memengaruhi kinerja karyawan (Robbins dan Judge, 2013; Dias dkk., 2022). Menurut Mullins yang dikutip oleh (Ekiyor & Dapper, 2019), gaya kepemimpinan adalah cara, bentuk, atau pola tentang bagaimana pemimpin berhubungan dan memengaruhi karyawannya. Gaya kepemimpinan yang tepat dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan meningkatkan produktivitas karyawan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang gaya kepemimpinan yang efektif, pemimpin dan manajer di suatu wilayah dapat meningkatkan kinerja karyawan dan mencapai tujuan organisasi dengan lebih baik (Rosalina dan Wati, 2020). Dengan demikian, gaya kepemimpinan merupakan aspek krusial dalam dinamika organisasi yang memengaruhi interaksi antara pemimpin dan bawahannya.

Berdasarkan teori Lewin (1947) dalam pendekatan tradisional, gaya kepemimpinan dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu gaya otokratis, demokratis (partisipatif), dan laissez-faire (delegatif). Gaya kepemimpinan otokratis ditandai oleh dominasi pemimpin dalam pengambilan keputusan dan minimnya partisipasi karyawan. Ciri-ciri seperti kurangnya perhatian terhadap kebutuhan bawahan dan komunikasi yang satu arah menandai gaya ini (Wahyuni et al., 2022).

Di sisi lain, gaya kepemimpinan demokratis menekankan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan dan pengaturan tujuan, dengan pemimpin yang lebih obyektif dalam memberikan pujian dan kritik. Dalam gaya ini, pemimpin berusaha untuk menjadi anggota kelompok yang setara dengan bawahannya. Adapun gaya kepemimpinan laissez-faire memberikan kebebasan penuh kepada bawahan dalam mengatur diri dan mengambil keputusan. Pemimpin hanya menetapkan kebijakan umum dan tujuan organisasi tanpa campur tangan dalam detail pelaksanaan (Khumaira & Muhid, 2022).

Berbeda dengan teori yang dikemukakan Lewin, teori yang dikemukakan oleh Bernard M. Bass (1985) dalam kerangka FRL (*Full Range Leadership*) atau kepemimpinan penuh, yang merupakan hasil pengembangan konsep milik James MacGregor Burns (1978), mengkategorikan gaya kepemimpinan ke dalam dua bentuk, yaitu transformasional dan transaksional (Dias dkk., 2022). Kepemimpinan transformasional merujuk pada kepemimpinan yang fokus utamanya pada hubungan antara pemimpin dan bawahan,

dimana mereka saling meningkatkan derajat motivasi untuk menimbulkan efek transformasi positif antara kedua belah pihak (Ekiyor dan Dapper, 2019; Wen dkk., 2019). Gaya ini tersusun atas empat dimensi, yaitu *idealized influence* (pengaruh ideal/ gaya karismatik), *inspirational motivation* (motivasi inspirasional), *intellectual stimulation* (stmulasi intelektual), dan *individual consideration* (pertimbangan individu). Sementara kepemimpinan transaksional mengacu kepada kepemimpinan dimana hubungan antara pemimpin dan bawahannya terhubung sebagai sebuah transaksi, yakni antara penghargaan/hukuman dengan tingkat kinerja tugas atau tanggung jawab yang diterima (Ekiyor dan Dapper, 2019). Gaya ini tersusun atas empat dimensi, yaitu *contingent reward* (imbalan kontingensi), *active management by exception* (manajemen dengan pengecualian secara aktif), *passive managemet by exception* (manajemen dengan pengecualian secara pasif), dan *laissez-faire* (Bass, 1990).

Selain teori Lewin dan teori Bass, terdapat pula teori Max Weber yang melahirkan gaya kepemimpinan birokrasi. Gaya ini merupakan produk dari pengembangan konsep "otoritas rasional-legal" yang menggambarkan kepemimpinan dengan struktur yang hierarkis, profesional, terikat aturan, impersonal, meritokratis, dan disipilin (Sager dan Rosser, 2021). Adapun gaya "kepemimpinan yang melayani" (*servant leadership*) yang dikemukakan oleh Greenleaf (1970), dapat diidentifikasi sebagai kepemimpinan yang berorientasi pada pelayanan dan pengabdian dengan fokus pada kebutuhan bawahannya yang diwujudkan melalui tindakan menghormati rekan kerja, mendengarkan, menahan diri, dan rendah hati (Langhof & Güldenberg, 2019).

Sejalan dengan era yang semakin berkembang, dinamika organisasi turut menghadapi perubahan signifikan, termasuk dalam hal gaya kepemimpinan yang diterapkan (Rosalina dan Wati, 2020). Seorang pemimpin tidak hanya diharapkan untuk memimpin, tetapi juga untuk menciptakan integrasi yang harmonis dengan para bawahannya. Hal ini mencakup kemampuan dalam membangun kerja sama, memberikan arahan, dan menginspirasi semangat kerja bawahannya (Batubara, 2020). Pemimpin juga memiliki peran kunci dalam memengaruhi sikap, perilaku, dan kinerja kelompok, yang pada akhirnya membentuk gaya kepemimpinan yang diterapkan. Dalam konteks ini, peningkatan kinerja karyawan menjadi imperatif bagi kemajuan organisasi. Oleh karena itu, pemilihan gaya kepemimpinan yang tepat menjadi tugas penting bagi pimpinan dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, penelitian tentang hubungan antara gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan menjadi semakin relevan dalam menghadapi tuntutan dinamika organisasi di era milenial ini (Erri et al., 2021).

Pemahaman mendalam tentang berbagai gaya kepemimpinan ini penting bagi pemimpin dan manajer dalam memilih pendekatan yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan organisasi. Setiap gaya kepemimpinan memiliki dampak yang berbeda terhadap motivasi, kinerja, dan kepuasan kerja karyawan. Oleh karena itu, pemimpin perlu mengkaji dengan seksama karakteristik dan implikasi dari masing-masing gaya kepemimpinan untuk dapat memilih pendekatan yang paling efektif dalam mencapai tujuan organisasi dan memotivasi karyawan secara optimal (Kurniawan, 2018).

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat indikasi belum adanya studi literatur yang mengkaji secara khusus mengenai gaya kepemimpinan yang diterapkan pada perusahaan *profit-oriented* di Asia Tenggara serta hubungannya dengan kinerja karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan gaya kepemimpinan di kawasan Asia Tenggara dan perannya dalam peningkatan kinerja karyawan di wilayah tersebut. Melalui penyediaan wawasan yang komprehensif,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi referensi bagi pemimpin dan manajer di Asia Tenggara dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui penggunaan gaya kepemimpinan yang efektif.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan (*library research*) untuk menganalisis perbandingan dan peran gaya kepemimpinan dalam peningkatan kinerja karyawan di kawasan Asia Tenggara. Menurut pendapat Creswell dalam Habsy (2017), pendekatan studi kepustakaan adalah rangkuman tertulis yang mencakup artikel jurnal, buku, maupun dokumen lain yang menjelaskan teori serta informasi dari masa lalu dan masa kini, dan mengatur literatur tersebut berdasarkan topik dan dokumen yang relevan. Jenis penelitian ini dipilih karena memungkinkan penyelidikan yang menyeluruh terhadap konsep dan temuan terkait topik tersebut dari berbagai sumber yang ada.

Studi kepustakaan ini didasarkan dari berbagai literatur dan penelitian empiris terdahulu yang relevan dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir, yakni pada tahun 2015-2024. Proses pencarian literatur dilakukan melalui database akademik dan jurnal ilmiah terpercaya seperti Science Direct, Semantic Scholar, dan Google Scholar. Kata kunci yang digunakan mencakup "gaya kepemimpinan", "kinerja karyawan", "Asia Tenggara", dan variasi lainnya yang relevan. Pemilihan kata kunci yang tepat dilakukan untuk memastikan akses ke literatur yang paling relevan dengan topik penelitian.

Setelah pencarian literatur, langkah selanjutnya adalah penyaringan dan pemilihan literatur yang relevan. Literatur yang dipilih harus memenuhi kriteria inklusi yang telah ditetapkan, yaitu fokus pada gaya kepemimpinan dalam peningkatan kinerja karyawan di kawasan Asia Tenggara. Data relevan dan signifikan akan diekstraksi dari setiap artikel, termasuk temuan utama, metodologi penelitian, dan kesimpulan yang diambil.

Analisis data akan dilakukan melalui pengorganisasian dan penyintesisan temuan dari literatur yang telah dikumpulkan. Ini akan melibatkan identifikasi pola umum, tren, dan konsensus dalam literatur terkait peran gaya kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan di kawasan Asia Tenggara. Selain itu, akan diidentifikasi perbedaan pendapat, kontradiksi, dan gap pengetahuan yang masih ada dalam literatur, sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.

Temuan dari studi literatur ini disajikan secara sistematis menggunakan narasi deskriptif. Kesimpulan yang diambil dari studi literatur ini akan menyoroti temuan kunci, implikasi praktis, dan arah penelitian masa depan dalam bidang ini. Dengan demikian, metode studi literatur akan memberikan kerangka kerja yang kuat untuk menyelidiki peran gaya kepemimpinan dalam peningkatan kinerja karyawan di kawasan Asia Tenggara secara komprehensif dan sistematis.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan literatur yang telah dikumpulkan, hasil temuan di berbagai negara kawasan Asia Tenggara secara konsisten menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan perusahaan. Pada penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh (Erri et al., 2021) di salah satu perusahaan di Jakarta, Indonesia, didapati hasil bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan, dimana pengaruh tersebut diketahui mencapai angka 49,5%, sedangkan sisanya yakni sebesar 50,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Penelitian lainnya yang dilakukan di PT Indonesia Nippon Seiki, Serang, Indonesia,

juga mendukung hasil temuan tersebut. Dalam hal ini, gaya kepemimpinan bersama disiplin kerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Handayani, 2019). Selain itu, terdapat juga penelitian kuantitatif di Indonesia oleh Rosalina dan Wati (2020) yang sedikit berbeda dari dua penelitian di atas, dimana dalam penelitian tersebut, diperoleh hasil bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh secara tidak langsung pada kinerja karyawan dengan cara meningkatkan disiplin kerja karyawan. Namun, dalam konteks ini, gaya kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung pada kinerja karyawan. Hasil penelitian kuantitatif oleh Kongkaew dan Nuangjamnong (2023) di Thailand, juga mendukung hipotesis tersebut, dimana gaya kepemiminan dan budaya organisasi, baik secara independen mapun simultan, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Di antara berbagai gaya kepemimpinan yang menjadi objek penelitian, apabila ditinjau dari teori FRL (*Full Range Leadership*) Bass, gaya transformasional tampaknya memiliki pengaruh paling signifikan di kawasan Asia Tenggara, terutama di negara Kamboja, Malaysia, Filipina, dan Timor Leste. Secara umum, gaya kepemimpinan ini dicirikan oleh visi yang jelas, kemampuan untuk menginspirasi dan memotivasi bawahan, serta fokus pada pengembangan individu dan organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif pada karyawan perusahaan real-estate swasta yang berdomisili di kota Phnom Penh, Kamboja, gaya kepemimpinan transformasional, demokrasi, dan *servant* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi karyawan dan kinerja karyawan, sedangkan gaya kepemimpinan transaksional dan birokrasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan (Khath & Tan, 2024). Peran pemimpin transformasional dalam meningkatkan kinerja karyawannya diimplementasikan dalam bentuk penciptaan motivasi internal melalui tindakan yang penuh sopan santun, serta dukungan pada karyawan untuk mengemukakan pendapatnya terutama terkait motivasi. Pemimpin demokratis melaksanakan perannya dengan cara mendorong keterlibatan karyawan melalui diberikannya kesempatan untuk mengemukakan ide-ide kreatif serta partisipasi pada kegiatan pengambilan keputusan, sehingga dapat menumbuhkan kemampuan adaptasi dan kinerja yang tinggi (Khath & Tan, 2024).

Sebuah penelitian yang dilakukan pada karyawan perusahaan swasta di Malaysia, menyatakan bahwa tidak ada gaya kepemimpinan yang ideal bagi setiap situasi (Wen dkk., 2019). Meskipun demikian, para pemimpin atau manajer, baik dengan gaya transaksional, transformasional, ataupun *thought leadership* memiliki cara yang berbeda dalam usaha meningkatkan kinerja karyawan. Pemimpin transaksional menekankan pada rasa takut yang dapat menciptakan stress sehingga akan tercapai hasil yang diinginkan dalam jangka pendek. Pemimpin transformasional menggaris bawahi penanaman rasa percaya dan lingkungan kerja yang terbuka dimana informasi dibagi bersama sehingga organisasi menjadi dinamis dalam menghadapi berbagai tantangan. Sementara konsep *thought leadership* menawarkan kolaborasi antara kebaruan dan kepercayaan yang dapat mendorong lahirnya ide-ide inovatif, rasa dapat dipercaya, serta otoritas (Wen dkk., 2019).

Di Filipina, penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Bautista (2023) pada karyawan perusahaan telekomunikasi pasca pandemi Covid-19, mengindikasikan adanya hubungan positif antara budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan kinerja karyawan. Dalam hal ini, gaya kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh paling positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dibandingkan gaya transaksional maupun leissez-faire.

Hasil penelitian serupa di Timor Leste juga menunjukkan hubungan yang positif antara budaya organisasi, gaya

kepemimpinan, dan kinerja karyawan. Dalam penelitian tersebut budaya organisasi, terutama yang berorientasi pada detail, memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya kepemimpinan. Selanjutnya, gaya kepemimpinan transformasional, terutama terkait motivasi inspirasional, memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Soares dkk., 2021).

Apabila ditinjau dari teori Lewin, gaya demokratis (partisipatif) dapat dikatakan memiliki pengaruh yang paling signifikan di kawasan Asia Tenggara, terutama di Indonesia, Malaysia, dan Kamboja. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Kurniawan (2018) pada karyawan industri percetakan di Palembang, Indonesia, menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan demokratis memiliki pengaruh yang paling positif dan signifikan dibandingkan dengan gaya otokratis dan laissez-faire. Pemimpin demokratis berperan untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan cara memerhatikan bawahan dan tugas yang diberikan, memberikan pujian/kritik secara objektif, serta menempatkan diri sebagai bagian dari kelompok karyawan tersebut.

Hasil penelitian pada karyawan perusahaan swasta di Selangor, Malaysia, juga mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, dimana gaya kepemimpinan demokrasi mengambil pengaruh paling besar dibandingkan gaya laissez-faire dan otokrasi. Pemimpin demokratis, dalam hal ini, mendorong adanya inovasi, kerja sama tim, serta kreativitas sehingga dapat membangun kinerja karyawan menjadi lebih baik (Basit dkk., 2017).

Berbanding terbalik dari hasil temuan beberapa penelitian di atas, penelitian yang dilangsungkan oleh Vuong dkk. (2019) di Ho Chi Minh City, Vietnam, justru mengindikasikan bahwa gaya demokratis (partisipatif) maupun gaya transformasional kurang berpengaruh pada peningkatan kinerja karyawan dibandingkan dengan gaya laissez-faire dan gaya transaksional. Dalam konteks ini, pemimpin laissez-faire berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan dengan cara menyerahkan keputusan pada karyawan secara penuh, tanpa intervensi sama sekali. Pemimpin transaksional meningkatkan kinerja karyawannya dengan orientasi pada aturan melalui konsep penghargaan dan hukuman. Selain itu, dalam penelitian ini, diketahui pula bahwa gaya kepemimpinan mempengaruhi tingkat *quality work-life* (kualitas kehidupan kerja), yang perlu diwujudkan melalui penciptaan lingkungan kerja positif bagi karyawan. QWL (*Quality Work-Life*) tersebut kemudian akan mendorong peningkatan kinerja karyawan.

Kontradiksi antara temuan penelitian di Vietnam dengan penelitian di negara Asia Tenggara lainnya menunjukkan bahwa ada kemungkinan terjadinya perbedaan preferensi karyawan terkait gaya kepemimpinan yang diterapkan pada sebuah perusahaan di setiap negara, meskipun negara-negara tersebut masih berada dalam satu lingkup kawasan yang sama. Perbedaan preferensi tersebut dapat diakibatkan oleh budaya dan nilai-nilai yang dianut seseorang, dimana budaya tersebut memainkan peran dalam pembentukan persepsi individu terhadap gaya kepemimpinan yang adil serta mempengaruhi cara mereka melakukan penafsiran dan merespons tindakan pemimpin atau manajer (Fircks, 2024). Dalam hal ini, nilai-nilai, seperti nilai hierarkis, patriarki, servile, dan saling ketergantungan pada budaya organisasi dapat memengaruhi pilihan seseorang terkait gaya kepemimpinan tersebut (Akanji et al., 2020). Selain faktor budaya, pendidikan tinggi juga memengaruhi cara bekerja seseorang menjadi cenderung lebih mandiri sehingga turut menjadi pemicu preferensi terhadap gaya kepemimpinan (Vuong dkk., 2019). Tidak hanya itu, gender dalam komposisi sebuah tim manajemen

juga dapat berkontribusi terhadap perbedaan preferensi karyawan tersebut (Martinez-Leon dkk., 2020).

D. PENUTUP

Berdasarkan analisis dari berbagai literatur yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan di kawasan Asia Tenggara. Gaya kepemimpinan transformasional dan demokratis yang berperan dalam mendorong motivasi dan keterlibatan karyawan terbukti paling efektif di banyak negara, seperti Indonesia, Kamboja, Malaysia, Filipina, dan Timor Leste. Namun, di Vietnam, gaya laissez-faire dan transaksional ternyata lebih berpengaruh. Perbedaan preferensi ini dapat disebabkan oleh budaya dan nilai-nilai yang dianut, tingkat pendidikan, serta faktor gender dalam manajemen. Oleh sebab itu, pemimpin di Asia Tenggara perlu fleksibel dalam menerapkan gaya kepemimpinan yang efektif dengan mempertimbangkan berbagai faktor sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan secara optimal.

E. DAFTAR PUSTAKA

Akanji, B., Mordi, C., Ituma, A., Adisa, T. A., & Ajonbadi, H. (2020). The Influence of Organisational Culture on Leadership Style in Higher Education Institutions. *Personnel Review*, *49*(3), 709–732. https://doi.org/10.1108/PR-08-2018-0280

Basit, A., Sebastian, V., & Hassan, Z. (2017). Impact of Leadership Style on Employee Performance (A Case Study on a Private Organization in Malaysia). *International Journal of Accounting & Business Management*, *5*(2), 112–130.

Bass, B. M. (1990). From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share the Vision. *Organizational Dynamics*, *18*(3), 19–31. https://doi.org/10.1016/0090-2616(90)90061-S

Batubara, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada Departemen Pengadaan PT INALUM (Persero). *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, *3*(1), 40–58. https://doi.org/10.30596/liabilities.v3i1.4581

Bautista, M. P. J. T. (2023). The Effects of Organizational Culture and Leadership Style on Organizational Performance in Times of COVID-19 Pandemic. *Review of Integrative Business and Economics Research*, *12*(1), 175–194.

Dias, M. de O., Pan, J., Vieira, P., & Pereira, L. J. D. (2022). From Plato to e-Leaders: The Evolution of Leadership Theories and Styles. *Economics and Business Quarterly Reviews*, *5*(2), 133–146. https://doi.org/10.31014/aior.1992.05.02.420

Ekiyor, R., & Dapper, E. (2019). Leadership Styles and Entrepreneurial Orientation. *European Journal of Business and Management*, *11*(15), 88–94. https://doi.org/10.7176/EJBM

Erri, D., Lestari, A. P., & Asymar, H. H. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Melzer Global Sejahtera Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1*(9), 1897–1906. https://doi.org/10.47492/jip.v1i9.348

Fircks, E. F. von. (2024). Culture and Leadership: a Lewinian Perspective of Organizational Problem Solving. *Human Arenas*, *7*(1), 1–14. https://doi.org/10.1007/s42087-021-00256-5

Habsy, B. A. (2017). Seni Memahami Penelitian Kuliatatif dalam Bimbingan dan Konseling : Studi Literatur.

JURKAM: Jurnal Konseling Andi Matappa, *1*(2), 90–100. https://doi.org/10.31100/jurkam.v1i2.56

Handayani, R. (2019). The Effect of Leadership Style and Work Discipline on Employee Performance at PT Indonesia Nippon Seiki Cikande Serang. *Pinisi Discretion Review*, *3*(1), 53–60. https://doi.org/10.26858/pdr.v3i1.13272

Jayanti, K. T., & Wati, L. N. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan.". *Jurnal Ekobis*, *9*(1), 71–88.

Khath, B., & Tan, S. (2024). The Effect of Leadership Styles on Staff Performance: A Case Study of Real Estate Companies in Phnom Penh, Cambodia. *SRAWUNG: Journal of Social Sciences and Humanities*, *3*(1), 24–44.

Khumaira, L. A., & Muhid, A. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis Terhadap Pemberdayaan Psikologis Karyawan: Literature Review. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *7*(1), 21–31. https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i1.763

Kiranie, D., Prihadi, D., & Suryaman, W. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Di Kelurahan Cigugur Tengah. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *10*(2), 899–906. https://doi.org/10.37676/professional.v10i2.4497

Kongkaew, W. W., & Nuangjamnong, C. (2023). A Study of the Effect of Leadership Style towards Organizational Culture on Job Satisfaction and Employee Performance in Bangkok. *Chompu Nuangjamnong / The AU EJournal of Interdisciplinary Research*, *8*(2), 21–34.

Kurniawan DP, M. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Percetakan Dimas Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, *15*(1), 33–48.

Kuswati, Y. (2020). The Effect of Motivation on Employee Performance. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, *3*(2), 995–1002. https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.928

Langhof, J. G., & Güldenberg, S. (2019). Servant Leadership: A systematic literature review—toward a model of antecedents and outcomes. *German Journal of Human Resource Management: Zeitschrift Für Personalforschung*, *34*(1), 32–68. https://doi.org/10.1177/2397002219869903

Martinez-Leon, I. M., Olmedo-Cifuentes, I., Martínez-Victoria, Mc., & Arcas-Lario, N. (2020). Leadership Style and Gender: A Study of Spanish Cooperatives. *Sustainability*, *12*(12), 5107. https://doi.org/10.3390/su12125107

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior* (15th ed.).

Rosalina, M., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja dan Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, *10*(1), 18–32. https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.26

Sager, F., & Rosser, C. (2021). Weberian Bureaucracy. In *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.166

Soares, J., Indiyanti, D., & Ghina, A. (2021). The Effect of Organizational Culture and Leadership Style on Employees at Radio Televisao de Timor Leste. Empresa Publico (RTTL.EP),

Timor-Leste. *International Journal of Science and Society*, *3*(1), 19–32.

Tamimi, M., & Sopiah, S. (2022). The Influence of Leadership Style on Employee Performance: A Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, *1*(2), 128–138. https://doi.org/10.54099/ijebm.v1i2.360

Vuong, K. T., Rajagopal, S., Singh, H., & Rajagopal, P. (2019). The Effect of Leadership Styles and the Mediating Role of the Quality of Work-Life on Employee Job Performance in Vietnamese Enterprises in Ho Chi Minh City. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, *7*(4), 535–552. https://doi.org/10.25019/MDKE/7.4.06

Wahyuni, S., Sukatin, S., Fadilah, I. N., & Astri, W. (2022). Gaya Kepemimpinan Otoriter (Otokratis) Dalam Manajemen Pendidikan. *Edu-Leadership: Jurnal Manajemen Pendidikan*, *1*(2), 123–130. https://doi.org/10.24252/edu.v1i2.26148

Wen, T. B., Ho, T. C. F., Kelana, B. W. Y., Othman, R., & Syed, O. R. (2019). Leadership Styles in Influencing Employees' Job Performances. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *9*(9). https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i9/6269

PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI *CRYPTOCURRENCY* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRILOGI

Fauzan Hafiz[1)], Ati Harianti[2)]

[1,2] Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora Universitas Trilogi

Correspondence author: A.Harianti, a_harianti@trilogi.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

This research is based on the advancement of digital currency technology in Indonesia. This study aims to determine the effect of investment knowledge, investment motivation, and income on cryptocurrency investment interest. This research is a quantitative descriptive study involving 97 respondents from Trilogy University, Faculty of Economics and Business, who were taken by the purposive sampling method. Then the research data was tested using several analyses, namely descriptive statistical tests, outer model tests, inner model tests, and hypothesis testing. The results showed that the investment knowledge variable had a positive and significant effect on interest in investing in cryptocurrency. On the other hand, the investment motivation variable had no significant effect on interest in cryptocurrency investment, while the income variable had a positive and significant effect on interest in cryptocurrency investment.

Keywords: investment knowledge, investment motivation, income, investment interest, cryptocurrency

Abstrak

Penelitian ini didasari adanya kemajuan teknologi mata uang digital di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi dan pendapatan terhadap minat investasi mata uang kripto. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan melibatkan 97 responden Mahasiswa Universitas Trilogi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang diambil dengan metode purposive sampling. Kemudian data penelitian diuji dengan menggunakan beberapa analisis yaitu uji statistik deskriptif, uji outer model, uji inner model dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mata uang kripto, sebaliknya variabel motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mata uang kripto, sedangkan untuk variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mata uang kripto.

Kata Kunci: pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan, minat investasi, kripto

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

A. PENDAHULUAN

Indonesia yang sudah memasuki era 4.0 menyebabkan perkembangan teknologi yang sangat pesat, diantaranya beberapa penemuan oleh para ahli yang membuat semua lebih praktis dan modern pada industri *cryptocurrency*, seperti *tokenisasi* aset yang memungkinkan *diversifikasi* portofolio yang lebih mudah, *token initial exchange offering* dimana *start up blockchain* dapat menjual *token* mereka secara langsung dan *decentralized finance* yang merujuk pada *finance ecosystem* yang dibangun di atas teknologi *blockchain* tanpa perantara tradisional. Instrument investasi telah memasuki era baru yaitu *dgital currency* berbasis *decentralized finance* yaitu transaksi keuangan antar pengguna yang berlangsung di atas teknologi khusus *blockchain* yang terbebas dari peraturan-peraturan dan otoritas instansi *currency* manapun termasuk negara ataupun pemerintah (Malik et al., 2023).

Secara lebih jelas tentang *digital currency* yang bersifat *decentralized finance* yang dikenal dengan *cryptocurrency* dijelaskan bahwa *cryptocurrency* bukanlah suatu mata uang seperti pada umumnya melainkan dig*ital currency*, karena tidak berbentuk fisik, namun *cryptocurrency* dapat memenuhi dasar menjadi sebuah aset, karena diakui oleh penggunanya memiliki sebuah nilai dan digunakan sebagai media pembayaran (Low & Tan, 2020). *Cryptocurrency* sendiri adalah *digital currency* yang menggunakan teknik *kriptografi* untuk membuat dan menjalankan *digital currency*. *Kriptografi* itu sendiri adalah metode khusus yang menciptakan teks *alfanumerik* dari sebuah teks biasadan hanya pihak yang berwenang yang memahaminya (Majumder et al., 2019).

Cryptocurrency yang sangat familiar dari pertama kali muncul hingga sekarang adalah Bitcoin. Dilansir dari coingecko.com pada Bulan Oktober 2023 saat ini *market capitalization* seluruh *cryptocurrency* sudah mencapai $1.097.406.456 dan *trading volume* 24h mencapai $22.807.917.327 yang dimana *market capitalization* nya didominasi oleh *Bitcoin* sebesar 47,14% dari total 10.034 jenis *cryptocurrency*. Dan dari data yang mengacu pada DataIndonesia.id yang bersumber dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) saat ini tercatat jumlah investor di Indonesia sudah mencapai 17,25 juta investor di bulan April 2023. Jumlahnya bertambah 3,52 juta investor dari posisi bulan April 2022 yang berjumlah 13,73 juta investor.

Saat ini pertumbuhan *cryptocurrency* memang sangat signifikan dikarenakan jumlah investor sebagian besar adalah generasi milenial dan generasi z yang lebih *open minded* dengan teknologi (Liestyowati et al., 2023). Berdasarkan data kementrian perdagangan, lebih dari 50% investor *cryptocurrency* di Indonesia berada pada rentang 18-35 tahun (Sari & Gandhi, 2023).

Fokus pada penelitian (Anastasya Fauzianti & Retnosari, 2022) variabel pengetahuan investasi pada mahasiswa akuntansi Universitas Tidar berpengaruh positif terhadap minat investasi sedangkan pada penelitian (Darmawan et al., 2019) variabel pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi, selanjutnya untuk variabel motivasi investasi pada penelitian (Atmaja & Widoatmodjo, 2021) bahwa variabel motivasi investasi memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi sedangkan pada penelitian (Aminy & Andiana, 2019) variabel motivasi investasi pada mahasiswa FEBI UIN Mataram tidak berpengaruh terhadap minat investasi dan untuk variabel pendapatan pada penelitian (Maghfiroh, 2018) menyimpulkan bahwa pendapatan pada santri Pesantren Darush Shalihat memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi sedangkan pada penelitian (Hidayat & Kayati, 2020) variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

Pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian karena investor muda memiliki beberapa keunggulan seperti dari segi waktu,

lingkungan, motivasi yang tinggi, rasa ingin tahu dan pengetahuan yang didapat dari pembelajaran di kampus sehinggan dapat diaplikasikan di investasi *cryptocurrency*.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Penelitian dilakukan di Universitas Trilogi Jakarta pada Oktober 2023. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Universitas Trilogi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dari seluruh populasi tersebut sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Adapun sampel yang diperoleh sebanyak 97 responden. Uji data dalam penelitian kuantitatif menggunakan PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Modelling*) dengan menggunakan beberapa analisis yaitu uji statistik deskriptif, uji outer model, uji inner model dan uji hipotesis dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, kuisioner dibagikan menggunkan google form melalui media sosial dan datang langsung ke Universitas Trilogi. Total kuisioner yang didapat sebanyak 97 responden dan seluruh kuisioner dapat diolah unuk dilakukan analisis. Analisis karakteristik meliputi

Tabel 1. Usia responden

Usia	19	20	21	22	23
Jumlah Responden	9	8	49	26	5

Seperti terlihat pada tabel 1 di atas, sebaran usia responden adalah sebagai berikut: 19 tahun sebanyak 9 responden, 20 tahun sebanyak 8 responden, 21 tahun sebanyak 49 responden, 22 tahun sebanyak 26 responden dan 23 tahun sebanyak 5 respoonden

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Laki-Laki	Perempuan
Jumlah Responden	45	52

Pada tabel 2 di atas dapat dilihat jenis kelamin daripada responden sebanyak 45 responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 52 responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Karyawan Swasta	Freelance	Sales	Tidak Bekerja	Lainnya
Jumlah Responden	33	29	6	21	8

Pada tabel 3 di atas dapat dilihat pekerjaan dari responden sebanyak 33 responden sebagai karyawan swasta, 29 responden sebagai freelance, 6 responden sebagai sales, 21 responden tidak bekerja dan sebanyak 8 responden sebagai pekerja lainnya.

Tabel 4. Responden Memiliki Pengetahuan *Cryptocurrency*

Pengetahuan	Ya	Tidak
Jumlah Responden	79	38

Pada tabel 4 di atas dapat dilihat responden yang memiliki pengetahuan tentang *cryptocurrency* sebanyak 79 responden yang terdiri dari 41 responden laki-laki dan 38 responden perempuan dan sebanyak 18 responden yang tidak memiliki pengetahuan tentang *cryptocurrency* terdiri dari 2 responden laki-laki dan 16 responden perempuan.

Analisis Variabel

Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu pengetahuan investasi, motivasi investasi dan pendapatan

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

lalu menggunakan satu variabel dependen yaitu minat investasi.

Tabel 5. Variabel Penelitian

Kode	*Mean*	*Standard Deviation*	Kriteria
PI1	3.856	1.399	Setuju
PI2	4.000	1.235	Setuju
PI3	3.804	1.433	Setuju
MI1	4.124	1.212	Sangat Setuju
MI2	3.856	1.316	Setuju
MI3	4.062	1.250	Sangat Setuju
P1	4.237	1.119	Sangat Setuju
P2	4.134	1.145	Sangat Setuju
P3	4.052	1.205	Sangat Setuju
M1	4.165	1.216	Sangat Setuju
M2	4.113	1.130	Sangat Setuju
M3	4.093	1.293	Sangat Setuju
M4	3.979	1.308	Setuju
M5	4.000	1.260	Setuju
M6	4.031	1.296	Sangat Setuju
M7	3.814	1.677	Setuju

Berdasarkan hasil analisis dari setiap pertanyaan pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan dengan kode PI1 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 3.856 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.399 yang berarti sebaran datanya merata
2. Pada pertanyaan dengan kode PI2 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 4.000 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.235 yang berarti sebaran datanya merata
3. Pada pertanyaan dengan kode PI3 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 3.804 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.433 yang berarti sebaran datanya merata
4. Pada pertanyaan dengan kode MI1 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.124 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.212 yang berarti sebaran datanya merata
5. Pada pertanyaan dengan kode MI2 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 3.856 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.316 yang berarti sebaran datanya merata
6. Pada pertanyaan dengan kode MI3 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.062 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.250 yang berarti sebaran datanya merata
7. Pada pertanyaan dengan kode P1 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.237 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.119 yang berarti sebaran datanya merata

8. Pada pertanyaan dengan kode PI2 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.134 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.145 yang berarti sebaran datanya merata
9. Pada pertanyaan dengan kode PI3 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.052 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.205 yang berarti sebaran datanya merata
10. Pada pertanyaan dengan kode M1 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.165 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.216 yang berarti sebaran datanya merata
11. Pada pertanyaan dengan kode M2 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.113 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.130 yang berarti sebaran datanya merata
12. Pada pertanyaan dengan kode M3 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.093 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.293 yang berarti sebaran datanya merata
13. Pada pertanyaan dengan kode M4 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 3.979 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.308 yang berarti sebaran datanya merata
14. Pada pertanyaan dengan kode M5 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 4.000 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.260 yang berarti sebaran datanya merata
15. Pada pertanyaan dengan kode M6 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata 4.031 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.296 yang berarti sebaran datanya merata
16. Pada pertanyaan dengan kode M7 terlihat bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 3.814 yang artinya responden setuju dengan pertanyaan tersebut, kemudia untuk nilai *standard deviation* memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu sebesar 1.677 yang berarti sebaran datanya merata

Analisia *Outer Model*

Analisa *outer model* dilakukan menggunakan uji *validity* dan uji *reability* pada SmartPLS4. Dalam uji *validity* tahapan yang dilakukan adalah dengan melihat *convergent validity* dan *discriminant validity*. Kemudian untuk *uji reability* adalah dengan melihat *composite reability* dan *cronbach's alpha*.

Uji Validity

1. *Convergent Validity*

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* dan nilai AVE. Suatu indikator dinyatakan memenuhi

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

convergent validty kategori baik apabila nilai *outer loading* >0.70 dan nilai AVE harus >0.5 (Latan & Ghozali, 2015). Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator dan nilai AVE:

Tabel 6. Nilai *Outer Loading*

Indikator	Nilai *Outer Loading*
PI1	0.821
PI2	0.817
PI3	0.861
MI1	0.825
MI2	0.824
MI3	0.875
P1	0.913
P2	0.911
P3	0.888
M1	0.867
M2	0.884
M3	0.848
M4	0.912
M5	0.901
M6	0.870
M7	0.815

Dari hasil analisis *outer loading* pada tabel 6 di atas terlihat bahwa semua indikator memiliki nilai *outer loading* > 0.7 artinya indikator ini dapat mengukur variabelnya dan variabel ini memnuhi *convergent validity* dalam kategori valid. Berikut hasil analisa nilai *outer loading* :

a. Variabel pengetahuan investasi dengan indikator PI1-PI3 semua indikator memiliki nilai >0.7, artinya indikator pengetahuan investasi dapat mengukur variabel minat investasi.
b. Variabel motivasi investasi diukur dengan indikator M1-MI3 semua indikator memiliki nilai >0.7, artinya indikator motivasi investasi dapat mengukur variabel minat investasi.
c. Variabel pendapatan diukur dengan indikator P1-P3 semua indikator memiliki nilai >0.7, artinya indikator pendapatan dapat mengukur variabel minat investasi.

Tabel 7. AVE

Variabel	AVE
Pengetahuan Investasi	0.694
Motivasi Investasi	0.709
Pendapatan	0.817
Minat	0.760

Hasil AVE pada tabel di atas diketahui variabel pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan dan minat investasi memiliki nilai AVE > 0.5, artinya variabel tersebut valid.

2. *Discriminant Validity*

Pengujian *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *fornell lacker criterion* dan *cross loadingnya*. Pada pengolahan data ini menggunakan SmartPLS 4, pengujian *discriminat validity* dapat dilihat dari nilai fornell lacker criterion dan cross loadingnya.

Tabel 8. *Fornell Lacker criterion*

	X_1	X_2	X_3	Y
X_1	0.833			
X_2	0.787	0.842		
X_3	0.777	0.735	0.904	
Y	0.792	0.753	0.795	0.872

Penilaian *fornell lacker criterion* adlaah dengan melihat nilai *corelation diagonal* variabel itu sendiri harus lebih besar dibanding dengan variabel lain (Latan & Ghozali, 2015). Dari hasil uji *fornell lacker criterion* pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel pengetahuan investasi memiliki nilai tertinggi terhadap variabel itu sendiri yaitu sebesar 0.833 dibandingkan dengan variabel lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan investasi ini valid.
b. Variabel motivasi investasi memiliki nilai tertinggi terhadap variabel itu sendiri yaitu sebesar 0.842 dibandingan dengan variabel lainnyaa. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel motivasi investasi ini valid.

c. Variabel pendapatan memiliki nilai tertinggi terhadap variabel itu sendiri yaitu sebesar 0.904 dibandingkan dengan variabel lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pendpaatan ini valid.
d. Variabel minat investasi memiliki nilai tertinggi terhadap variabel itu sendiri yaitu sebesar 0.872 dibandingkan dengan variabel lainnya. Sehingga dapat dikatakan variabel minat investasi ini valid.

Tabel 9. Cross Loading

	Pengetahuan Investasi	Motivasi Investasi	Pendapatan	Minat Investasi
PI1	0.821	0.812	0.680	0.608
PI2	0.817	0.557	0.567	0.634
PI3	0.861	0.613	0.690	0.736
MI1	0.614	0.825	0.662	0.769
MI2	0.662	0.824	0.510	0.504
MI3	0.724	0.875	0.654	0.560
P1	0.671	0.622	0.913	0.733
P2	0.694	0.704	0.911	0.701
P3	0.742	0.670	0.888	0.723
M1	0.690	0.835	0.758	0.867
M2	0.741	0.678	0.653	0.884
M3	0.741	0.715	0.710	0.848
M4	0.683	0.611	0.704	0.912
M5	0.695	0.617	0.702	0.901
M6	0.691	0.610	0.699	0.870
M7	0.567	0.475	0.608	0.815

Menurut (Latan & Ghozali, 2015) untuk *cross loading* nilai variabel dengan nilai indikator variabel itu harus lebih besar dibandingkan nilai indikator variabel lainnya. Dari hasil uji *cross loading* pada tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa nilai masing-masing indikator pada variabel itu sendiri lebih besar dibandingkan dengan indikator dari variabel lain. Artinya indikator yang digunkan dalam penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing atau dikatakan valid.

Uji *Reability*

Uji *reability* dilakukan dengan mengevaluasi nilai *composite reability* dan *cronbach's alpha*. Alat ukur dinyatakan *reliabel* jika nilai *composite reability* maupun *cronbach's alpha* > 0.70.

Tabel 10. *Composite Reability*

Variabel	*Composite Reability*
Pengetahuan Investasi	0.789
Motivasi Investasi	0.872
Pendapatan	0.889
Minat Investasi	0.950

Dapat diketahui pada tabel 10 di atas bahwa uji *composite reability* menujukkan bahwa variabel pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan dan minat investasi memiliki nilai *composite reability* > 0/7, artinya hasil ini menjukkan bahwa dari masing-masing variabel telah memenuhi *composite reability* sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki tingkat reability yang tinggi dan dapat dikatakan *reliabel*

Tabel 11. *Cronbach's Alpha*

Variabel	*Cronbach's Alpha*
Pengetahuan Investasi	0.781
Motivasi Investasi	0.810
Pendapatan	0.888
Minat Investasi	0.947

Dapat dilihat dari tabel 11 di atas bahwa hasil uji cronbach's alpha menujukkan bahwa variabel pengetahuan investasi, motivasi iinvestasi, pendapatan dan minat investasi memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.7, artinya hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *cronbach's alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki tingkat *reability* tinggi dan dapat dikatakan *reliabel*.

Analisa *Inner Model*

Pengujian *inner model* dilakukan untuk melihat hubungan sebab-akibat antar

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dengan melihat nilai r-square. Uji r-square dilakukan untuk menilai seberapa *contruct endogen* dpaat dijelaskan oleh *construct eksogen*. Nilai r-square > 0.75 dapat dikatakan bahwa model kuat, nilai > 0.50 dapat dikatakan model sedang dan < 0.50 dapat dikatakan model lemah (Hair et al., 2022).

Tabel 12. Uji R-Square

	R-Square
Minat Investasi	0.716

Dapat dilihat dari tabel 12 di atas bahwa pengaruh pengetahuan investasi, motivasi invstasi dan pendapatan mempengaruhi minat investasi sebesar 0.716 dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen mempngaruhi variabel dependen sebesar 71% dan sisanya sebesar 29% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1. *Path Coefficient*
   Pengujian *path coefficient* dapat dilihat apabila nilai berada di rentang 0-1 hipotesis tersebut positif, sedangkan jika nilai berada di rentang -1 – 0 bernilai negatif (Hair et al., 2022).
2. T-Statistik dan P-Values
   Pengujian t-statistik nilai yang dihasilkan harus >1.96 dan nilai p-values <0.05 menggunakan alpha 5% agar hipotesis tersebut berpengaruh secara siginifikan (Latan & Ghozali, 2015).

Tabel 13. Path Coefficient dan Uji T-Statistik & P-Values

Hipotesis	Pengaruh	Path Coefficient	T-Statistik	P-Values	Hasil
H1	PI-M	0.322	2.262	0.026	Berpengaruh
H2	MI-M	0.215	1.730	0.087	Tidak berpengaruh
H3	P–M	0.388	3.28	0.001	Berpengaruh

Hasil dari uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

H1 : Dari hasil pengujian path coefficient dengan nilai 0.322, kemudian p-values sebesar 0.026 dan dengan nilai t-statistik sebesar 2.262, sehingga dapat dinyatakan bahwa H1 diterima.

H2 : Dari hasil pengujian path coefficient dengan nilai 0.215, kemudia nilai p-values sebesar 0.087 dan dengan nilai t-statistik 1.730, sehingga dapat dinyatakan bahwa H2 ditolak.

H3 : Dari hasil pengujian path coefficient dengan nilai 0.388, kemudian nilai p-values sebesar 0.001 dengan nilai t-statistik sebesar 3.285, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

D. PENUTUP

Berdasarkan analisis data dari hasil penelitian ini yang dilakukan kepada mahasiswa di Universitas Trilogi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di *cryptocurrency*. Ini menyiratkan bahwa individu dengan pengetahuan investasi yang lebih tinggi menujukkan peningkatan minat dalam investasi *cryptocurrency*.

Motivasi investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi di *cryptocurrency*. Hal ini menujukkan bahwa meskipun terdapat motivasi dalam diri inidvidu, hal ini tidak berarti meningkatnya minat terhadap investasi *cryptocurrency*.

Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di *cryptocurrency*. Hal ini menyiratkan bahwa individu dengan tingkat pendapatan lebih tinggi lebih cenderung menjukkan minat berinvestasi di *cryptocurremcy*.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel dan konteks penelitian, luaskan sampel penelitian ke berbagai Universitas dan/atau fakultas untuk

meningkatkan generalisabilitas hasil. Masukkan pula faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi minat investasi di *cryptocurrency*. Selain itu dapat pula meneliti pola investasi atau konsumsi mahasiswa yang tidak minat berinvestasi di *crpytocurrency*.

E. DAFTAR PUSTAKA

Aminy, M. H., & Andiana, B. D. L. (2019). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Febi UIN Mataram Pada Galeri Investasi Syariah UIN Mataram. *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, *5*(2).

Anastasya Fauzianti, & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, *9*(1), 26–35. https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323

Atmaja, D. W., & Widoatmodjo, S. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *3*(3), 641–648. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13136

Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *8*(2), 44–56. https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California : Sage Publication Inc.

Hidayat, F., & Kayati, K. (2020). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Pendapatan dan Umur Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *6*(2), 136–141. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.942

Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Liestyowati, L., Sudarmanto, E., Ramadhani, H., Rijal, S., & Nurdiani, T. W. (2023). Tren Investasi Aset Digital: Studi tentang Perilaku Investor Muda terhadap Cryptocurrency di Tengah Perubahan Pasar Keuangan di Kota Bandung. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, *2*(3), 142–149. https://doi.org/10.58812/jakws.v2i03.639

Low, G., & Tan, T. (2020). Cryptocurrency – Is It Property? *Journal of Investment Compliance*, *21*(2/3), 175–179. https://doi.org/10.1108/JOIC-09-2020-0027

Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, *7*(3), 213–222.

Majumder, A., Routh, M., & Singha, D. (2019). A Conceptual Study on the Emergence of Cryptocurrency Economy and Its Nexus with Terrorism Financing. *The Impact of Global Terrorism on Economic and Political Development*, 125–138. https://doi.org/10.1108/978-1-78769-919-920191012

Malik, A., Rahman, A., & Kusdyah, I. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Subjective Norm Dan Perceived Risk Terhadap Niat Investasi Lagi Mata Uang Pada Forum Investor Kripto Axuscoin. *JUBIS : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 1–13.

https://doi.org/10.32815/jubis.v4i1.1797

Sari, A. R., & Gandhi, G. (2023). Wamendag: Lebih dari Separuh Pelanggan Aset Kripto di Indonesia Berusia 18-35 Tahun. *Bisnis.Tempo.Co*. https://bisnis.tempo.co/read/1712517/wamendag-lebih-dari-separuh-pelanggan-aset-kripto-di-indonesia-berusia-18-35-tahun

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN INVESTASI, DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z DI JABODETABEK

Rosalia Nansih Widhiastuti[1)], Bramasta Feldhen Novianda[2)]

[1,2] Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora Universitas Trilogi

Correspondence author: R.N.Widhiastuti, nansih@trilogi.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

Gen Z and Millennials have dominated the Indonesian investment market in recent years. Generation Z are those aged 11-26 years in 2023. This generation is not only the age group that has the largest proportion of the population in Indonesia, but is also the most productive age group, which makes it possible to accelerate economic growth. Financial literacy, investment knowledge, and motivation are some of the factors that influence a person's investment interest. The aim of this research is to analyze the factors that influence Gen Z's investment interest in the Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi metropolitan areas. This research uses the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS - SEM) method and data processing with Smart Partial Least Square (Smart-PLS) statistical software. The primary data used in this research were 100 respondents. The research results show that Generation Z's motivation has a positive and significant effect on their investment interest; However, financial literacy and investment knowledge have no effect on investment interest.

Keywords: financial literacy, investment knowledge, motivation, generation z, investment interest

Abstrak

Genenerasi Z dan millennial mendominasi pasar investasi Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Generasi Z adalah mereka yang pada tahun 2023 berusia antara 11 hingga 26 tahun. Generasi ini tidak hanya merupakan kelompok usia yang memiliki proporsi populasi terbesar di Indonesia, tetapi juga merupakan kelompok usia yang paling produktif, yang memungkinkan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan motivasi adalah beberapa faktor yang memengaruhi minat investasi seseorang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi Genenerasi Z di wilayah metropolitan yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square - Struktural Equation Modeling* (PLS - SEM) dan pengolahan data dengan software statistik *Smart Partial Least Square* (Smart-PLS). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi Generasi Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mereka. Namun,

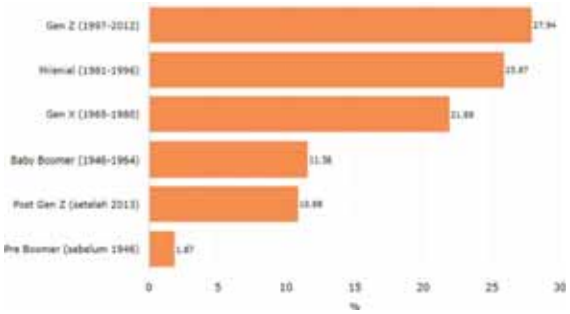
KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

literasi keuangan dan pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Kata Kunci: literasi keuangan, pengetahuan investasi, motivasi, minat investasi, generasi z

A. PENDAHULUAN

Generasi Z dan generasi milenial masing-masing menyumbang 27,94% dan 25,87% dari total populasi Indonesia, menurut hasil Sensus Penduduk tahun 2020 (lihat Gambar 1). Generasi Z adalah mereka yang berusia 8 hingga 26 tahun dan lahir dari tahun 1997 hingga 2012. Karena mereka termasuk dalam usia produktif, sangat memungkinkan bagi mereka memiliki kesempatan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi.



Gambar 1. Prosentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi. (Jayani, 2021)

Mereka yang termasuk dalam generasi Z adalah orang-orang yang mahir dalam teknologi, berinteraksi dengan sosial media, ekspresif, dan cenderung toleran, dan mereka juga sering melakukan banyak hal sekaligus. Perkembangan teknologi baru-baru ini disertai dengan karakteriktif mereka meningkatkan kemungkinan sikap konsumerisme generasi Z.

Menurut data yang dikumpulkan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal di Indonesia per Mei 2023 mencapai 11 juta investor berdasarkan jumlah Single Investor Identification (SID). Jumlah ini naik sebesar 7,28% jika dibandingkan akhir tahun 2022 yang mencapai 10,3 juta investor. Dari jumlah tersebut sebanyak 57,81% adalah investor generasi muda dengan usia di bawah 30 tahun (lihat Gambar 2). Peningkatan jumlah investor di pasar modal ini disebabkan oleh kenaikkan jumlah investor reksadana sebesar 7,71%, investor Surat Berharga Negara (SBN) sebesar 8,57% dan investor Saham dan Surat Berharga lainnya sebesar 7,12%.

Gambar 2. Jumlah dan Demografi Investor Pasar Modal di Indonesia (Bareksa, 2023)

Jika melihat sektor korporasi, sektor investasi saham favorit Gen Z adalah industri keuangan. Sektor infrastruktur dan barang konsumsi berada di urutan berikutnya, diikuti oleh barang konsumsi siklis atau primer dan barang konsumsi non-siklus atau non-primer, yang merupakan tiga sektor berikutnya yang paling banyak diminati oleh Gen Z. (lihat Gambar 3).

Gambar 3. Jumlah Investor Generasi Z Berdasarkan Sektor Usaha (Purwanti, 2022)

Jumlah investor di pasar modal Indonesia terus meningkat sejak tahun 2020 hingga Mei 2023. Pada tahun 2020 terdapat 3,88 juta investor, jumlah ini naik hampir 3 kali lipat pada Mei tahun 2023 menjadi 11 juta investor. Menurut CEO Pengawas Pasar Modal, Keuangan Derivatif, dan Bursa Karbon OJK, peningkatan tersebut didorong oleh faktor inflasi, potensi pendapatan yang lebih tinggi, serta instrumen investasi yang lebih fleksibel, aman, dan likuid. Selain itu peningkatan jumlah investor juga disebabkan oleh peningkatan literasi keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan keuangan bagi masyarakat. Bedasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%. Jumlah tersebut meningkat 11,65% dibandingkan tahun 2019 yang hanya sebesar 38,03%. Dengan meningkatnya indeks literasi keuangan, diharapkan Masyarakat lebih tepat dalam menentukan produk investasi mana yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Febrianti & Takarini, 2023; Gunawan et al., 2021; Hikmah & Rustam, 2020; Silva & Yuniningsih, 2022) berpendapat bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil investasi.

Pengetahuan investasi merupakan pemahaman tentang dasar-dasar berinvestasi meliputi tujuan investasi, legitimasi penyedia produk investasi, berbagai risiko yang terkait dengan investasi serta pemahaman profil risiko produk investasi dan jenis instrument/produk investasi. Dengan semakin banyaknya investor di pasar modal dan semakin banyaknya investor generasi milenial dan Gen Z, OJK menekankan pentingnya memiliki pengetahuan yang cukup yang perlu dimiliki investor sebelum berinvestasi (Nugroho, 2021). Pengetahuan investasi yang baik penting dilakukan agar investor tidak mengalami kerugian dan tidak terjebak dalam investasi bodong. Hasil penelitian (Ardani & Sulindawati, 2021; Khairunnisa' & Ni'am, 2023) menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Motivasi berasal dari kata latin *Mavere* yang berarti dorongan atau motivasi. Motivasi juga dapat diartikan sebagai keinginan yang timbul dalam diri seseorang, baik disadari maupun tidak, untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh (Hikmah & Rustam, 2020; Silva & Yuniningsih, 2022), menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Minat berinvestasi adalah keinginan seseorang untuk mempelajari suatu jenis investasi, kemauan meluangkan waktu untuk mempelajari investasi dengan mengikuti kursus atau seminar pelatihan investasi, dan mencoba untuk berinvestasi secara langsung (Citra & Pambudi, 2022).

Survei BPS dan Kementerian Pariwisata pada tahun 2018 menunjukkan bahwa 55% Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia lebih banyak tinggal di perkotaan, termasuk wilayah Jabodetabek. Sebagai pusat kegiatan nasional dan kawasan perkotaan terbesar di Indonesia, wilayah Jabodetabek lebih berkembang terutama dalam hal pendidikan dan perekonomian, dimana perkotaan memiliki indeks literasi dan inklusi keuangan yang lebih tinggi yaitu 41,41% dan 83,60% (Mauluddin, 2019).

Wilayah Jabodetabek merupakan wilayah yang terdiri dari 14 kota/kabupaten yang tersebar di tiga provinsi, yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten. Wilayah Jabodetabek merupakan kawasan perkotaan

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

yang menjadi pusat beberapa kegiatan seperti perekonomian, perbankan dan perdagangan. Wilayah Jabodetabek juga lebih maju dibandingkan wilayah lainnya terutama dalam bidang pendidikan, perbankan dan perekonomian (Viana et al., 2021).

B. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung dari responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu serangkaian pertanyaan dan pernyataan yang dibagikan kepada responden sampel. Skala yang digunakan adalah skala ordinal, karakteristik kualitas diberi peringkat dan digunakan skala Likert 5 poin (Sugiyono, 2021). Tabel 1 di bawah ini menunjukkan susunan dan penilaian pada skala Likert.

Tabel 1. Skala Likert

No	Deskripsi	Skor
1	Sangat Penting	5
2	Penting	4
3	Netral	3
4	Tidak Penting	2
5	Sangat Tidak	1

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini Generasi Z di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (JaBoDeTaBek). Sampel penelitian diambil melalui purposive sampling dengan kriteria tertentu. Kriteria yang dimaksud adalah: 1) Generasi Z JaBoDeTaBek, 2) Rentang usia 18 hingga 26 tahun. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow (1997) (Pratama et al., 2023):

$$n = \frac{Z^2\ P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:
n = jumlah sampel
z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
p = maksimal estimasi = 0,5
d = Alpa (0.10) atau sampling eror = 10%

Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel adalah 100 responden.

Metode Analisis Data

Data hasil penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan Partial Least Square. Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Menurut Lemeshow, sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal 100 responden yang memenuhi kriteria model PLS-SEM, dan data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner Generasi Z JaBoDeTaBek sebanyak 100 responden, dimana hasilnya memenuhi kriteria pengujian analisis dalam PLS-SEM.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Investasi Generasi Z, sedangkan variabel independen terdiri dari Literasi Keuangan (X_1), Pengetahuan Investasi (X_2), dan Motivasi (X_3). Definisi operasional dan indikator dari setiap variable tersebut terlihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Minat Investasi Genenerasi Z (Y) (Ardani & Sulindawati, 2021)	Minat investasi merupakan perasaan yang memiliki kecenderungan dan keinginan yang tinggi terhadap kegiatan investasi untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang.	• Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi. • Keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi.	Skala Ordinal
2	Literasi Keuangan (X_1) (Gunawan et al., 2021)	Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan, merencanakan masa depan dan beberapa aspek ekonomi terlebih yang berkaitan dengan	• Pengetahuan dasar keuangan. • Pemahaman tentang kondisi pengelolaan keuangan.	Skala Ordinal

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		kemakmuran.		
3	Pengetahuan Investasi (X_2) (Ardani & Sulindawati, 2021)	Pengetahuan investasi adalah suatu informasi mengenai bagaimana cara menggunakan sebagian dana atau sumberdaya yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang.	• Pemahaman tentang kondisi berinvestasi • Pengetahuan dasar investasi.	Skala Ordinal
4	Motivasi (X_3) (Febrina & Friyatmi, 2023)	Motivasi merupakan proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.	• Motivasi ditandai dengan timbulnya perasaan yang mengarah tingkah laku seseorang. • Motivasi ditandai oleh reaksi untuk mencapai tujuan.	Skala Ordinal

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 100 responden Generasi Z di JaBoDeTaBek, 63 responden (63%) berjenis kelamin laki-laki dan 37 responden (37%) berjenis kelamin perempuan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden Gen Z adalah laki-laki.

Usia responden yang termasuk generasi Z antara 18 hingga 20 tahun berjumlah 4 responden (4%), responden berusia 21 hingga 23 tahun berjumlah 31 responden (31%), dan responden berusia antara 24 hingga 26 tahun berjumlah 65 responden (65%), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden Gen Z dalam penelitian ini mayoritas berusia antara 24 hingga 26 tahun.

Responden dengan karakteristik berdasarkan pendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 34 responden (34%), responden D3/S1 sebanyak 66 responden (66%), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dari Generasi Z dalam penelitian ini mayoritas berpendidikan tingkat D3/S1.

Penghasilan responden berkisar antara Rp3.500.000 – Rp5.500.000 yaitu sebanyak 61 responden (61%), responden memperoleh penghasilan Rp5.500.000 – Rp7.500.000 sebanyak 37 responden (37%), responden memperoleh penghasilan Rp7.500.000 – Rp9.500.000 sebanyak 1 responden (1%), dan penghasilan responden > Rp9.500.000 sebanyak 1 responden (1%), sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden Generasi Z pada penelitian ini berpenghasilan antara Rp.3.500.000 sampai Rp.5.500.000.

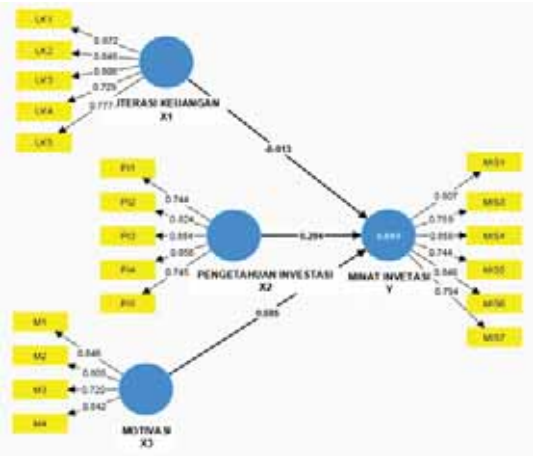
Berdasarkan pengalaman berinvestasi, sebanyak 85 responden pernah berinvestasi (85%), 12 responden belum dan tertarik untuk berinvestasi saham (12%), 3 responden belum pernah berinvestasi dan tidak tertarik berinvestasi (3%), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dari Generasi Z dalam penelitian ini mayoritas memiliki pengalaman dalam berinvestasi.

Uji Outer Model

Convergent Validity. Menurut Hair et al 2019, suatu prediktor atau item dinyatakan valid jika nilai loading factor > 0,7. Dari hasil analisa menggunakan calculate-PLS algorithm diperoleh hasil dari beberapa indikator mempunyai nilai loading factor < 0,7, maka indikator ini dihilangkan. Indikator yang dimaksud adalah X3.5 yaitu pernyataan “Investasi merupakan salah satu Latihan saya agar dapat lebih disiplin dalam mengatur keuangan” memiliki nilai loading factor 0,580 < 0,7, serta indikator Y4.2 yaitu pernyataan “Sebelum berinvestasi, saya mencari tahu terlebih dahulu informasi

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

mengenai kelebihan dan kekurangan jenis investasi saham yang akan saya ambil" memiliki nilai loading factor 0,660 < 0,7. Oleh karena itu perlu dimodifikasi dengan menghapus indikator tersebut. Setelah dilakukan penghapusan dan dilakukan pengujian kembali maka diperoleh nilai outer loadings indikator > 0,7 sesuai standarisasi yang ditentukan SmartPLS 4.0. Hasil *convergent validity* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Uji Factor Loading

Average Variance Extracted (AVE). Konstruk dapat dikatakan valid jika memiliki nilai AVE > 0,5. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai AVE > 0,5 yang artinya setiap indikator memiliki konstruk yang valid.

Tabel 3. Average Variance Extracted

	Average Variance Extracted
Literasi Keuangan_X_1	0,653
Minat Investasi_Y	0,604
Motivasi_X_3	0,576
Pengetahuan Iivestasi_X_2	0,661

Discriminant validity merupakan suatu langkah yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel atau indikator penelitian yang dilakukan valid secara unik dan hanya berhubungan dengan variabel atau indikator itu sendiri serta bukan dari variabel atau indikator yang berbeda dengan variabel atau indikator yang diharapkan. Suatu penelitian dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika hasil cross-loading menunjukkan bahwa indikator setiap konstruk mempunyai nilai lebih tinggi dibandingkan indikator konstruk lainnya. Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* dari masing-masing item terhadap konstruknya lebih besar daripada nilai loading dengan konstruk lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat kesalahan validitas diskriminan.

Tabel 4. Perhitungan Nilai *cross loadings*

	LITERASI KEUANGAN	MINAT INVESTASI	MOTIVASI	PENGETAHUAN INVESTASI
LK1	0.872	0.536	0.580	0.641
LK2	0.848	0.451	0.571	0.617
LK3	0.808	0.510	0.580	0.638
LK4	0.729	0.432	0.454	0.600
LK5	0.777	0.522	0.559	0.593
M1	0.621	0.610	0.846	0.489
M2	0.500	0.679	0.805	0.562
M3	0.523	0.497	0.720	0.507
M4	0.553	0.671	0.842	0.576
MI1	0.527	0.807	0.586	0.550
MI2	0.397	0.769	0.590	0.396
MI4	0.600	0.859	0.741	0.616
MI5	0.443	0.744	0.624	0.596
MI6	0.451	0.846	0.582	0.566
MI7	0.499	0.794	0.590	0.482
P1	0.508	0.472	0.446	0.744
P2	0.670	0.473	0.455	0.824
P3	0.728	0.636	0.667	0.804
P4	0.629	0.666	0.666	0.856
P5	0.556	0.417	0.378	0.745

Selain validitas cross-loading, suatu penelitian dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai kriteria Fornell Larcker yaitu akar AVE pada konstruk lebih besar dibandingkan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya. Tabel 5 menunjukkan bahwa akar AVE pengetahuan keuangan (X_1) sebesar 0,808, minat berinvestasi (Y) sebesar 0,777, motivasi (X_3) sebesar 0,798 dan pengetahuan investasi (X_2) sebesar (0,813), atau lebih besar dari nilai korelasi dengan variable lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 5. Nilai Fornell-Larcker Criterion

	Literasi Keuangan_X_1	Minat Investasi_Y	Motivasi_X_3	Pengetahuan Investasi_X_2
Literasi Keuangan_X_1	0,808			
Minat Investasi_Y	0,638	0,777		
Motivasi_X_3	0,695	0,763	0,759	
Pengetahuan Investasi_X_2	0,765	0,678	0,675	0,813

Composite Reliability digunakan untuk memeriksa reliabilitas setiap indikator dalam penelitian. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai Composite Reliability > 0,7. Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini mempunyai reliabilitas yang baik karena nilai Composite Reliability > 0,7.

Tabel 6. Nilai Composite Reliability

	Composite Reliability
Literasi Keuangan_X_1	0,872
Minat Investas_Y	0,896
Motivasi_X_3	0,839
Pengetahuan Investasi_X_2	0,893

Cronbach Alpha. Selain Composite reliability, cara lain untuk mengetahui reliabilitas indikator penelitian adalah dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Suatu alat atau kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,6. Tabel 7 menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mempunyai reliabilitas yang baik karena nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Tabel 7. Nilai Cronbach Alpha

	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan_X_1	0,866
Minat Investasi_Y	0,889
Motivasi_X_3	0,814
Pengetahuan Investasi_X_2	0,872

Uji Inner Model

R-Square (Koefisien Determinasi). Analisis Inner Model yang pertama dilakukan dengan melihat R-Square pada kriteria R- Square di SmartPLS 4.0. Menurut (Latan & Ghozali, 2015) nilai R-Square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah). Nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 8. R-Square (R^2)

	R-square	R-square adjusted
Minat Investasi	0,640	0,629

Dari Tabel 8 terlihat nilai R-squared sebesar 0,640 atau 64,0%. Hal ini menunjukkan bahwa 64,0% variabel minat berinvestasi dipengaruhi oleh literasi keuangan, pengetahuan, dan motivasi berinvestasi. Sedangkan sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Angka tersebut dapat diklasifikasikan sedemikian rupa sehingga variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang berstatus moderat.

Uji f-Square. Uji f-Square dilakukan untuk mengetahui apakah variabel laten endogen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel laten eksogen. Jika nilai f-Square < 0,02: tidak ada pengaruh, jika nilai antara 0,02 hingga < 0,15: pengaruh kecil, jika nilai antara 0,15 hingga < 0,35: pengaruh medium, dan jika nilai > 0,35: pengaruh besar.

Tabel 9. f-Square (f^2)

	Minat Investasi_Y
Literasi Keuangan_X_1	0,003
Pengetahuan Investasi_X_2	0,074
Motivasi_X_3	0,377

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai f-square variabel literasi keuangan sebesar 0,003 sehingga tidak terdapat pengaruh. Nilai f-square variabel pengetahuan investasi sebesar 0,074 sehingga mempunyai pengaruh sedang. Nilai f-square

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

variabel motivasi sebesar 0,377 sehingga mempunyai pengaruh yang besar.

Q-Square (Q^2). Nilai Q^2 digunakan untuk memvalidasi model konstruk endogen (*goodness-of-fit model*). Nilai $Q^2 > 0$ berarti variabel dan data dapat memprediksi model dengan baik.

Tabel 10. Q-Square (Q^2)

	Q^2 Predictive Relevance
Minat Investasi Generasi Z	0,619

Dari Tabel 10 diketahui nilai Q2 sebesar 0,619 > 0. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel minat investasi Generasi Z dapat memprediksi model dengan baik.

Pengujian Hipotesa

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu tingkat literasi keuangan (X_1), motivasi (X_3) dan pengetahuan berinvestasi (X_2) mempunyai pengaruh terhadap minat berinvestasi (Y). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, dengan $\alpha = 0,05$ maka kriteria penolakannya adalah jika p-value $\geq$ 0,05 maka Ho diterima dan sebaliknya jika p- value < 0,05, Ho ditolak.

Tabel 11. Path Coefficient

	Original Sample (0)	Sample Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T statistics (0/STDEV)	P-value
Literasi Keuangan_ X_1 → Minat	0.054	0.077	0.188	0.288	0.773
Motivasi X_3 → Minat	0.544	0.510	0.157	3.466	0.001
Pengetahuan Investasi X_2 → Minat	0.269	0.277	0.163	1.651	0.099

Tabel 11 menunjukkan bahwa Nilai p-value literasi keuangan sebesar 0,773 > 0,05, maka Ho diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z di JaBoDeTaBek.

Nilai p-value variabel Pengetahuan Investasi sebesar 0,099 > 0,05, maka Ho diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Investasi tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi Generasi Z di JaBoDeTaBek.

Nilai p-value variabel Motivasi sebesar 0,001 < 0,05, maka Ho ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z di JaBoDeTaBek.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z, yang mungkin paham atau belum paham keuangan, tidak akan mempengaruhi minat Generasi Z untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Setiawan et al., 2021) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi. Namun hal ini tidak sesuai dengan penelitian (Silva & Yuniningsih, 2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Hasil uji t menunjukkan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z yang memahami atau tidak memahami investasi tidak akan mempengaruhi minat investasi Generasi Z. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian (Ardani & Sulindawati, 2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi.

Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Hasil uji t menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi Generasi Z. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hikmah & Rustam, 2020; Silva & Yuniningsih, 2022) yang berpendapat bahwa motivasi mempunyai pengaruh

positif dan signifikan terhadap minat investasi. Pengaruh positif motivasi terhadap minat investasi artinya semakin tinggi motivasi Generasi Z maka semakin tinggi pula minat berinvestasi Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan 88% responden sangat setuju bahwa Generasi Z akan berinvestasi jika kebutuhannya terpenuhi. Selain itu, 87% responden yang disurvei juga berpendapat bahwa investasi merupakan aktivitas yang membantu mereka untuk lebih disiplin dalam mengelola keuangan. Responden juga sangat setuju bahwa mereka berinvestasi dengan harapan memperoleh keuntungan yang besar dan berharap hari tua mereka lebih terjamin. Namun responden juga menyatakan akan berinvestasi jika teman atau kerabatnya juga ikut berinvestasi.

D. PENUTUP

Dari penelitian yang dilakukan diperoleh beberapa temuan yaitu literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z. Pengetahuan investasi tidak mempengaruhi minat investasi Generasi Z.

Motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi Generasi Z, hal ini menunjukkan bahwa motivasi sangat penting dalam meningkatkan minat berinvestasi. Salah satu motivasinya adalah dengan berinvestasi hari tua lebih terjamin serta memperoleh keutungan yang berlipat.

Dalam kaitannya dengan hasil di atas, maka implikasi dari penelitian ini adalah Generasi Z di Jabodetabek hendaknya memperhatikan beberapa hal, yaitu: investasi sangat penting karena masa tua akan lebih aman, selain itu berinvestasi juga sebagai latihan agar lebih disiplin dalam mengatur keuangan.

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat menemukan faktor-faktor baru dan menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Sehingga pihak-pihak yang membutuhkan informasi dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat investasi Generasi Z yang nantinya dapat dijadikan referensi lebih luas untuk instansi dan penelitian selanjutnya.

E. DAFTAR PUSTAKA

Ardani, A. K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2021). Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi, Risiko Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Pasar Modal pada Generasi Milenial dan Generasi Z Provinsi Bali di Era Pandemi. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, *10*(1), 19–26. https://doi.org/10.23887/vjra.v10i01.56143

Bareksa. (2023). *Jumlah Investor Pasar Modal Tembus 11 Juta pada Mei 2023, Reksadana dan SBN Melesat*. Bareksa.Com. https://www.bareksa.com/berita/pasar-modal/2023-06-13/jumlah-investor-pasar-modal-tembus-11-juta-pada-mei-2023-reksadana-dan-sbn-melesat

Citra, E., & Pambudi, R. (2022). Pengaruh Literasi, Motivasi, dan Expected Return Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Pasar Modal Pada Mahasiswa Unika Atma Jaya Jakarta. *Prosiding Working Papers Series In Management*, *14*(1), 257–276. https://doi.org/10.25170/wpm.v14i1.3683

Febrianti, N., & Takarini, N. (2023). The Effect of Financial Literacy, Investment Knowledge, and Minimum Capital on Student Interest in Investing in the Capital Market. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, *6*(8), 4052–4058. https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i8-58

Febrina, S., & Friyatmi. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *JBM : Jurnal Bina Manajemen*, *11*(2), 249–263. https://doi.org/10.52859/jbm.v11i2.364

Gunawan, W., Kristiastuti, F., & Sari, U. K. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. *JBME : Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, *19*(2), 494–512. https://doi.org/10.33197/jbme.vol19.iss2.2021.823

Hikmah, & Rustam, T. A. (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Persepsi Resiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *8*(2), 131–140. https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i2.210

Jayani, D. H. (2021). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia

Khairunnisa', T., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Promosi Terhadap Minat Berinvestasi Reksa Dana Bagi Generasi Z. *JAE : Jurnal Akuntansi & Ekonomi*, *8*(1), 79–91. https://doi.org/10.29407/jae.v8i1.19626

Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Mauluddin, A. (2019). Urban Millennial: Analisis Kebijakan Tata Ruang Kota Untuk 'Gen-Y' di Indonesia. *JCIC : Jurnal Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, *1*(1), 15–26. https://doi.org/10.51486/jbo.v1i1.2

Nugroho, A. C. (2021). *Dear Investor, Ini Pesan OJK Soal Pentingnya Pengetahuan dalam Berinvestasi*. Bisnis.Com. https://market.bisnis.com/read/20210128/7/1349221/dear-investor-ini-pesan-ojk-soal-pentingnya-pengetahuan-dalam-berinvestasi

Pratama, A., Srimindarti, C., & Hendrian. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Menabung Terhadap Kesiapan Pensiun Pada Pekerja di Kota Timika. *Jurnal Akuntansi Dewantara (JAD)*, *7*(2), 157–166. https://doi.org/10.30738/ad.v7i2

Purwanti, T. (2022). *Ini Saham Sektoral yang Jadi Favorit Investasi Anak Muda*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/market/20220414133554-17-331731/ini-saham-sektoral-yang-jadi-favorit-investasi-anak-muda

Setiawan, A. E., Musyifah, R., & Noviarita, H. (2021). The Effect of Financial Literacy, Risk Preference and Religiosity on Generation Z's Investment Interest in the Islamic Capital Market. *Journal of Islamic Business and Economic Review (JIBER)*, *4*(2), 57–65.

Silva, D. M. E. Da, & Yuniningsih, Y. (2022). Pengaruh literasi keuangan, motivasi investasi dan modal minimal terhadap minat investasi saham mahasiswa UNIPA Maumere. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(2), 798–807. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2062

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.

Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, *12*(3), 252–264. https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP KECENDERUNGAN GEN Z MENJADI *BRAND EVANGELIST*

Dewi Kumalasari[1)], Ibnu Harris[2)]

[1,2]Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Universal Batam

Correspondence author: I.Harris, ibnu@uvers.ac.id, Batam, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to analyze and to find out the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on the tendency of generation Z in Batam City to become a brand evangelist. The background of this research is because generation Z is a generation that is familiar with the use of digital technology and communication, such as social media, so it does not impossible for generation Z's tendency to become a brand evangelist. The method used in this research is a quantitative approach method with a total of 107 respondents from generation Z in Batam City. Respondents in this study were selected using a non probability sampling method with purposive sampling technique. The research data were analyzed using Structural Equation Modeling with Partial Least Square (SEM-PLS) assisted by Google Colaboratory (Python). The results of this study reveal that perceived usefulness and perceived ease of use affect the tendency of generation Z in Batam City to become brand evangelists.

Keywords: : perceived usefulness, perceived ease of use, brand evangelist, generation Z.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kegunaan) terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist.* Latar belakang penelitian ini dilakukan adalah generasi Z merupakan generasi yang akrab dengan penggunaan teknologi digital dan komunikasi, seperti media sosial, sehingga tidak menutup kecenderungan generasi Z dapat menjadi seorang *brand evangelist*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 107 orang dari generasi Z di Kota Batam. Responden dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling.* Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS) dibantu dengan *Google Colaboratory* (Python). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi *brand evangelist*.

Kata Kunci: persepsi manfaat, persepsi kegunaan, *brand evangelist*, generasi Z

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

A. PENDAHULUAN

Pada abad ke-21, era di mana digitalisasi telah berkembang dengan pesat menjadikan teknologi tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, karena teknologi akan selalu berjalan maju sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan ini pula sangat mudah untuk setiap individu memperoleh berbagai informasi maupun fenomena yang terjadi di belahan dunia mana saja (Wahyudi & Sukmasari, 2014). Kemajuan teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat dan dampaknya pun berubah seiring dengan kemajuannya. Kecanggihan internet saat ini memungkinkan semua informasi dan peristiwa dunia langsung tersebar melalui jaringan tanpa batas (Rais et al., 2018). Dalam era globalisasi, teknologi telah mencapai tingkat kecanggihan yang dapat membelalakkan mata setiap insan yang peka akan perkembangannya. Jika teknologi dimanfaatkan dengan bijak dan tepat maka dapat memainkan peran penting dalam kemajuan negara (Suhadi et al., 2021). Perkembangan teknologi dalam kehidupan dimulai dari hal-hal yang sederhana dalam perilaku sehari-hari hingga mencapai ke tingkat pemenuhan kebutuhan dan kepuasan baik sebagai individu maupun makhluk sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwasannya penyebab awal terjadinya era globalisasi yang begitu cepat merajalela dari dugaan awal adalah dikarenakan pesatnya teknologi-teknologi, seperti implementasi internet, e-commerce, sosial media, intranet dan lain sebagainya yang perlahan mulai menerobos batas fisik antar negara.

Generasi Z atau generasi zilenial ialah mereka yang lahir setelah tahun 1995 dan cenderung menjadi individu yang telah terbiasa dengan teknologi karena sedari mereka lahir telah dicekoki teknologi-teknologi digital yang canggih (Zorn, 2017). Generasi Z memiliki beberapa perilaku ataupun watak yang cukup khas di mana terbentuk melalui faktor-faktor geografis juga sosial-ekonomi. Salah dari sekian ciri utama dari Generasi Z adalah penggunaan serta keakraban mereka dengan teknologi digital, komunikasi dan media zaman sekarang (Zis et al., 2021). Para Generasi Z tidak segan untuk menunjukkan seberapa kreatif dan inovatif mereka dengan perkembangan teknologi zaman sekarang diikuti perasaan gairah dan produktivitas akan kemajuan teknologi saat ini.

Menurut McKansey, perilaku Generasi Z dapat diidentifikasi dalam empat aspek utama yang didasarkan pada keyakinan bahwasannya Generasi Z merupakan generasi yang sedang mencari kebenaran (Francis & Hoefel, 2018). McKansey menjelaskan pada poin pertama, Generasi Z disebut sebagai "*The Undefined ID*", yang dimaksud dengan Generasi Z merupakan generasi yang menghargai setiap individu tanpa memberi label tertentu; mereka mencari identitas diri yang membuat mereka sangat terbuka untuk memahami bahwa setiap orang memiliki keunikan yang berbeda-beda. Pada poin kedua, Generasi Z diakui sebagai "*The Communaholic*", yaitu generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas dengan memanfaatkan teknologi untuk memperluas manfaat yang ingin diberikan. Poin ketiga, Generasi Z dikenal sebagai "*The Dialoguer*", yang percaya akan pentingnya suatu komunikasi dalam menyelesaikan konflik, di mana perubahan dapat terjadi melalui "komunikasi" yang baik. Disebutkan Gen Z sebagai *The Dialoguer* berarti mereka terbuka terhadap beragam pemikiran individu dan senang melakukan interaksi dengan orang dan kelompok yang berbeda-beda. Keempat, Generasi Z dijuluki sebagai "*The Realistic*", di mana memiliki arti bahwasannya Generasi Z lebih praktis dan analitis dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Dengan ini dapat dikatakan bahwa, Generasi Z lebih cenderung idealis; menikmati kemandirian dalam mempelajari dan mencari

informasi suatu hal sehingga mereka tertarik mengambil kontrol lebih terhadap keputusan yang telah mereka buat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik yang telah merilis Sensus Penduduk Tahun 2020 (SP2020), laporan SP2020 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia terdiri dari Generasi Z dan Generasi Milenial.

Gambar 1. Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 (Badan Pusat Statistik)

Generasi Z yang lahir dengan rentang tahun mulai dari 1995 menyumbang sekitar 27,94% dari keseluruhan populasi masyarakat di Indonesia. Generasi ini termasuk dalam usia produktif yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan baik ekonomi maupun telekomunikasi.

Dengan perkembangan teknologi berupa media sosial saat ini, Generasi Z sangat mudah mengakses media-media sosial terbaru, berbeda dengan zaman dahulu yang keseluruhannya masih tradisional. Generasi Z dipercaya tidak pernah mengenal dunia tanpa internet juga teknologi dan dalam banyak hal, mereka berada di garda terdepan dalam membentuk masa depan internet dan teknologi itu sendiri. Misalnya, jika dahulu orang-orang yang ingin berbelanja akan mendatangi *offline store* yang ingin dikunjungi, namun tidak dengan Gen Z. Generasi Z yang mulai melek akan teknologi tidak akan susah-susah ataupun memilih jalan yang rumit, cukup mereka mengunduh aplikasi media sosial yang memiliki kegunaan membeli barang ataupun jasa yang ada, maka mereka akan bebas berbelanja dengan lebih praktis dan mudah. Dengan ini, secara tidak langsung, Generasi Z hidup sebagai pengguna teknologi yang mahir dan juga cekat akan kemajuan teknologi.

Dalam teori adopsi teknologi yaitu TAM atau *Technology Acceptance Model* yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi berupa media sosial, salah satunya adalah *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* merupakan tingkat kepercayaan konsumen bahwa menggunakan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerja, selain itu pengguna memiliki persepsi kebergunaan terhadap teknologi berupa media sosial dalam meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Selain *perceived usefulness*, dalam menggunakan sebuah teknologi berupa media sosial, pengguna juga akan lebih tertarik jika media sosial tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Tingkat di mana suatu teknologi dapat mudah dipahami dan digunakan merupakan faktor kedua dalam teori TAM yaitu *perceived ease of use* (Davis, 1989). Kedua faktor ini merupakan faktor utama dari teori penerimaan penggunaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) (Wida et al., 2016).

Keterkaitan antara sebuah teknologi berupa media sosial dengan Generasi Z dan persepsi kemudahan serta persepsi kegunaan merajut koneksi yang cukup erat. Hal ini menjadi alasan yang kuat bahwasannya seorang dari Generasi Z sangat mungkin untuk menjadi seorang *brand evangelist*. *Brand evangelism* dikenalkan pada publik

pada tahun 1991 oleh Kawasaki. *Brand evangelism* merupakan perpanjangan dari komunikasi positif *word-of-mouth*. Meskipun komunikasi *word-of-mouth* tidak selalu didasarkan pada sudut pandang persuasif, *brand evangelism* merupakan mode persuasi karena seseorang *evangelist* bertindak sebagai juru bicara yang tidak dibayar atas nama merek apapun (Doss, 2015). *Brand Evangelism* adalah suatu konsep yang menggambarkan tingkat keterlibatan aktif konsumen dan dukungan terhadap suatu merek, termasuk aktivitas seperti membeli produk merek tersebut, menyebarkan pesan positif tentang merek tersebut, tidak merekomendasikan merek kompetitor dan membujuk orang lain agar memperhatikan merek tersebut (Becerra & Badrinarayanan, 2013).

Brand evangelism ialah jenis komunikasi pemasaran yang melibatkan konsumen dalam suatu merek, di mana konsumen mengembangkan hubungan yang erat dan relasional dengan merek tersebut. Jika seseorang ingin menjadi *brand evangelist*, maka ia perlu memahami secara mendalam tentang merek tersebut (Yan, 2011). Hal ini dapat dikatakan dengan adanya seorang *brand evangelist* adalah salah satu bentuk *marketing* yang efektif. Berdasarkan kajian materi yang disusun oleh (Patel, 2016) pada situs majalah online Forbes, para *brand evangelist* melakukan beberapa langkah untuk menyukseskan pekerjaannya, diantaranya:

1. *They start movements*. Para *brand evangelist* memulai pemasaran mereka dengan terbiasa dan nyaman akan rasa ketidaknyamanan itu sendiri. Mereka akan tetap menyuarakan '*brand*' yang mereka senangi secara emosional dengan lantang dan jelas. Mereka membeli iklan seperti instagram *ads* ataupun tiktok *ads* bukan atas dasar 'peraturan' ataupun 'kontrak' dengan suatu *brand*, sebaliknya, mereka menggunakan hal tersebut secara sukarela dan sebagai tempat mereka mengiklankan merek yang mereka senangi. Para *brand evangelist* turut menggunakan *personal branding* sebagai tempat mereka melakukan tugas sebagai seorang brand evangelist.
2. *They explain*. Para *brand evangelist* menjelaskan merek yang mereka sukai dengan telaten dan tepat. Sesungguhnya, para *brand evangelist* adalah bentuk pemasaran konten yang berjalan dan juga berbicara secara real.
3. *They inspire*. Para *brand evangelist* menanamkan pesan pemasaran dengan penuh semangat, mereka menarik perhatian lebih dari sekadar video ataupun cuplikan yang sedang viral, konten yang panjang ataupun kampanye yang beredar di sosial media. Hal ini dikarenakan pada saat mereka memasarkan produk, semuanya telah dicerna sebagai pengalaman pribadi mereka terhadap sebuah merek, mereka tidak terpaku oleh susunan atau aturan marketing yang kaku dari sebuah perusahaan dan hanya menguntungkan salah satu pihak. Sebaliknya, cara kerja *brand evangelist* dapat sesederhana mereka mengakses sosial media seperti Facebook, Instagram ataupun Twitter dan menulis pengalaman positif mereka menggunakan sebuah merek yang nantinya akan dibaca oleh publik.

Ketika melihat fenomena di mana salah satu contohnya adalah seorang generasi Z yang memberikan komentar pada *section* yang disediakan pada media sosial seperti Tiktok; komentar positif terkait sebuah merek yang mereka senangi, membuat sebuah konten video yang berisikan *feedback* dan komentar mereka terhadap produk yang mereka senangi, akan muncul dalam benak, "Kira-kira apa yang membuat mereka begitu tertarik dengan merek tersebut sampai rela membuat sebuah video yang memuja-muji produk tersebut, padahal produk tersebut yang menjual bukan hanya merek tersebut?". Fenomena ini dapat disebut dengan *brand evangelism*, di mana seorang *brand evangelist* begitu mencintai suatu merek secara emosional bahkan

terbilang fanatik dan memiliki rasa khusus terhadap merek tersebut, baik untuk kualitas produk yang ditawarkan, gaya, layanan yang disediakan untuk pelanggan sehingga mereka akan dengan tulus dan sukarela membagikan pengalaman mereka dalam setiap kesempatan yang mungkin, entah di media sosial maupun *face to face*.

Disamping dari fenomena dan data yang telah dijelaskan pada poin-poin di atas terkait adopsi teknologi terhadap kecenderungan generasi Z menjadi seorang *brand evangelist*, penulis juga menemukan beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang *brand evangelism* yang terdapat celah penelitian (*research gap*); di mana penulis pada penelitian terdahulu yang dipublikasikan oleh (Kristian & Harris, 2023) penelitian terdahulu tersebut memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitiannya, yaitu variabel penelitian yang ditampilkan hanya variabel utama *influencers* terhadap *brand evangelism*. Penelitian terdahulu ini juga melakukan penelitian dengan tidak menjalankan interview secara langsung dengan *influencer* dengan pernyataan karena belum menemukan informan yang sesuai dengan kriteria (Kristian & Harris, 2023).

Oleh karena itu, dengan era digital yang terus-menerus berkembang, media sosial yang diduga banyak memberikan manfaat dan mudah diakses berhubungan erat dengan Generasi Z yang merupakan salah satu kelompok yang tumbuh bersama teknologi modern, Gen Z cukup berpotensi untuk menjadi brand evangelist yang berpengaruh bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk dalam sebuah merek. Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari salah satu teori adopsi teknologi yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist.*

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia, tepatnya di Kota Batam secara *online* dengan menyebarkan kuesioner *online* dengan Google Formulir. Penelitian ini dilakukan dengan periode mulai dari bulan November 2023 hingga April 2024.

Populasi penelitian ini adalah kelompok generasi Z yang berdomisili di Kota Batam, Indonesia yang berjumlah 324.462 penduduk jiwa yang diperoleh dari hasil sensus BPS terkait penduduk keseluruhan Kota Batam pada tahun 2020 yaitu 1.196.396 penduduk jiwa (Dapat dilihat pada Gambar 2) dikali dengan presentase generasi Z pada tahun 2020 sebesar 27.12%. (dapat dilihat pada Gambar 3)

Gambar 2. Hasil Sensus Penduduk Kota Batam Tahun 2020, BPS

Gambar 3. Hasil Presentase Sensus Penduduk Kota Batam Menurut Generasi Tahun 2020, BPS

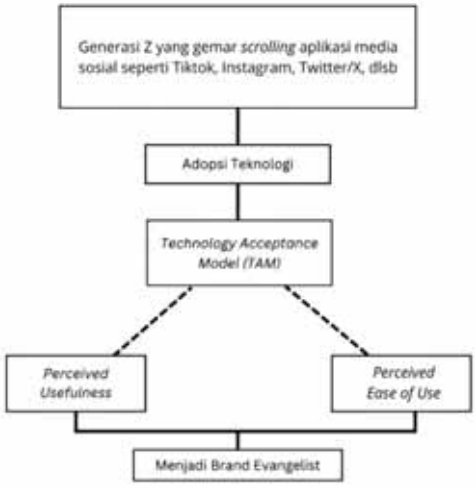
KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 13 NOMOR 01 JUNI 2024
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Kriteria responden dalam penelitian ini di antaranya ialah berjenis kelamin laki-laki ataupun perempuan dengan rentang tahun kelahiran 1995-2010, mempunyai aplikasi media sosial, pernah memberikan review terhadap produk yang dibeli dari media sosial, serta penngemar terhadap sebuah merek.

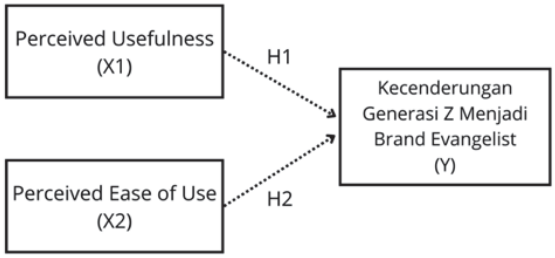
Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada batas minimum 100 responden melalui Google Form. Adapun skala pengukuran dalam metode ini ialah skala likert dengan 4 poin untuk menjaring data penelitian yang lebih akurat karena kategori pada poin ketiga atau *undeciden* (netral atau ragu-ragu) memiliki arti ganda sehingga berisiko menimbulkan efek yang dapat menghilangkan banyak data penelitian serta mengurangi informasi (Sujarweni, 2019)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat pengolahan data berupa *Structural Equation Modelling* dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS) dibantu dengan Google Colab (Python) dalam melakukan analisis data serta pengujian atas hipotesis.

Kerangka konseptual dan hipotesis dalam penelitian yang diteliti dapat dilihat di bawah ini.



Gambar 4. Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 5. Model Penelitian

H_1 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist.*

H_2 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist..*

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengukuran validitas konvergen dapat diobservasi dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Convergent Validity

Variabel	Indikator	Loadings	AVE
Perceived Usefulness (PU)	PU_1	0.773	0.512
	PU_2	0.839	
	PU_3	0.526	
	PU_4	0.811	
	PU_5	0.569	
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU_1	0.932	0.788
	PEOU_2	0.840	
Brand Evangelist (BE)	BE_1	0.873	0.668
	BE_2	0.844	
	BE_4	0.726	

Dapat diobservasi pada tabel 1 bahwa mayoritas indikator memiliki nilai *outer loading* lebih dari 0.7 yang berarti memiliki validitas konvergen yang baik. Namun, untuk indikator *perceived usefulness* dengan indikator PU_3 dan PU_5 memiliki nilai *outer loading* di bawah 0.7 atau lebih dari 0.5 sehingga memiliki validitas konvergen yang cukup baik (Chin & Todd, 1995).

Untuk nilai AVE tiap variabel berada pada nilai lebih dari 0.5, ini berarti syarat validitas konvergen yang baik telah terpenuhi dan konstruk telah menjelaskan

50% atau lebih variasi tiap instrument penelitiannya.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang mewakili setiap variabel memenuhi kriteria dan persyaratan yakni setiap konstruk memiliki nilai korelasi antar indikator yang valid untuk digunakan dalam proses pengolahan data selanjutnya.

Tabel 2. *Discriminant Validity*

	PEOU	PU	BE
PU_1	0.183176	0.773862	0.340183
PU_2	0.339808	0.839158	0.335731
PU_3	0.083187	0.526775	0.268112
PU_4	0.441436	0.811037	0.423710
PU_5	0.446035	0.569551	0.151905
PEOU_1	0.932727	0.400368	0.334996
PEOU_2	0.840860	0.278093	0.259295
BE_1	0.383861	0.370715	0.873834
BE_2	0.291953	0.353440	0.844370
BE_4	0.171974	0.379183	0.726427

Dapat diobservasi pada tabel 2, melalui uji *cross-loadings* yakni dengan membandingkan antar korelasi indikator dengan konstruknya dan konstruk dari indikator lainnya, bahwa korelasi setiap indikator dari variabel yang diteliti, yakni *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *brand evangelist* dengan konstruknya lebih tinggi dari korelasi dengan konstruk indikator lainnya, hal ini dapat membuktikan bahwasannya konstruk tersebut dapat memprediksi ukuran pada blok mereka dengan lebih baik dari blok lainnya, sehingga dengan ini persyaratan validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Perceived Usefulness	0.756143	0.839780
Perceived Ease of Use (PEOU)	0.741447	0.885523
Brand Evangelist	0.748721	0.859709

Dari hasil observasi tabel di atas, bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.7 sehingga setiap variabel memiliki nilai reliabel untuk kuesionernya. Diikuti nilai *composite reliability* lebih dari 0.7 yang membuktikan bahwa semua variabel mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.

Dengan ini disimpulkan, pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang mewakili setiap variabel telah memenuhi syarat dan reliabel untuk digunakan dalam proses mengolah data selanjutnya.

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R-Squared
Brand Evangelist	0.237638

Dapat diobservasi pada tabel 4, besar pengaruh variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *brand evangelist* sebesar 0.237638 atau 23.7%. Dengan ini diartikan, bahwa terdapat 76.3% merupakan variabel-variabel eksternal selain yang diteliti yang mempengaruhi *brand evangelist*.

Hasil pengujian hipotesis penelitian dengan uji *boostrapping* dan *path coefficients* dapat diobservasi pada tabel 5.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Perc.025	Perc.975	T_{hitung}	Keterangan
H_1	PU -> BE	0.255214	0.560248	4.906208	H_1 diterima
H_2	PEOU -> BE	0.031070	0.359143	2.329453	H_2 diterima

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Kecenderungan Generasi Z di Kota Batam Untuk Menjadi *Brand Evangelist*

Perceived usefulness memiliki pengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi *brand evangelist* (H1). Berdasarkan pernyataan ini, maka H1 diterima. Hasil ini didukung dengan

penelitian (Ramadany & Artadita, 2022; Wardana et al., 2022).

Dalam uji hipotesis penelitian (H1) ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang terlibat telah merasakan manfaat dari media sosial yang menyebabkan mereka cenderung menjadi seorang *brand evangelist*, di mana seorang *brand evangelist* akan menyebarkan merek yang mereka gemari kepada orang lain.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Kecenderungan Generasi Z di Kota Batam Untuk Menjadi *Brand Evangelist*

Perceived ease of use memiliki pengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi *brand evangelist* (H2). Berdasarkan pernyataan ini, maka H2 diterima. Hasil ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adhani et al., 2022) yang mengungkapkan terdapatnya pengaruh tentang bagaimana persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi yang dirasakan generasi Z sehingga mereka akan mengkomunikasikan merek tersebut kepada orang di sekitarnya.

Dalam uji hipotesis penelitian (H2) ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang terlibat telah merasakan kemudahan dari media sosial yang menyebabkan mereka cenderung dapat menjadi seorang *brand evangelist*, di mana seorang *brand evangelist* akan menyebarkan merek yang mereka gemari kepada orang lain.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan dalam penelitian ini, kedua variabel independen, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* hanya mempengaruhi variabel dependen, *brand evangelist* sebesar 23.7%, hal ini menjadikan bahwa masih ada 76.3% variabel lain selain *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang memiliki probabilitas dalam mempengaruhi variabel *brand evangelist*.

Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini ialah diketahui bahwasannya variabel *perceived usefulness* dan variablel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist*. Peneliti berharap bahwa penemuan hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi, sumbangsih dan dampak positif bagi peneliti selanjutnya, serta peneliti berharap penelitian ini mampu memperluas kajian literatur yang dibutuhkan terkait faktor-faktor yang mampu mempengaruhi seorang generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist*.

Implikasi Praktis/Kebijakan Manajerial

Penelitian ini menunjukkan jika *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) mempengaruhi kecenderungan generasi Z di Kota Batam dalam menjadi seorang *brand evangelist*. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi kepada perusahaan-perusahaan ataupun pemasar yang memasarkan sebuah merek atau produk yang target pemasarannya adalah seorang generasi z di Batam untuk menargetkan media sosial yang mereka gunakan dalam memasarkan atau menjualkan produk perusahaan tersebut. Kegunaan dari seorang pemasar atau perusahaan yang memiliki seorang *brand evangelist* adalah pemasar atau perusahaan akan mendapatkan pelanggan loyal dengan cara yang lebih efisien, salah satunya adalah si pemasar atau perusahaan tidak akan terlalu banyak menghamburkan biaya untuk pemasaran dalam menarik pelanggan, karena seorang *brand evangelist* akan dengan antusias dan semangat menyebarkan produk atau merek yang mereka gemari sesuai dengan pengalaman mereka menggunakan produk dari merek perusahaan atau pemasar tersebut. Dengan kemudahan dan manfaat yang mereka terima, maka ini akan menjadi potensi untuk seorang generasi Z menjadi seorang *brand evangelist*.

D. PENUTUP

Hipotesis pertama yaitu *Perceived Usefulness* terbukti berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi *Brand Evangelist* sehingga rumusan masalah pertama dalam penelitian ini telah terjawab yang kemudian sejalur dengan tujuan pertama penelitian ini yakni mengetahui bahwasannya *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist*.

Hipotesis kedua yaitu *Perceived Ease of Use* terbukti berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi *Brand Evangelist* sehingga rumusan masalah kedua dalam penelitian ini telah terjawab yang kemudian sejalur dengan tujuan kedua penelitian ini yakni mengetahui bahwasannya *perceived ease of use* berpengaruh terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Batam untuk menjadi seorang *brand evangelist*.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti beberapa variabel independen selain *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, sehingga dapat menghasilkan koefisien determinasi yang lebih baik.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti populasi selain generasi Z, misalnya generasi milenial dikarenakan berdasarkan Hasil Presentase Sensus Penduduk Kota Batam Menurut Generasi Tahun 2020, generasi milenial menduduki tingkat terbanyak disusul oleh generasi Z, dan berdasarkan penelitian Kanyawee Pornsrimate dan Anon Khamwon pada tahun 2021, selain generasi Z, generasi milenial juga cukup berpotensi menjadi seorang *brand evangelist*.

E. DAFTAR PUSTAKA

Adhani, I., Susilawati, Y., & Ruswianti. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Secara Online. *Transekonomika : Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, *2*(5), 121–130. https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.175

Becerra, E. P., & Badrinarayanan, V. (2013). The Influence of Brand Trust and Brand Identification on Brand Evangelism. *Journal of Product & Brand Management*, *22*(5/6), 371–383. https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0394

Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, *19*(2), 237–246. https://doi.org/10.2307/249690

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Doss, S. K. (2015). "Spreading the Good Word": Toward an Understanding of Brand Evangelism. *The Sustainable Global Marketplace. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10873-5_259

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*. Www.Mckinsey.Com. https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies

Kristian, & Harris, I. (2023). The Effectiveness of Mega Influencers, Macro Influencers, and Micro Influencers in Forming Brand Evangelists. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, *5*(2), 254–263. https://doi.org/10.31599/jimu.v5i02.2992

Patel, N. (2016). *What Does A Brand Evangelist Do, And Do You Need One?* Www.Forbes.Com. https://www.forbes.com/sites/neilpatel/2015/12/31/what-does-a-brand-evangelist-do-and-do-you-need-one/#:~:text=A brand evangelist is a,things that they have bought.

Rais, N. S. R., Dien, M. M. J., & Dien, A. Y. (2018). Kemajuan Teknologi Informasi Berdampak Pada Generalisasi Unsur Sosial Budaya Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Mozaik*, *10*(2), 61–71.

Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z Diindonesia. *YUME: Journal of Management*, *5*(1), 606–614. https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3700

Suhadi, Sastroatmodjo, S., Salain, M. S. P. D., Dharmawan, N. K. S., Hediati, F. N., Dahlan, T. A., Salsabila, A. R., Pujiono, Adhi, Y. P., Irawaty, Alfaris, M. R., Martitah, Arifin, S., Al-Fatih, S., Widiastuti, A. I., Muhtada, D., Widyawati, A., Mukminto, E., Fatimah, W. I., … Siregar, D. M. (2021). *Hukum & Teknologi: Berbagai Pemikiran Hukum*. Semarang : Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : PT Pustaka Barupress.

Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2014). Teknologi dan Kehidupan Masyarakat. *JAS : Jurnal Analisa Sosiologi*, *3*(1), 13–24. https://doi.org/10.20961/jas.v3i1.17444

Wardana, A. A., Saputro, E. P., Wahyuddin, M., & Abas, N. I. (2022). The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta). *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.051

Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model)Pada Perilaku Pengguna Instagram. *JUIMA - Jurnal Ilmu Manajemen*, *6*(2), 1–20.

Yan, J. (2011). Social Media in Branding: Fulfilling a Need. *Journal of Brand Management*, *18*, 688–696. https://doi.org/10.1057/bm.2011.19

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, *5*(1), 69–87. https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550

Zorn, R. L. (2017). Coming in 2017: A New Generation of Graduate Students-The Z Generation. *College and University Washington*, *92*(1), 61–63.

SERTIFIKAT

Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia

TERAKREDITASI

Kutipan dari Keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia

Nomor: 152/E/KPT/2023

Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode II Tahun 2023

Nama Jurnal Ilmiah:

Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi, dan Bisnis

E-ISSN: 29648238

Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma

Ditetapkan Sebagai Jurnal Ilmiah:

TERAKREDITASI PERINGKAT 6

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu:
Volume 10 Nomor 1 Tahun 2021 sampai Volume 14 Nomor 12 Tahun 2025

Jakarta, 25 September 2023

Plt. Direktur Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP. 196107061987101001

Alamat Redaksi
Kampus 2 Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma
Jl. Pd. Cabe Raya No.36, Pamulang, Kota Tangerang Selatan
Email : jurnal.kompleksitas@swadharma.ac.id