

AQ01	0,591	0,195	VALID
AQ02	0,428	0,195	VALID
V01	0,579	0,195	VALID
V02	0,631	0,195	VALID
V03	0,616	0,195	VALID
V04	0,439	0,195	VALID
VOR01	0,451	0,195	VALID
VOR02	0,513	0,195	VALID

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa variabel *Online Customer Review* yang menggunakan pengujian validitas menunjukkan semua indikator pada kuisioner ini dinyatakan valid dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1,195.

Tabel 6. Uji Validitas Online Customer Rating (X2)

Indikator	T hitung	T tabel	Keterangan
JR01	0,779	0,195	VALID
JR02	0,580	0,195	VALID
JR03	0,543	0,195	VALID
PKPDL01	0,730	0,195	VALID
PKPDL02	0,645	0,195	VALID

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa variabel *Online Customer Rating* yang menggunakan pengujian validitas menunjukkan semua indikator pada kuisioner ini dinyatakan valid dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1,195.

Tabel 7. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	T hitung	T tabel	Keterangan
PK01	0,609	0,195	VALID
PK02	0,548	0,195	VALID
PI01	0,563	0,195	VALID
PI02	0,550	0,195	VALID
EA01	0,367	0,195	VALID
EA02	0,546	0,195	VALID
KP01	0,542	0,195	VALID
KP02	0,576	0,195	VALID
PSP01	0,648	0,195	VALID
PSP02	0,636	0,195	VALID

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa variabel Keputusan Pembelian yang menggunakan pengujian validitas menunjukkan semua indikator pada kuisioner ini dinyatakan valid dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1,195.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	N of Items
<i>Online Customer Review</i>	0,770	0,06	12
<i>Online Customer Rating</i>	0,672	0,06	5
Keputusan Pembelian	0,755	0,06	10

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji, dapat dilihat bahwa variabel XI, X2, dan Y yang menggunakan pengujian Reliabilitas menunjukkan Cronbach's Alpha (0,770; 0,672; 0,755) lebih besar dari 0,06. Sehingga variabel ini dikatakan reliabel.

C. Uji Normalitas

Tabel 9. Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
Asymp Sig. (2-tailed)	0,200	Normal

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas, hasil uji Kolmogorov Smirnov yang telah dilakukan menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Sehingga, nilai dari residual berdistribusi normal, karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

D. Uji Linearitas

Tabel 10. Uji Linearitas

	Sig	Linier
<i>Deviation from Linearity (Online Customer Review)</i>	0,509	Linier
<i>(Online Customer Rating)</i>	0,509	Linier

Sumber: Data diolah (2023)

Pada hasil uji menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X1, X2 dengan variabel Y karena nilai signifikansi yang dihasilkan uji linearitas adalah 0,596 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05.

E. Uji Multikolinearitas

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Online Customer Review	0,522	1,916
Online Customer Rating	0,522	1,916

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil nilai Tolerance karena lebih besar dari $> 0,10$ ($0,522 > 0,10$) maka artinya tidak terjadi Multikolinieritas. Dan jika dilihat pada nilai VIF dengan hasil $1,916 < 10,00$ maka artinya tidak terjadi Multikolinieritas.

F. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Online Customer Review</i>	0,108	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
<i>Online Customer Rating</i>	0,878	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil signifikansi variabel *Online Customer Review* yaitu sebesar $0,108 > 0,05$ dan hasil signifikansi variabel *Online Customer Rating* yaitu sebesar $0,878 > 0,05$. Yang artinya, antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

G. Uji Parsial (t)

Tabel 13. Uji t

Variabel	B	t _{tabel}	t	Sig.
Constant	14.987		4.403	0.000
<i>Online Customer Review</i>	0.375	1.98397	4.203	0.000
<i>Online Customer Rating</i>	0.439	1.98397	2.546	0.012

Sumber: Data diolah (2023)

Pada signifikansi variabel dari *Online Customer Review* itu sendiri adalah 0,000 yang mana adalah lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05 yang

menandakan jika adanya pengaruh antara *Online Customer Review* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga Hipotesis (H₁) diterima dimana *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc pada *Marketplace* Shopee.

Lalu, pada tabel juga menunjukkan, jika signifikansi variabel dari *Online Customer Rating* sebesar 0,012 yang mana adalah lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 yang menandakan jika tidak ada pengaruh antara *Online Customer Rating* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga hipotesis (H₂) diterima dimana *Online Customer Rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc pada *Marketplace* Shopee.

H. Uji F

Tabel 14. Uji F

	<i>Sum of squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	578.699	2	289.350	37.296	0.000
<i>Residual</i>	775.825	100	7.758		
Total	1354.524	102			

Sumber: Data diolah (2023)

Pada uji F didapatkan nilai signifikansi regresi adalah 0,000 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan pada uji F ini, *Online Customer Review* (X1), dan *Online Customer Rating* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Somethinc pada *Marketplace* Shopee.

I. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 15. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. error of the estimate
<i>Regression</i>	0.654	0.427	0.416	2.785

Sumber: Data diolah (2023)

Pada uji Koefisien Determinasi didapatkan hasil, jika di nilai R Square adalah 0,427 atau 42,7% yang menandakan bahwa *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* membawa pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 42,7%. Kemudian sisanya, ialah sebesar 57,3% dibawa pengaruh oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

VI. IMPLIKASI MANAJERIAL

Implikasi yang ditemukan dalam penelitian ini, bahwa terjadinya keputusan pembelian konsumen dapat terjadi dengan adanya 2 variabel, yaitu: *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating*. Melalui fitur tersebut tentunya sangat membantu para calon konsumen membuat keputusan pembelian produk secara *online* berdasarkan hasil *review* dan ulasan tinggi ataupun rendahnya kualitas produk hingga layanan yang diberikan. Sehingga, penelitian ini, tentunya dapat membantu para calon konsumen yang ingin berbelanja *online* untuk mengetahui kualitas produk yang diberikan melalui fitur yang telah disediakan dari aplikasi Marketplace yang telah tersedia. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat untuk para perusahaan selaku produsen yang memasarkan produknya secara *online* agar dapat dijangkau lebih banyak masyarakat secara luas juga dapat memikirkan kualitas produk dan layanan yang diberikasn kepada *customer*.

VII. KESIMPULAN

Dalam penelitian yang dilakukan, adanya pengaruh positif dan signifikan antara *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc pada *marketplace* Shopee. Hal ini telah terbukti pada saat dilakukan uji t atau uji parsial dan didapatkan hasil dari nilai signifikan variabel *Online Customer Review* yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dimana artinya adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan yang menandakan jika H_1 diterima. Tentunya, hasil ini sejalan juga dengan sebuah penelitian (Yayli dan Bayram, 2012) dalam penelitiannya juga mendapati hasil jika variabel *Online Customer Review* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan dikatakan juga bahwa jumlah *review* memiliki efek dalam keputusan pembelian konsumen karena dapat meningkatkan popularitas dari produk.

Dan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc pada *marketplace* Shopee. Hal ini telah terbukti pada saat dilakukan uji t atau uji parsial dan didapatkan hasil dari nilai signifikan variabel *Online Customer Rating* yaitu sebesar $0,012 < 0,05$. Dimana artinya adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan yang menandakan jika H_2 diterima. Tentunya, hasil ini sejalan juga dengan sebuah penelitian (Asri Nugrahani Ardianti dan Dr. Widiartanto, M.AB, 2019) dalam penelitiannya juga mendapati hasil jika variabel *Online Customer Rating* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

VIII. KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dan saran yang akan diberikan kepada peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut: (1) Penelitian ini menggunakan data kurun waktu cukup pendek, mungkin saja akan berbeda jika dalam jangka waktu yang panjang. Sehingga,



penelitian kedepannya dapat mempersiapkan pengambilan data dengan waktu yang cukup panjang dan tidak singkat, (2) Dalam proses penyebaran data pada penelitian ini hanya menggunakan penyebaran data kuesioner secara online. Pada penelitian selanjutnya, ada baiknya diikuti dengan metode wawancara ataupun penyebaran kuesioner secara offline supaya informasi yang didapatkan bisa lebih banyak dan responden juga paham dengan penelitian yang akan diteliti, (3) Pada penelitian ini hanya melihat dari sisi kecantikan khususnya *Skincare*. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan sisi *fashion*, dan *make up*. (4) Butir pernyataan pada kuesioner dalam penelitian ini cukup panjang. Kedepannya untuk peneliti selanjutnya, dapat memperbaiki butir-butir pernyataan pada kuesioner yang dibuat lebih singkat lagi dalam memperjelas dan mempersingkat butir pernyataan agar dapat dipahami responden ketika membaca.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee. (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.

Dinda, A. N. (2022). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee pada mahasiswa program studi manajemen Universitas Islam Balitar Blitar* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM BALITAR, BLITAR).

Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee.

Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.

Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). CUSTOMER ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MODELIAFASHION PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA JAKARTA. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15-24



Regina Dwi Amelia, Michael, M., & Mulyandi, R. . (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(02), 274–280.

Widiyanto, Ibnu, and Sri Lestari Prasilowati. "Perilaku pembelian melalui internet." *Jurnal manajemen dan kewirausahaan* 17.2 (2015): 109-122.

Mulyandi, M. Rachman. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 1.1 (2022): 121-125.

Putri, Prisma Miardi, and R. A. Marlien. "Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 5.1 (2022): 25-36.



PENGARUH BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSER, DAN CUSTOMER REVIEW DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING

Sharen Fernanda Marvin*¹
(sharenfm@gmail.com)

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *brand image*, *celebrity endorser*, dan *customer review* di Instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini yaitu *brand image*, *celebrity endorser*, dan *customer review* sedangkan variabel terikatnya (*dependen*) yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yakni melibatkan seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening. Peneliti mengambil sampel dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan alat instrument berupa kuesioner dan data sekunder yang berasal dari data riset peneliti sebelumnya. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS yang menjadi alat pengolahan dan pengujian data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image*, *celebrity endorser*, dan *customer review* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image; Celebrity Endorser; Customer Review; Keputusan Pembelian*

Abstract

The purpose of this study was to determine whether brand image, celebrity endorser, and customer reviews on Instagram influence the purchasing decision of Scarlett Whitening products. The independent variables in this study are brand image, celebrity endorsers, and customer reviews, while the dependent variable is purchasing decisions. The population in this study involved all consumers who had purchased Scarlett Whitening products. Researchers took a sample with a total of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling with certain criteria. The data used in this study are primary data with instruments in the form of questionnaires and secondary data derived from research data from previous researchers. This study uses multiple linear regression analysis using SPSS as a data processing and testing tool. The results of this study indicate that brand image, celebrity endorser, and customer reviews on Instagram have a positive effect on o purchasing decisions.

Keyword: *Brand Image; Celebrity Endorser; Customer Review; Purchase Decision*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini semakin maju dan canggih, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan semakin banyaknya

angka pengguna internet di Indonesia yang dapat dilihat dari persentase penetrasi internet di Indonesia yang terus mengalami kenaikan dari tahun 2018 yaitu sebesar 64,8% dan pada tahun 2022 meningkat mejadi 77,02%. Salah satu media sosial yang saat ini telah banyak digunakan dan diakses masyarakat secara luas yaitu Instagram. Berdasarkan hasil riset penjualan team Asosiasi *Digital Marketing* Indonesia, produk yang paling laris di *e-commerce* periode Februari 2022 yaitu produk kecantikan dengan angka penjualan mencapai 33,4 juta. Hal ini dikarenakan perawatan kulit merupakan kebutuhan masyarakat yang sangat penting saat ini, terutama di kalangan wanita karena pada dasarnya penampilan seseorang sangat terlihat dari kulit dan wajah mereka. Salah satu bentuk perawatan kulit dan wajah yang dilakukan masyarakat yaitu dengan menggunakan *skincare*. Saat ini Scarlett Whitening menjadi salah satu merek atau *brand* perawatan kulit (*skincare*) yang populer dan terkenal di kalangan masyarakat dibuktikan dengan data Kompas (Riset Internal) bahwa *Body lotion* dan Serum wajah *brand* Scarlett Whitening menjadi produk terlaris pada periode Agustus 2021-2022.

Scarlett Whitening juga berhasil memenangkan beberapa penghargaan yaitu sebagai *Top Growth Brand 2020*, *Top Favorite Local Brand 2021*, *Top Fast Moving Consumer Goods (FMCG) Brand 2021*, dan *Top Favorite Seleb-preneur 2021*. Hal ini tentunya akan membentuk citra merek (*brand image*) di persepsi masyarakat karena semakin baik *brand image* yang dapat dibangun maka akan semakin baik pula persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau *brand* tersebut. Selain citra merek (*brand image*), faktor lain yang mendukung konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian yaitu melalui bentuk promosi yang dilakukan perusahaan tersebut. Scarlett Whitening memanfaatkan Instagram sebagai media promosinya dimana Scarlett Whitening menggunakan *celebrity endorser* di Instagram untuk membantu mempromosikan produknya. Jika dilihat dari postingan di Instagram Scarlett Whitening, bahwa postingan produk dengan adanya foto selebriti tersebut memiliki likes dan komentar yang jauh lebih banyak dibandingkan postingan foto produk saja tanpa foto selebriti sehingga hal ini menunjukkan bahwa dengan penggunaan selebriti memunculkan ketertarikan masyarakat terhadap produk tersebut.

Pembelian suatu produk oleh konsumen tentunya akan memunculkan review atau *feedback* dari konsumen itu sendiri baik review yang memuaskan maupun kurang memuaskan setelah membeli dan menggunakan produk tersebut. Sebagian besar penjualan *online* saat ini dipengaruhi oleh review dari para customer dimana melalui *customer review* ini lah dapat dijadikan pertimbangan bagi konsumen lain untuk melakukan pembelian seperti *review-review* mengenai kelebihan, kekurangan, serta kegunaan dari produk tersebut. *Review* yang semakin positif menunjukkan bahwa semakin baik citra produk atau *brand* tersebut di mata konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan sebaliknya *review* yang negatif atau kurang memuaskan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Ketiga variabel independen yang diteliti tersebut dapat

memberikan pengaruh terhadap konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian terdiri dari beberapa tahap/proses mulai dari mengenali masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif yang ada, melakukan pembelian, dan perilaku setelah melakukan pembelian.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya karena penelitian ini ingin menggunakan kombinasi dari 3 variabel yaitu *brand image*, *celebrity endorser* dan *customer review* dimana penelitian sebelumnya kebanyakan hanya menggunakan kombinasi 2 variabel yaitu *Celebrity Endorser* dan *Brand Image*. Dalam penelitian ini juga ingin meneliti pengaruh variabel tersebut di sosial media Instagram terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening bukan pada *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dll yang sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Dari fenomena ini, maka peneliti ingin mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh *brand image*, *celebrity endorser* dan *customer review* di Instagram terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening sehingga penelitian ini diberi judul “Pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser* dan *Customer Review* di Instagram terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening”.

II. TELAAH LITERATUR

Menurut Ajzen (2005) mengemukakan tentang teori *Planned Behaviour* adalah sebuah teori yang memfokuskan tentang rasionalitas perilaku manusia yang dilakukan secara sadar. Dalam teori ini sikap terhadap perilaku merupakan hal penting dalam melakukan perbuatan yang didasarkan pada pertimbangan perilaku persepsi dari orang lain. Apabila semakin positif sikap dan dukungan orang lain maka akan semakin tinggi niat seseorang untuk berperilaku.

Dalam penelitian ini, adanya brand image yang terbentuk di benak konsumen akan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk tersebut dimana apabila semakin positif citra merek tersebut maka akan memunculkan niat konsumen untuk membeli produk tersebut. Perilaku pembelian dapat muncul karena adanya pertimbangan atau dorongan dari persepsi orang lain seperti dukungan dari *celebrity endorser* dalam mempromosikan produk. Semakin baik selebriti merekomendasikan produk tersebut, maka semakin besar pula minat konsumen untuk membelinya. Sikap dan dukungan yang positif juga dapat dilihat dari *review* konsumen dimana *review-review* positif menunjukkan semakin baik sikap seseorang terhadap suatu produk dan sikap tersebut lah yang akan mendorong niat seseorang untuk melakukan pembelian.

Citra merek (*Brand Image*) saat ini menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016), *brand image* adalah persepsi dan kepercayaan konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang muncul dalam ingatan konsumen. Dari sudut pandang masyarakat, semakin baik citra merek suatu perusahaan maka semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan dan semakin tinggi pula manfaat yang akan

diterima konsumen. Selain itu, citra merek yang baik akan berpengaruh dalam jangka panjang terhadap keberlangsungan perusahaan karena sebagian besar masyarakat akan tetap membeli produk yang sudah memiliki citra yang baik atau yang terpercaya meskipun harganya cukup tinggi.

Dalam mempromosikan sebuah produk dibutuhkan penggunaan *celebrity endorser* dimana dengan adanya figure yang dikenal sebagian besar masyarakat membuat informasi suatu produk akan lebih dikenal dan mudah diingat oleh masyarakat. Menurut Terence A. Shimp (2002), *Celebrity endorser* adalah artis, entertainer, atlet, dan publik figur yang dikenal banyak orang karena keberhasilannya dalam bidangnya masing-masing. *Celebrity Endorser* adalah seorang pendukung dari suatu iklan atau bisa disebut sebagai bintang iklan yang dapat membuat produk yang diiklankan menjadi lebih menarik (Bimal et al, 2012).

Sebelum melakukan pembelian, masyarakat tentunya akan mencari *review-review* customer lain dari penggunaan produk tersebut agar tidak mengecewakan nantinya. *Online customer review* dapat bertindak sebagai alat pendukung keputusan, mekanisme untuk umpan balik (feedback) yang diberikan konsumen, dan sistem rekomendasi pada platform belanja online dimana pemasar dapat menggunakan informasi dari ulasan pelanggan tersebut untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi produk yang dibutuhkan konsumen (Hurriyati dkk, 2017). *Customer review* merupakan salah satu bentuk komunikasi mulut ke mulut/*Word of Mouth* (WOM) yang dijadikan konsumen sebagai alat untuk mencari informasi tentang suatu produk atau *brand*.

Tinjauan Pustaka

Menurut Kotler dan Keller (2016), *brand image* adalah persepsi dan kepercayaan konsumen yang tercermin dalam asosiasi yang muncul di benak konsumen. Citra merek (*Brand Image*) yang terbentuk di benak setiap konsumen sangat bervariasi tergantung dari pandangan atau persepsi masing-masing konsumen itu sendiri terhadap produk atau merek tersebut. Semakin positif citra merek suatu perusahaan maka semakin banyak persepsi atau nilai positif yang dapat dibentuk konsumen tentang produk perusahaan tersebut. Penciptaan citra merek yang positif mendorong masyarakat untuk membeli produk tersebut. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Talopod, Tampi, dan Mukuan (2020) yang menyatakan bahwa citra merek mempengaruhi keputusan pembelian. Maka H1 dari penelitian ini, yaitu:

H1: *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening.

Celebrity endorser merupakan tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat karena prestasinya dalam bidang berbeda dari golongan produk yang didukung dan diharapkan akan mempengaruhi sikap perilaku konsumen yang baik pada produk yang didukung (Shimp, 2003:460). Saat ini sebagian besar

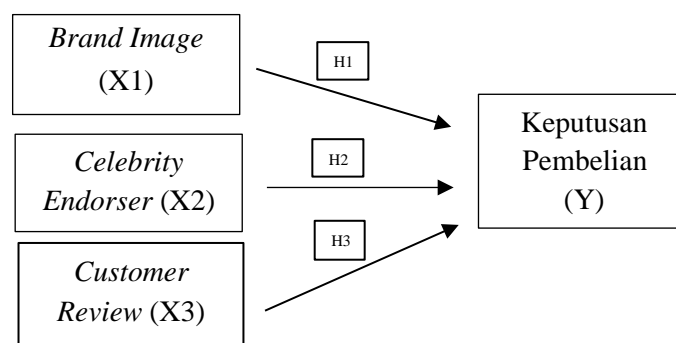
masyarakat mengetahui keberadaan sebuah produk karena adanya penggunaan *celebrity endorser* dari setiap perusahaan atau merek. Pemilihan atau penggunaan *celebrity endorser* yang sesuai dengan karakteristik sebuah produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen karena semakin tinggi kredibilitas dan popularitas selebriti maka akan semakin memikat konsumen untuk memilih produk tersebut. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Wardani dan Maskur (2022) yang menyatakan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka H2 dari penelitian ini, yaitu:

H2: *Celebrity Endorser* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening.

Online customer review dapat berfungsi sebagai alat bantu pendukung keputusan, mekanisme untuk *feedback* yang diberikan konsumen, dan sistem rekomendasi pada platform belanja *online* dimana pemasar dapat menggunakan informasi dari *online customer review* untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi produk yang dibutuhkan konsumen (Hurriyati dkk, 2017).

Sebelum membeli produk, masyarakat tentunya terlebih dahulu mencari informasi tentang produk yang ingin mereka beli. Pencarian informasi tersebut dapat dilakukan dengan melihat dari review atau pengalaman-pengalaman konsumen lainnya yang pernah menggunakan atau membeli produk tersebut. Apabila banyaknya ditemukan *review* yang positif dari para customer maka menunjukkan semakin baik kualitas produk tersebut dan semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan produk sehingga akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cahyani, Mulyono, dan Sakti (2022) yang menyatakan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen melalui sosial media Instagram, Maka H3 dari penelitian ini, yaitu:

H3: *Customer Review* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening di

Instagram. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu berusia 15-35 tahun dan pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening lebih dari 2x dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survei yang didukung dengan alat instrument kuesioner dan disebarakan melalui Google Form. Kuesioner ini menggunakan Google Form dengan pengukuran skala likert. Selanjutnya data diolah untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian yang terakhir yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji F, uji koefisien determinasi, serta uji t.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
<i>Brand Image (X1)</i>		
BI1	0,000	Valid
BI2	0,000	Valid
BI3	0,000	Valid
BI4	0,000	Valid
BI5	0,000	Valid
BI6	0,000	Valid
<i>Celebrity Endorser (X2)</i>		
CE1	0,000	Valid
CE2	0,000	Valid
CE3	0,000	Valid
CE4	0,000	Valid
CE5	0,000	Valid
CE6	0,000	Valid
CE7	0,000	Valid
CE8	0,000	Valid
<i>Customer Review (X3)</i>		
CR1	0,000	Valid
CR2	0,000	Valid
CR3	0,000	Valid
CR4	0,000	Valid
CR5	0,000	Valid
CR6	0,000	Valid
CR7	0,000	Valid
CR8	0,000	Valid

Keputusan Pembelian (Y)

KP1	0,000	Valid
KP2	0,000	Valid
KP3	0,000	Valid
KP4	0,000	Valid
KP5	0,000	Valid
KP6	0,000	Valid
KP7	0,000	Valid
KP8	0,000	Valid
KP9	0,000	Valid
KP10	0,000	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Standar	Keterangan
Brand Image (X1)	0,867	0,7	Reliabel
Celebrity Endorser (X2)	0,878	0,7	Reliabel
Customer Review (X3)	0,9	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,913	0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>Unstandarized Residual</i>	Keterangan
N	90	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,040	Tidak Normal
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,355	Normal

Sumber: Data diolah (2023)

Pada uji normalitas dan seterusnya data responden yang diolah sebanyak 90 responden dikarenakan data dengan 100 responden terjadi ketidaknormalan data sehingga dilakukan outlier sebanyak 10 data kemudian dilakukan pengujian ulang dan didapatkan hasil bahwa residual telah berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,678	1,476	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Celebrity Endorser</i>	0,610	1,639	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Customer Review</i>	0,736	1,360	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,213	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Celebrity Endorser</i>	0,189	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Customer Review</i>	0,727	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		t	Signifikansi
	B	Std. Error		
<i>(Constant)</i>	6,579	3,587	1,834	0,070
<i>Brand Image</i>	0,265	0,123	2,150	0,034
<i>CelebrityEndorser</i>	0,265	0,104	2,538	0,013
<i>Customer Review</i>	0,616	0,100	6,177	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,758 ^a	0,575	0,560

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 8. Uji F

Model	Df	F	Sig.
Regression	3		
Residual	86	38,821	0,000 ^b
Total	89		

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 9. Uji Hipotesis

Variabel	Beta	t	Sig.
<i>Brand Image</i>	0,184	2,150	0,034
<i>Celebrity Endorser</i>	0,228	2,538	0,013
<i>Customer Review</i>	0,506	6,177	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

IV. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan tabel diketahui bahwa hasil uji validitas dengan jumlah 100 responden semuanya item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari seluruh nilai signifikansi tiap item pernyataan yakni $< 0,05$ yang berarti semua pernyataan dalam kuesioner valid.

Variabel *brand image* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,867, variabel *celebrity endorser* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,878, variabel *customer review* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,9, dan variabel keputusan pembelian memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,913. Semua variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari nilai standar *cronbach's alpha* sebesar 0,7 maka dapat disimpulkan semua variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,040 yakni $< 0,05$ yang berarti residual tidak berdistribusi normal. Dari pengujian Monte Carlo tersebut, didapatkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) yakni sebesar 0,355 yang berarti residual telah berdistribusi normal karena nilai signifikansi $> 0,05$.

Nilai VIF variabel *brand image* sebesar 1,476. Untuk variabel *celebrity endorser* diperoleh nilai VIF sebesar 1,639. Untuk variabel *customer review* diperoleh nilai VIF sebesar 1,360. Apabila dilihat dari nilai *tolerance*, variabel *brand image* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,678, variabel *celebrity endorser* memiliki nilai *tolerance* 0,610, dan variabel *customer review* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,736. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF < 10 dan memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Variabel *brand image* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,213. Variabel *celebrity endorser* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,189. Variabel *customer*

review memiliki nilai signifikansi sebesar 0,727. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Sig. > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan tabel uji regresi linier berganda maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 BI + \beta_2 CE + \beta_3 CR + e$$
$$KP = 6,579 + 0,265 BI + 0,265 CE + 0,616 CR + e$$

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,560 (56%) yang berarti variabel *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Customer Review* mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 56% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel dimana 38,821 > 3,10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Customer Review* secara simultan mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian sehingga dapat dikatakan layak.

Dari tabel *coefficients*, diperoleh nilai signifikansi untuk semua variabel yaitu < 0,05 atau t hitung > t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga hipotesis diterima.

V. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian t pada analisis regresi berganda, diperoleh nilai signifikansi variabel *Brand Image* (X1) sebesar 0,034 dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis yang berbunyi “*Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening*” diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Talopod, Tampi, dan Mukuan, 2020), (Febrianti, 2021), (Rahmani dan Wiryawan, 2022), (Ningrum, Dianawati, dan Basalamah, 2022), (Kawilarang, Tumbuan, dan Loindon, 2022), dan (Mustafa (2022). Dengan terbentuknya *brand image* produk yang baik di mata konsumen maka akan membuat kepercayaan konsumen semakin besar terhadap suatu produk tersebut serta konsumen akan merasa terjamin keamanannya dalam penggunaan produk tersebut. *Brand image* yang kuat dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan membantu serta mendorong konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini juga didukung dan diperkuat oleh teori *Planned Behaviour* dari Ajzen (2005) yakni menjelaskan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan, dimana konsumen akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian jika adanya *brand image* yang terbentuk di benak konsumen dan akan membuat pandangan konsumen semakin positif terhadap suatu produk atau merek yang akhirnya akan memunculkan niat konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian t pada analisis regresi berganda, diperoleh nilai signifikansi variabel *Celebrity Endorser* (X2) sebesar 0,013 dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis yang berbunyi “*Celebrity Endorser* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening*” diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darmansyah, Muhartini, dan Syamsul, 2014), (Fildzah dan Sari, 2017), (Sadilah dan Simamora, 2020), (Cahyani, Mulyono, dan Sakti, 2022), (Wardani dan Maskur, 2022), (Sari dan Sudarwanto, 2022), (Rahmani, MS, Wiryawan, 2022), (Kawilarang, Tumbuan, dan Loindon, 2022), (Sangkardi, Tumbuan, dan Tielung, 2022). Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan seorang selebriti untuk mempromosikan produknya dan agar keberadaan produk menjadi semakin luas di kalangan masyarakat. Semakin tinggi kredibilitas dan popularitas selebriti maka akan semakin memikat konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini juga didukung oleh teori *Planned Behavior* dari Arjen (2005) dimana perilaku pembelian dapat muncul karena adanya pertimbangan atau dorongan dari persepsi orang lain seperti dukungan dari seorang selebriti. Semakin baik seorang selebriti dalam merekomendasikan suatu produk maka akan semakin besar keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian t pada analisis regresi berganda, diperoleh nilai signifikansi variabel *Customer Review* (X3) sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis yang berbunyi “*Customer Review* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening*” diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari, Mapuasari, dan Janah, 2019), (Cahyani, Mulyono, dan Sakti, 2022), (Putri, Pratiwi, dan Andayani, 2022), (Sangkardi, Tumbuan, dan Tielung, 2022). Semakin baik review yang didapatkan konsumen dari penggunaan suatu produk atau merek maka menunjukkan semakin baik kualitas dari produk tersebut sehingga akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini juga didukung oleh teori *Planned Behaviour* dari Ajzen (2005) yakni sikap dan dukungan dari orang lain akan menjadi pertimbangan seseorang dalam berperilaku. Sikap dan dukungan ini dapat dilihat dari review-review dari konsumen lainnya dimana apabila semakin baik sikap dan dukungan yang diberikan terhadap suatu produk seperti banyaknya review dan komentar positif dari konsumen maka akan mendorong niat seseorang melakukan pembelian dan sebaliknya apabila banyaknya ditemukan review yang negatif dari penggunaan produk tersebut maka akan mengurungkan niat konsumen untuk melakukan perilaku pembelian.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yakni terdapat pengaruh positif dari variabel *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening sehingga hipotesis diterima. Terbukti bahwa *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening, *Celebrity Endorser* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening, dan *Customer Review* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yakni terdapat pengaruh positif dari variabel *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening sehingga hipotesis diterima. Terbukti bahwa *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening, *Celebrity Endorser* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening, dan *Customer Review* di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya yaitu diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber referensi agar mendapatkan informasi yang lebih mendukung dalam penelitian serta diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini seperti *perceived quality* dan *brand loyalty*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior 2nd Edition*. New York : Open University Press.
- Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia. (2022). *Survei Profil Internet Indonesia 2022*. (<https://apjii.or.id/survei>). Diakses pada tanggal 11 November 2022.
- Kompas. (2022). *Top 10 Brand Serum Wajah Terlaris 2022 di E-Commerce : Scarlett Duduki Peringkat 1*. (<https://kompas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/>). Diakses pada tanggal 11 November 2022.
- Darmansyah., Salim, M., Bachri, S. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2(2), 230-238.



- Febrianti, F. (2021). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Nagita Slavina dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Ekonomika*, 10 (2), 444-457.
- Fildzah, N. A., & Sari, D. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship*, 11(2), 99-112.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Loindong, S. S. R. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Beauty Vlogger, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (4), 770-779.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : PT. Indeks
- Ningrum, P. D., & Basalamah M. R. (2022) Pengaruh Promosi, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Laneige (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang 2018). *Jurnal Riset Manajemen*, 11, 105-113.
- Putri, A. K., Pratiwi, N. M. I., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Pada Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51-55.
- Rahmani, R. G dkk. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula). *Jurnal Ilmiah Ekonomi & Bisnis*, 10, 431-438.
- Sadilah, R., & Simamora, V. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Skincare Nature Republic. *Jurnal Bisnis & Entrepreneurship*, 4(2).
- Sangkardi, R., Tumbuan, W. J. F.A., Tielung, M. V. J (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Manado. *Jurnal LPPM Bidang Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum*, 5 (2), 1306-1319.
- Sari, N. P & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare Ms Glow (Studi pada Konsumen Ms Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Bisnis*, 1(2), 25-40.



- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Pormosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 5 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Talopod, R. V., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Jurnal Productivity*, 1 (3), 251-255.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1148-1160.



PENGARUH WORKPLACE BULLYING DAN BEBAN KERJA TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN KOTA PALEMBANG

Seklen Jessica Aurellia*¹
(seklenjessica02@gmail.com)

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Penelitian ini dilakukan analisis pengaruh *workplace bullying* dan beban kerja terhadap motivasi karyawan di Palembang. Responden yang digunakan sebanyak 30 karyawan dari perusahaan yang bergerak di dibidang otomotif sebagai sampel. Hasil dari pengujian menunjukkan pada variabel *workplace bullying* dengan tingkat signifikansi (sig) yaitu sebesar 0,380 dan menunjukkan hasil lebih besar daripada nilai 0,05. Dapat disimpulkan, variabel *workplace bullying* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi karyawan di Palembang dalam bekerja. Pada pernyataan hipotesis H1 yaitu variabel *workplace bullying* dapat memberikan pengaruh terhadap motivasi karyawan ditolak. Sedangkan hasil pengujian pada variabel beban kerja menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan menunjukkan hasil lebih kecil daripada nilai 0,05. Dapat disimpulkan, beban kerja memberikan pengaruh terhadap motivasi karyawan di Palembang dalam bekerja. Uji yang dilakukan pada variabel *workplace bullying* dan beban kerja antara lain validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, kelayakan model, analisis regresi linier berganda, t, dan F yang diterapkan pada perangkat lunak SPSS Statistics versi 26.

Kata kunci: *Beban Kerja; Motivasi; Workplace Bullying*

Abstract

This study analyzed the effect of workplace bullying and workload on employee motivation in Palembang. Respondents used as many as 30 employees from companies engaged in the automotive sector as samples. The results of the test showed the workplace bullying variable with a significance level (sig) of 0.380 and showed results greater than the value of 0.05. It can be concluded, the workplace bullying variable does not have a significant effect on employee motivation in Palembang at work. In the H1 hypothesis statement, the workplace bullying variable can have an impact on employee motivation being rejected. While the test results on the workload variable showed a significance level of 0.000 and showed a result lower than the value of 0.05. It can be concluded that workload has an influence on the motivation of employees in Palembang to work. Tests carried out on workplace bullying and workload variables included validity, reliability, normality, heteroscedasticity, model feasibility, multiple linear regression analysis, t, and F which were applied to SPSS Statistics software version 26.

Keyword: *Workload; Motivation; Workplace Bullying*

I. PENDAHULUAN

Workplace bullying menjadi topik hangat yang sedang terjadi seiring dengan meningkatnya kasus *bullying*. *Bullying* ini bukan hanya terjadi di lingkungan sekolah maupun social tetapi di dunia kerja juga mengalaminya. *Workplace bullying* didefinisikan sebagai perlaku diskriminasi berupa pengalaman

negatif karyawan dari karyawan lain dalam bentuk pekerjaan rutin mengganggu, melecehkan, menghalangi, atau mengganggu aktivitas (Wibawa dan Andriyani, 2021). *Workplace bullying* dapat memengaruhi signifikan bagi perusahaan, misalnya dengan menciptakan lingkungan negatif dan menurunnya kepuasan kerja, mengurangi produktivitas individu, dan memengaruhi kinerja organisasi (Sabira dan Kustanti, 2022).

Bullying merupakan masalah yang hingga kini terjadi baik di negara Indonesia maupun di luar negeri. Berdasarkan survey yang dilakukan *Workplace Bullying Institute* di Negara Amerika pelaku laki-laki 67%, pelaku perempuan 33%, pasangan jenis kelamin sama 60%, target laki-laki 51%, dan target perempuan 49%. Hal diperkuat oleh survei yang dilakukan oleh *Workplace Bullying Institute* di negara Amerika pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa, 19% orang menyaksikan adanya perundungan di tempat kerja, dan 66% orang menyadari bahwa adanya perundungan di tempat kerja (Namie, 2021).

Bagi karyawan yang bekerja di departemen tertentu, beban kerja merupakan faktor kedua yang mempengaruhi rendahnya motivasi kerja. Beban kerja berarti tanggung jawab karyawan untuk melakukan beban kerja tepat waktu atau di luar waktu. Volume kerja pada bobot tertentu memiliki pengaruh yang kecil terhadap motivasi. Ini menekankan hasrat dan motif kerja yang tidak setara. Karena karyawan merasa keterampilan dan kemampuannya tidak dimanfaatkan sepenuhnya (Amri, 2020), beban kerja dapat dibagi menjadi beban kerja kuantitatif dan beban kerja kualitatif. Pekerjaan kuantitatif muncul dari sebab dan akibat dari pekerjaan yang ditugaskan. Di sisi lain, beban kerja kualitatif terjadi karena individu tidak memenuhi potensi kinerja pekerjaannya (Kartika, 2018).

Di dunia kerja, karyawan sangat sensitif akan bullying, beban kerja dan motivasi kerja. Motivasi adalah sebuah proses yang dilakukan atasan kepada bawahan dengan memberikan sebuah motivasi dan menuntun sehingga akan menjadi lebih baik dari sebelumnya (Nurjaya, 2021). Penurunan motivasi dalam hal kinerja karyawan berdampak pada tidak maksimalnya performa, penyebabnya berupa hubungan kurang baik terhadap rekan yaitu pembullyingan di tempat kerja/*workplace bullying* dan beban kerja.

Penelitian yang dilakukan (Rana et al, 2020) menemukan bahwa *Workplace Bullying* berpengaruh negatif terhadap fisik dan mental yang mempengaruhi kinerja karyawan sehingga kecenderungan meningkatnya absensi bagi karyawan. Penelitian yang dilakukan (Chen et al, 2020) menemukan bahwa *Workplace Bullying* berpengaruh negatif tetapi ini dapat dicegah dengan dukungan orang terdekat dan sekitarnya. *Bullying* di tempat kerja bisa sangat bermasalah mulai dari karyawan, manajer, dan senior, karena berdampak negatif terhadap operasi bisnis atau organisasi akibat dari perilaku *bullying* sehingga perlu adanya perlakuan istimewa akibat yang di timbulkannya (Merdiana dan Gumelar, 2021).

II. LANDASAN TEORI

A. *Workplace Bullying*

Workplace Bullying merupakan fenomena yang banyak terjadi di berbagai negara yang dimana tindakan ini sangat dengan banyaknya penyebab serta tingkatan *bullying* (Wahyuningtias dkk, 2021). Lalu menurut Mansyur (2021) *Bullying* bermakna manusia berniat melecehkan korban, atau mengusik kehidupan orang dengan mengancam, mempermalukan, penyalahgunaan, penyiksaan bagi kaum yang lemah dan menyakiti atau menindas korban. Menurut Siska dan Tambunan (2022) *bullying* terdiri dari tindakan fisik, verbal dan psikologis yang bertujuan untuk melakukan tindakan negatif.

Bullying ada proses yang biasanya berdasarkan perilaku penolakan yang kuat seseorang dengan status sosial dan kekuasaan yang dominan dengan melawan secara fisik, mental atau verbal sehingga korbannya merasa sakit, penderitaan, atau putus asa (Unicef, 2020). Kepercayaan diri rendah mungkin karena pernah terjadi korban *bullying* (Putri dkk, 2021). Korban *bullying* tidak akan bisa sukses, kecuali ada baiknya jika korban menghilangkan trauma terlebih dahulu (Samsudi dan Muhid, 2020). Menurut Tini (2021) korban *bullying* memiliki kompetensi, kesetiaan, kejujuran, rasa pencapaian dan kepuasan yang membuat pelaku intimidasi merasa terancam oleh seseorang yang posisinya lebih tinggi dibandingkan korban. Menurut Surya dan Fahmi (2022) ada 2 komponen utama *bullying* yaitu intensifikasi dan antipasti.

Berdasarkan penelitian oleh Wibawa dan Andriyani (2021), disimpulkan terdapat 2 Indikator *workplace bullying* yaitu: Penindasan orang/fisik, dan penindasan di tempat.

B. *Beban Kerja*

Beban kerja adalah suatu bobot yang diberikan pada organisasi kepada pihak karyawan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab sesuai jangka waktu yang telah ditentukan atasan. Ketika tujuan perusahaan lebih tinggi dari biasanya karyawan perlu bekerja lebih aktif terhadap tanggung jawab yang diberikan begitu besar sehingga karyawan harus berbuat lebih banyak dan karyawan merasakan terbebani beban kerja (Purwati, 2021).

Menurut Norawati dkk (2022) beban kerja terdiri dari faktor internal dan eksternal, faktor internal bersumber pada tindakan yang di sampaikan diri karyawan sedangkan faktor eksternal bersumber pada aktivitas yang disebabkan dari beban kerja tersebut. Bobot masing-masing beban kerja ditentukan sesuai dengan standar kerja perusahaan tergantung pada jenis pekerjaan yang dilakukan sebagian besar karyawan dengan standar perusahaan menurut Meilasari dkk (2020).

Berdasarkan penelitian oleh Fajri dkk (2021), terdapat 4 Indikator beban kerja sebagai berikut:

1. Indikator kondisi pekerjaan
Mencakupi pada lingkungan kerja dengan situasi mempengaruhinya. Ketika tuntutan pekerjaan melewati batas kebijakan ditambah faktor fisik dan social seperti.
2. Indikator waktu kerja
Mencakupi jumlah jam kerja karyawan dengan periode tertentu yang membuat karyawan bekerja sesuai kebijakan tertera pada kontrak kerja awal.
3. Indikator target
Mencakupi progress berupa perkembangan untuk mencapai target. Target disini diukur/dihitung dengan melakukan perbandingan target.

C. Motivasi Kerja

Motivasi kerja adalah gairah seseorang dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam bekerja, berupa percaya diri, semangat, giat dan tekun melaksanakan kerja. Menurut Triono dkk (2021) Motivasi kerja terdiri dari 2 faktor yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik dimana faktor intrinsik pendorong manifestasi seorang karyawan tersendiri, sedangkan faktor ekstrinsik mencakupi komitmen dan pengembangan potensi diri terhadap seorang karyawan. Menurut Bahri (2020) sebagai pemimpin yang ingin meningkatkan kinerja pegawai membutuhkan lebih banyak dorongan motivasi untuk agar lebih Efisien, produktif dan bertanggung jawab. Bukan hanya yang diinginkan karyawan tetapi serius dalam setiap peraturan atau program yang berlaku sudah dilaksanakan dalam organisasi.

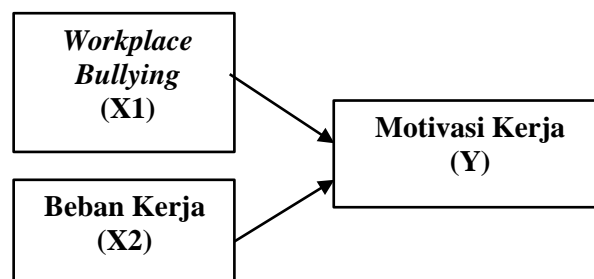
Berdasarkan penelitian oleh Junianto dan Sabtohadhi(2020), terdapat 3 Indikator motivasi kerja yaitu Profesionalisme/perilaku, Dedikasi/etos, Antusiasme/menikmati.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan model penelitian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Workplace Bullying* Dapat Mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan

H2: Beban Kerja Dapat Mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini ialah jenis penelitian kuantitatif kausalitas. Penelitian ini menguji sebab akibat menggunakan populasi seluruh karyawan perusahaan otomotif pada Kota Palembang. Sampel sebanyak 30 responden. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sampel sebuah penjawab. Data primer digunakan sebagai sumber data penelitian dan google formulir sebagai alat penunjang untuk pengambilan data dan pertanyaan. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui WhatsApp kepada responden di Kota Palembang yang berusia antara 20 hingga 49 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, dan sudah bekerja. Skala Likert dengan interval 1-5 digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner dibagikan kepada warga Palembang melalui kuesioner online (Google Spreadsheet). Survei didistribusikan sebagai Google Form dan dipublikasikan melalui WhatsApp, dengan responden yang memenuhi persyaratan akan menerima tautan ke survei. Variabel dalam penelitian ini ada 3 variabel. Variabel ke-3 mencakupi workplace bullying (X1), beban kerja (X2), dan motivasi kerja (Y). Skala Likert digunakan dalam pertanyaan dengan poin akhir 1-5.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Keterangan	R Hitung	R Tabel	Keputusan
W1	0,605	0,349	Valid
W2	0,708	0,349	Valid
W3	0,682	0,349	Valid
W4	0,637	0,349	Valid
W5	0,708	0,349	Valid
W6	0,765	0,349	Valid
B1	0,852	0,349	Valid
B2	0,809	0,349	Valid
B3	0,824	0,349	Valid
M1	0,826	0,349	Valid
M2	0,891	0,349	Valid
M3	0,825	0,349	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 adalah pengujian validitas. Biasanya validitas dilihat dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji normalitas pada tabel tersebut terlihat bahwa setiap item semuanya $r_{hitung} > r_{tabel}$ (valid).

2) Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Workplace Bullying

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Keterangan
<i>Workplace Bullying</i>	0,767	Reliabel
Sumber: Data diolah (2023)		

Berdasarkan tabel yang disajikan, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,767, yang melebihi nilai batas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut menunjukkan tingkat keandalan atau reliabilitas baik.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Beban Kerja

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Keterangan
Beban Kerja	0,764	Reliabel
Sumber: Data diolah (2023)		

Berdasarkan tabel yang disajikan, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,764, yang melebihi nilai batas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut menunjukkan tingkat keandalan atau reliabilitas yang baik.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Motivasi Kerja

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Keterangan
Motivasi Kerja	0,804	Reliabel
Sumber: Data diolah (2023)		

Berdasarkan tabel yang disajikan, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,804, yang melebihi nilai batas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut menunjukkan tingkat keandalan atau reliabilitas yang baik.

3) Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
Asymp.Sig. (2-tailed)	0,176	Normal
Sumber: Data diolah (2023)		

Berdasarkan tabel yang disajikan, berupa uji normalitas yang seharusnya nilai asymp.sig (2-tailed) diatas 0,05(>0,05) baru dikatakan normal. Pada hasil pengujian terdapat 0,176>0,05 yang diartikan uji normalitas adalah normal.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Variabel Independent</i>	Sig
<i>Workplace Bullying</i>	0,231
Beban Kerja	0,963

Sumber: Data diolah (2023)

Dalam penelitian ini, dipergunakan uji Park buat menguji apakah ada perbedaan varian residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dalam contoh regresi. akibat pengujian, sebagaimana terlihat di Tabel 4.10, memberikan bahwa nilai sig > 0,05. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada kelainan pada varian residual.

5) Uji Kelayakan Model

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,804	0,647	0,621	1,941

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil yang disajikan, dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) adalah 0,647. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas (X) berkontribusi sebesar 64,7% terhadap variasi variabel terikat (Y).

6) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Standardized</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
	B	Std.Error	Beta	t	Sig
(Constant)	0,849	1,510	0,000	0,562	0,579
<i>Workplace Bullying</i>	0,110	0,124	0,149	0,892	0,380
Beban Kerja	0,783	0,190	0,689	4,125	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

Terlihat bahwa dalam penelitian ini, nilai koefisien konstanta (a) adalah 0,849 dan nilai koefisien regresi (b) untuk *workplace bullying* adalah 0,540. Oleh karena itu, persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + y$$

$$Y = 0,849 + 0,110 + 0,783$$

Sesuai contoh persamaan regresi di atas, dapat dijelaskan, yaitu menjadi berikut:

- a. Nilai (a) sebanyak 0,849 yang pada mana itu membagikan bagi variabel *Workplace Bullying*, beban kerja, serta motivasi kerja mempunyai nilai sama 0 dimana kinerja karyawan sebanyak 0,849.
- b. Koefisien regresi variabel *Workplace Bullying* (X1) sebanyak 0,110. Hal ini memberikan apabila variabel *Workplace Bullying* (X1) semakin tinggi satu kesatuan, maka variabel Motivasi Kerja (Y) akan menurunkan sebanyak 0,110.
- c. Koefisien regresi variabel beban kerja (X2) sebanyak 0,783. Hal ini memberikan apabila variabel beban kerja (X2) semakin tinggi satu kesatuan, maka variabel Motivasi Kerja (Y) akan menurunkan sebanyak 0,783.

7) Uji Multikolinearitas

Tabel 9. Hasil Uji Multikolieniritas

Model	Standardized				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Coefficients		Sig	Tolerance	VIF
	B	Std.Error	Beta	t			
(Constant)	0,849	1,510	0,562	0,579			
<i>Workplace Bullying</i>	0,110	0,124	0,149	0,892	0,380	0,468	2,136
Beban Kerja	0,783	0,190	0,689	4,125	0,000	0,468	2,136

Sumber: Data diolah (2023)

Dilihat dari sudut nilai *tolerance workplace bullying* memiliki 0,468, beban kerja 0,468. Dari nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dalam artian tidak terjadinya multikolieniritas. Sedangkan dari sudut VIF *workplace bullying* dan beban kerja memiliki nilai VIF 2,136 yang artinya tidak terjadinya multikolienaritas.

B. Teknik Pengujian Hipotesis

1) Uji T

Tabel 10. Hasil Uji T

Model	<i>Standardized</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
	B	Std.Error	Beta	t	Sig
(Constant)	0,849	1,510	0,000	0,562	0,579
<i>Workplace Bullying</i>	0,110	0,124	0,149	0,892	0,380
Beban Kerja	0,783	0,190	0,689	4,125	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

- a. Nilai sig *Workplace Bullying* $0,380 > 0,05$. Nilai 0,380 ternyata lebih besar dari 0,05. Dalam artian tidak terdapat pengaruh. Variabel *Workplace Bullying* terhadap variabel Motivasi Kerja tidak terdapat pengaruh sehingga H1 ditolak. Beban kerja tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja di kota Palembang.
- b. Nilai sig Beban Kerja $0,000 < 0,05$. Nilai 0,000 ternyata lebih kecil dari 0,05. Dalam artian terdapat pengaruh. Variabel Beban Kerja terhadap variabel Motivasi Kerja terdapat pengaruh, sehingga H2 diterima. Beban kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja di kota Palembang.

2) Uji F

Tabel 11. Hasil Uji f

Model	<i>Standardized</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
	B	Std.Error	Beta	t	Sig
(Constant)	0,849	1,510	0,000	0,562	0,579
<i>Workplace Bullying</i>	0,110	0,124	0,149	0,892	0,380
Beban Kerja	0,783	0,190	0,689	4,125	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

- a. Nilai sig 0,380 $> 0,05$. Nilai 0,380 pada *workplace bullying* ternyata lebih besar dari 0,05. Dari nilai 0,380 didapatkan secara simultan tidak terdapat pengaruh. Variabel *Workplace Bullying* terhadap variabel Motivasi Kerja secara simultan tidak terdapat pengaruh.
- b. Nilai sig 0,000 $< 0,05$. Nilai 0,000 ternyata lebih kecil dari 0,05. Dari nilai 0,000 didapatkan secara simultan terdapat pengaruh.

V. HASIL PENELITIAN

Pada uji validitas data yang diuji semuanya valid di mana melebihi nilai r tabel yaitu 0,349. Uji reliabilitas pada setiap variabel cronbach alpha melebihi nilai batas 0,60. Uji normalitas setiap variabel dikatakan normal karena memiliki *unstandardized residual* 0,176 melebihi 0,05. Jika bisa disimpulkan uji heteroskedastisitas tidak ada kelainan maka, $\text{sig} > 0,05$. Dimana heteroskedastisitas ini melebihi 0,05. Uji analisis regresi linear berganda variabel X1 sebanyak 0,110 dan X2 sebanyak 0,783. Dilihat dari sudut nilai tolerance workplace bullying memiliki 0,468, beban kerja 0,468. Dari nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dalam artian tidak terjadinya multikolieniritas. Sedangkan dari sudut VIF *workplace bullying* dan beban kerja memiliki nilai VIF 2,136 yang artinya tidak terjadinya multikolieniritas. Uji T variabel terdapat pengaruh yaitu beban kerja. Disini bernilai 0,000. Pada pengujian terakhir uji f yang secara simultan memiliki pengaruh adalah beban kerja. Disini bernilai 0,000.

VI. PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa dan hasil pengujian ditemukan bahwa *workplace bullying* tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja sedangkan beban kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja. Hal ini karena beban kerja dalam motivasi kerja berupa faktor internal (tindakan individu) dan faktor eksternal (seluruh aktivitas kerja).

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pengujian menunjukkan pada variabel *workplace bullying* dengan tingkat signifikansi (sig) yaitu sebesar 0,380 dan menunjukkan hasil lebih besar daripada nilai 0,05. Dapat disimpulkan, variabel *workplace bullying* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi karyawan di Palembang dalam bekerja. Pada pernyataan hipotesis H1 yaitu variabel *workplace bullying* dapat memberikan pengaruh terhadap motivasi karyawan ditolak. Sedangkan hasil pengujian pada variabel beban kerja menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan menunjukkan hasil lebih kecil daripada nilai 0,05. Dapat disimpulkan, Analisis regresi berganda mengungkapkan bahwa variabel *workplace bullying* dan beban kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja. Hasil uji t menunjukkan bahwa *workplace bullying* tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan kota Palembang ($0,380 > 0,05$), sedangkan beban kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan kota Palembang ($0,000 < 0,05$) perangkat lunak SPSS Statistics versi 26.0.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka peneliti memaparkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian di masa depan, laporan tersebut mungkin berisi rekomendasi untuk penyelidikan lebih lanjut. Misalnya, Anda dapat menyertakan lebih banyak

opsi, memperluas jangkauan geografis, atau mempertimbangkan faktor lain yang memengaruhi keterlibatan karyawan.

2. Pertimbangkan penggunaan variabel kontrol dalam penelitian ini. Faktor-faktor seperti dukungan sosial, gaya kepemimpinan, atau faktor pribadi lainnya mungkin memiliki pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan. Dengan memasukkan variabel kontrol ini, akan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara workplace bullying, beban kerja, dan motivasi kerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- AMRI, S. (2020). Pengaruh Penempatan dan Beban Kerja Terhadap Motivasi Kerja Pegawai pada Kantor Dinas Pengairan Provinsi Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 6(1), 23–31. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v6i1.335>
- Damopoli, R. ., Manampiring, A. ., & Doda, D. . (2019). Hubungan Kekerasan Dengan Stres Kerja Pada Perawat Unit Gawat Darurat Dan Intensive Care Unit Rumah Sakit Di Kota Bitung Dan Kabupaten Minahasa Utara. *Kesmas*, 8(3), 50–59.
- Fajri, C., Terza Rahman, Y., & Wahyudi, W. (2021). Membangun Kinerja Melalui Lingkungan Kondusif, Pemberian Motivasi dan Proporsional Beban Kerja. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 211–220. <https://www.ojspustek.org/index.php/SJR/issue/view/24>
- Feijó, F. R., Gräf, D. D., Pearce, N., & Fassa, A. G. (2019). Risk factors for workplace bullying: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph16111945>
- Leach, L. S., Too, L. S., Batterham, P. J., Kiely, K. M., Christensen, H., & Butterworth, P. (2020). Workplace bullying and suicidal ideation: Findings from an australian longitudinal cohort study of mid-aged workers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(4), 1–12. <https://doi.org/10.3390/ijerph17041448>
- Merdiana, C. V., & Gumelar, B. (2021). Pengaruh Workplace Bullying Dan Perceived Supervisor Support Terhadap Turnover Intention. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 271. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.3909>
- Putra, Y. P. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stress Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(2), 71–83. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i2.114>
- Said, H., & Tanova, C. (2021). Workplace bullying in the hospitality industry: A hindrance to the employee mindfulness state and a source of emotional exhaustion. *International Journal of Hospitality Management*, 96(July). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102961>
- Suryaatmaja, A., & Eka Pridianata, V. (2020). Hubungan antara Masa Kerja, Beban Kerja, Intensitas Kebisingan dengan Kelelahan Kerja di PT Nobelindo Sidoarjo.

- Journal of Health Science and Prevention*, 4(1), 14–22.
<https://doi.org/10.29080/jhsp.v4i1.257>
- Tuckey, M. R., Li, Y., Neall, A. M., Chen, P. Y., Dollard, M. F., McLinton, S. S., Rogers, A., & Mattiske, J. (2022). Workplace Bullying as an Organizational Problem: Spotlight on People Management Practices. *Journal of Occupational Health Psychology*, 27(6), 544–565. <https://doi.org/10.1037/ocp0000335>
- Damopoli, R. ., Manampiring, A. ., & Doda, D. . (2019). Hubungan Kekerasan Dengan Stres Kerja Pada Perawat Unit Gawat Darurat Dan Intensive Care Unit Rumah Sakit Di Kota Bitung Dan Kabupaten Minahasa Utara. *Kesmas*, 8(3), 50–59.
- Feijó, F. R., Gräf, D. D., Pearce, N., & Fassa, A. G. (2019). Risk factors for workplace bullying: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph16111945>
- Malik, N. A., & Björkqvist, K. (2019). Workplace bullying and occupational stress among university teachers: Mediating and moderating factors. *Europe's Journal of Psychology*, 15(2), 240–259. <https://doi.org/10.5964/ejop.v15i2.1611>
- Merdiana, C. V., & Gumelar, B. (2021). Pengaruh Workplace Bullying Dan Perceived Supervisor Support Terhadap Turnover Intention. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 271. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.3909>
- Park, H., Bjørkelo, B., & Blenkinsopp, J. (2020). External Whistleblowers' Experiences of Workplace Bullying by Superiors and Colleagues. *Journal of Business Ethics*, 161(3), 591–601. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3936-9>
- Purwati, A. A., & Maricy, S. (2021). Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja dan Job Insecuriy Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Bumi Raya Mestika Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 77–91. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Putra, Y. P. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stress Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(2), 71–83. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i2.114>
- Putri, G. P., & Wijono, S. (2018). Hubungan Antara Workplace Bullying Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di Pt. Tiga Manunggal Textile (Timatex) Salatiga. *Jurnal Psikologi TALENTA*, 3(2), 20. <https://doi.org/10.26858/talenta.v3i2.5821>
- Sarwar, A., Bashir, S., & Karim Khan, A. (2021). Spillover of Workplace Bullying Into Family Incivility: Testing a Mediated Moderation Model in a Time-Lagged Study. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(17–18), 8092–8117. <https://doi.org/10.1177/0886260519847778>
- Suryaatmaja, A., & Eka Pridianata, V. (2020). Hubungan antara Masa Kerja, Beban Kerja, Intensitas Kebisingan dengan Kelelahan Kerja di PT Nobelindo Sidoarjo. *Journal of Health Science and Prevention*, 4(1), 14–22. <https://doi.org/10.29080/jhsp.v4i1.257>
- Zakia Surya, F., & Bakar Fahmi, A. (2022). Pengaruh Perundungan di Lingkungan Kerja terhadap Stres Kerja pada Karyawan Baru di Jakarta. *Psikologika: Jurnal Pemikiran*

- Dan Penelitian Psikologi, 27(1), 1–14.
<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol27.iss1.art1>
- Suyoto, & Sodik, M. A. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 64.
- Suyoto, & Sodik, M. A. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 67-68.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 85.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 152.
- Nursiwan, A. (2021). Pengaruh Workplace Bullying Terhadap Kinerja Karyawan Bidang Sales Di Kota Palembang Dan Sekitarnya (*Doctoral dissertation*, Universitas Katolik Musi Charitas).
- Sabira, R., & Kustanti, E. R. (2022). Hubungan Antara Kecenderungan Kepribadian Agreeableness Dengan Workplace Bullying. *Jurnal Empati*, 11, 123–128.
- Wibawa, M. I. R., & Andriyani, A. (2021). Analisis Pengaruh Workplace Bullying Terhadap Anxiety Dan Emotional Exhaustion Dengan Resilience Sebagai Pemediasi (Studi Pada *Diponegoro Journal of ...*, 10(3), 1–13.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32390>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 260
- Unicef. (2020). *Cara Membicarakan Bullying dengan Anak Anda*.
<https://www.unicef.org/indonesia/id/cara-membicarakan-bullying-dengananak-anda>
- Siska, S., & Tambunan, W. (2022). Analisis Program Peduli Anti Bullying Untuk Mencegah Masalah Belajar Siswa Di Sman 3 Tana Toraja. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 70–77. <https://doi.org/10.33541/jmp.v11i2.4170>
- Wahyuningtias, I. A., Erwandi, D., Nasri, S. M., & Kadir, A. (2021). Kajian Hubungan Antara Iklim Keselamatan Psikososial (Psychosocial Safety Climate) dengan Perundungan di Tempat Kerja (Workplace Bullying) di PT.WID. *National Journal of Occupational Health and Safety*, 2(1), 11–23.
- Anjelita, D., Dekayasa, A., Rahayu, S., Samawa, U., Besar, S., Info, A., History, A., Motivation, W., Development, E., & Office, S. P. (2022). *Pengaruh motivasi kerja dan pengembangan pegawai terhadap prestasi kerja pegawai*. 206–215.
- Ariani, D. R., Ratnasari, S. L., & Tanjung, R. (2020). Pengaruh Rotasi Jabatan, Disiplin Kerja, Dan Beban Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*, 9(3), 480–493. <https://doi.org/10.33373/dms.v9i3.2723>
- Junianto, D., & Sabtohadhi, J. (2020). Pengaruh Sistem Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Industri Pabrik Gula. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 1–9.
<https://doi.org/10.35906/je001.v9i1.423>

- Norawati, S., Zulher, Z., Yunita, A., & Ilyas, I. (2022). Analisis Kompensasi dan Beban Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Pegawai Medis Pada RSUD Bangkinang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 553–564. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.553>
- Nurjaya, N. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Hazara Cipta Pesona. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 3(1), 60–74. <https://doi.org/10.54783/jin.v3i1.361>
- Perilaku, D., & Systematic, P. A. (2021). DOI: <http://dx.doi.org/10.33846/sf12220> *Prevalensi, Jenis dan Dampak Perilaku*. 12(April), 197–200.
- Putri, S. R. A., Aditia Ismaya, E., & Arsyad Fardani, M. (2021). Fenomena Verbal Bullying di Masyarakat Pedawang. *Journal.Umtas.Ac.Id*, 5(2), 792–796.
- Samsudi, M. A., & Muhid, A. (2020). Efek Bullying Terhadap Proses Belajar Siswa. *SCAFFOLDING: Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme*, 2(02), 122–133. <https://doi.org/10.37680/scaffolding.v2i02.466>
- Siahaan, Y. L. O., & Meilani, R. I. (2019). Sistem Kompensasi dan Kepuasan Kerja Guru Tidak Tetap di Sebuah SMK Swasta di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(2), 141. <https://doi.org/10.17509/jpm.v4i2.18008>
- Siska, S., & Tambunan, W. (2022). Analisis Program Peduli Anti Bullying Untuk Mencegah Masalah Belajar Siswa Di Sman 3 Tana Toraja. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 70–77. <https://doi.org/10.33541/jmp.v11i2.4170>
- Triono, T., Agustang, A., Muhammad Idkhan, A., & Rifdan, R. (2021). Motivasi Kerja Pegawai Dalam Pelayanan Publik. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4), 1627–1631. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2583>
- Wahyuningtias, I. A., Erwandi, D., Nasri, S. M., & Kadir, A. (2021). Kajian Hubungan Antara Iklim Keselamatan Psikososial (Psychosocial Safety Climate) dengan Perundungan di Tempat Kerja (Workplace Bullying) di PT.WID. *National Journal of Occupational Health and Safety*, 2(1), 11–23.
- Wibawa, M. I. R., & Andriyani, A. (2021). ANALISIS PENGARUH WORKPLACE BULLYING TERHADAP ANXIETY DAN EMOTIONAL EXHAUSTION DENGAN RESILIENCE SEBAGAI PEMEDIASI (Studi Pada *Diponegoro Journal of ...*, 10(3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32390>
- Zakia Surya, F., & Bakar Fahmi, A. (2022). Pengaruh Perundungan di Lingkungan Kerja terhadap Stres Kerja pada Karyawan Baru di Jakarta. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 27(1), 1–14. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol27.iss1.art1>



PENERAPAN STRATEGI MANAJEMEN SDM PADA KARYAWAN CINEMA XXI TCC TANJUNGPINANG

Danda Saputra*¹

(Dandasaputra2001@gmail.com)

Nurdiana*²

(nrrdiiiaaaa23@gmail.com)

Aldiasyah*³

(Aldianyah28497@gmail.com)

Satriadi*⁴

(satriadi@stie-pembangunan.ac.id)

Dwi Septi Haryani*⁵

(dwisepth@stie-pembangunan.ac.id)

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi manajemen SDM pada Karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang dilihat dari cara pemberian motivasi, kedisiplinan dan lingkungan kerja, pengawasan dan evaluasi, serta pada pelayanan publik. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Alat pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara dan lembar observasi. Subjek pada penelitian ini adalah manajer dan seorang karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen SDM pada Cinema XXI TCC Tanjungpinang sudah cukup baik yang dilakukan melalui proses pemberian motivasi dengan metode reward dan punishment dan didukung dengan tingkat kedisiplinan dan lingkungan kerja yang baik, serta bentuk pelayanan publik yang baik pula. Evaluasi dan pengawasan dilakukan secara langsung dan rutin menggunakan alat berupa form checklist. Hanya saja dalam meningkatkan kinerjanya, manajer tidak memberikan pelatihan khusus kepada karyawannya.

Kata Kunci: *Kinerja; Motivasi; Pelayanan Public; Strategi SDM*

Abstract

The purpose of this research is to find out how the HR management strategy is applied to the employees of Cinema XXI TCC Tanjungpinang in terms of how to provide motivation, discipline and work environment, supervision and evaluation, as well as to public services. This study uses a qualitative approach to data collection techniques through interviews and observation. Data collection tools using interview guidelines and observation sheets. The subjects in this study were managers and an employee. The results of this study indicate that the implementation of human resource management at Cinema XXI TCC Tanjungpinang is quite good which is carried out through a process of giving motivation using the reward and punishment method and is supported by a good level of discipline and work environment, as well as good forms of public service. Evaluation and supervision is carried out directly and routinely using a tool in the form of a checklist. It's just that in improving its performance, managers do not provide special training to their employees.

Keyword: *Performance; Motivation; Public Service; HR Strategy*



I. PENDAHULUAN

Persaingan di berbagai bidang khususnya antar perusahaan sudah menjadi sesuatu yang dirasa semakin meluas. Dalam persaingan ini, banyak perusahaan yang terkena musibah bersaing yang menyebabkan perusahaan mengalami kerugian atau bahkan menyebabkan kebangkrutan. Musibah ini dapat disebabkan oleh rendahnya produktivitas pada sumber daya manusia perusahaan bisnis tersebut. Masalah-masalah seperti ini dapat kita hindari dengan mencari pokok masalah yang menjadi penyebab hal hal yang tidak diinginkan terjadi. Salah satu penyebabnya yaitu ada pada sumber daya manusianya. (M. Kinerja et al., 2017)

Sumber daya manusia merupakan unsur penting dalam menggerakkan pencapaian tujuan dari suatu perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas perusahaan adalah dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusianya pula (Topsis et al., n.d.). Kinerja karyawan yang kompeten dapat berpengaruh langsung terhadap perusahaan. Karyawan yang melebihi *standard* pekerjaan dapat dikatakan karyawan tersebut memiliki kinerja yang baik. Sedangkan karyawan yang tidak mencapai *standard* pekerjaan dianggap kinerjanya tidak baik atau rendah. (Utama & Han, 2019). Oleh karena itu, manajemen kinerja karyawan diperlukan perusahaan agar dapat terus berorientasi pada pengelolaan pelaksanaan kerja ataupun hasil prestasi kerja dari sumber daya manusia tersebut. Salah satu penyebabnya yaitu karena perusahaan masih belum menerapkan manajemen kinerja pada karyawannya. Salah satu indikator yang berguna dalam persaingan antar perusahaan serta meningkatkan pendapatan atau laba adalah sumber daya manusianya.

Manajemen kinerja memiliki fungsi yang sangat penting dalam siklus manajemen sumber daya manusia yaitu fungsi yang berkaitan langsung terhadap pencapaian tujuan dan sasaran serta dalam memenuhi pencapaian visi dan misi perusahaan. Tidak hanya dari sumber daya manusianya saja yang dapat mempengaruhi suatu kinerja organisasi, namun ada beberapa sumber daya lainnya juga yang dapat mempengaruhinya, seperti peralatan, teknologi, dana, bahan baku, dan mekanisme kerja yang berlangsung dalam organisasi, namun faktor yang paling penting itu adalah sumber daya manusia yang ada dalam organisasi (Fahmi, 2021). Tidak semua karyawan memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan perusahaan. Kinerja didalam sebuah perusahaan perlu diperhatikan karena kinerja merupakan hasil kerja dan juga didasari atas penilaian kerja seseorang di dalam dunia kerja. Penerapan manajemen kinerja mendukung tujuan menyeluruh perusahaan dengan mengaitkan pekerjaan dari setiap pekerja dan manajer pada keseluruhan unit kerjanya karena manajer juga berperan penting dalam manajemen kinerja karyawannya. Penerapan manajemen kinerja pada perusahaan juga dapat mengembangkan kapasitas karyawan yang berpotensi di bidangnya dan membantu meningkatkan kinerja karyawan yang kurang baik, dapat menentukan pemberian penghargaan atau hukuman serta mampu mempertahankan karyawan yang

berkualitas sehingga dapat membantu karyawan fokus pada tujuan, rencana perbaikan, dan cara untuk bekerja demi tercapainya tujuan suatu perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut (Wirawan, 2022) memberikan definisi sebagai berikut : Manajemen sumber daya manusia adalah orang yang disebut sebagai manajer, pegawai, buruh atau tenaga kerja yang bekerja untuk organisasi. Sumber daya manusia merupakan dasar dan kunci dari semua sumber daya organisasi. Sumber-sumber lainnya hanya dapat diperoleh dan berfungsi jika organisasi mempunyai sumber daya yang berkualitas. Sumber daya yang berkualitas mempunyai pengetahuan, keterampilan, kompetensi, kewirausahaan dan kesehatan fisik dan jiwa yang prima, bertalenta, mempunyai etos kerja dan motivasi kerja yang tinggi yang dapat membuat organisasi berbeda antara sukses dan kegagalan. Efektivitas dan efisiensi sumber-sumber organisasi lainnya hanya dapat dicapai kalau sumber daya manusianya berkualitas.

Menurut (Eri Susan, 2019) mengemukakan bahwa “Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian” adalah sebagai berikut:

1. Menentukan kualitas dan kuantitas karyawan yang akan mengisi semua jabatan dalam perusahaan.
2. Menjamin tersedianya tenaga kerja masa kini maupun masa depan, sehingga setiap pekerjaan ada yang mengerjakannya.
3. Menghindari terjadinya mismanajemen dan tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas.
4. Mempermudah koordinasi, integrasi, dan sinkronasi (KIS) sehingga produktivitas kerja meningkat.
5. Menghindari kekurangan dan kelebihan karyawan.
6. Menjadi pedoman dalam menetapkan program penarikan, seleksi, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian karyawan.
7. Menjadi pedoman dalam melaksanakan mutasi (vertikal atau horizontal).
8. Menjadi dasar dalam penilaian karyawan.

B. Kinerja

Menurut (Windaryadi & Surajiyo, 2020), menyatakan bahwa kinerja adalah pendekatan strategis dan terpadu untuk menyampaikan sukses berkelanjutan pada organisasi dengan memperbaiki kinerja karyawan yang bekerja di dalamnya dan dengan mengembangkan kapabilitas tim dan kontribusi individu.

Menurut (Wahyudi, 2020), kinerja merupakan hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja pegawai yang baik secara langsung akan mempengaruhi kinerja lembaga dan untuk meningkatkan kinerja pegawai tentunya merupakan pekerjaan yang memakan waktu dan proses yang lama (*A New Decade for Social Changes*, 2020). Kinerja merupakan kesuksesan seseorang dalam melaksanakan tugas, hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi yang sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing masing atau tentang bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya.

Dalam meningkatkan kinerja karyawan, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah kompetensi agar kualitas dan kuantitas serta ketepatan waktu dalam bekerja dapat tercapai dengan maksimal. Kompetensi ini mencakup pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Rosmaini & Tanjung, 2019).

Menurut Hasibuan (2011) (A. Kinerja, 2018), menyatakan bahwa kinerja sebagai hasil dari pencapaian kerja seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya berdasarkan kemampuan, pengalaman dan kejujuran serta waktu. Kinerja karyawan merupakan hasil dari tingkat pencapaian tugas maupun tanggung jawab yang diberikan karyawan yang diukur melalui kualitas dan kuantitas dalam jangka waktu terhadap peran dan tanggungjawabnya di dalam perusahaan.

C. Motivasi

Motivasi kerja adalah suatu dorongan dan rangsangan yang menyebabkan seseorang bersemangat dalam bekerja karena terpenuhi kebutuhannya. Dalam pengertian lain motivasi dapat diartikan sebagai motif atau sebagai faktor pendorong yang bersifat internal yang datang dari dalam diri seseorang untuk menimbulkan dan mengarahkan perilaku atau perbuatan yang akan dilakukannya. Menurut Segara (Pada et al., 2016), motivasi dan kinerja memiliki hubungan yang erat karena motivasi mendorong individu untuk berperilaku dan melakukan sesuatu kegiatan atau pekerjaan.

Keberhasilan dalam pencapaian tujuan dapat dilihat dari hasil kinerja organisasi tersebut yang tidak lepas dari kinerja sumber daya manusia yang dimilikinya. Salah satu teori motivasi yang sering diterapkan di perusahaan adalah teori motivasi *Reinforcement*. Teori ini merupakan teori yang memberi penjelasan atau pernyataan bahwa keberhasilan untuk mencapai sebuah tujuan serta imbalannya berlaku sebagai insentif yang bersifat positif dan mendorong perilaku yang baik yang mampu mencapai keberhasilan, dan apabila di ulangi kebutuhan yang sama dapat muncul kembali (Dharma, 2013).

Tujuan dari motivasi salah satunya yaitu untuk meningkatkan semangat dan gairah kerja pegawai agar tetap berprestasi dan disiplin dalam bekerja. Oleh karena itu, setiap perusahaan/instansi tidak lepas dari sebuah tujuan dan apabila tujuan perusahaan/instansi telah tercapai maka kinerja perusahaan/instansi tersebut baik. motivasi berprestasi tinggi akan mencapai kinerja tinggi, dan sebaliknya mereka yang mempunyai kinerja rendah disebabkan oleh motivasi yang rendah. Titik temu hubungan motivasi dan kinerja adalah bahwa motivasi yang tinggi akan berdampak pada tingginya hasil kerja mereka dan terdorong untuk melakukan usaha lebih demi tercapainya produktifitas kerja. Ketika kondisi tersebut tidak tercapai, maka akan terjadi penurunan produktifitas kerja. Dengan mendapatkan umpan balik kinerja, seseorang memotivasi diri untuk berkinerja semakin besar dimasa yang akan datang (M.S. Prof. Dr. F.X, 2014).

D. Pelayanan Publik

Pelayanan menurut (Wiryananta et al., 2020), sebagai cara dalam memenuhi kebutuhan dengan membiarkan orang lain melakukan suatu pekerjaan. Menurut (Wiryananta et al., 2020) pelayanan publik adalah kegiatan pemenuhan kebutuhan pelayanan berdasarkan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan publik menurut (Yayat, 2017) merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memberikan bantuan atau pelayanan kepada pelanggan ataupun masyarakat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Kita menginginkan pelayanan publik yang ada kejujurannya. Ketergantungan, keunggulan dan kepercayaan itu perlu dimulai dari diri sendiri.

Ketika individu tersebut bertanggung jawab pada dirinya sendiri, mereka akan memulai mengikuti nilai nilai yang mampu meningkatkan kualitas mereka. Bias dikatakan bahwa banyak karyawan pelayanan publik tidak memiliki tanggungjawab apapun sehingga pelayanan yang diberikan pun tidak maksimal dan akan mendapatkan kritikan dari penerima pelayanan tersebut (V. J. Caiozzo et al., 2019).

Dalam pelayanan publik, hal yang perlu diperhatikan adalah apa kebutuhan pelanggan karena dengan terpenuhinya kebutuhan pelanggan akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Keberhasilan pelayanan publik dapat diukur pada tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Gazper, terdapat enam dari sepuluh indikator pelayanan publik yaitu kepastian waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan, tanggungjawab, kelengkapan, dan kemudahan mendapatkan pelayanan. dengan pesatnya perkembangan kebutuhan dan tuntutan masyarakat untuk pelayanan itu sendiri, mengenai kualitas kinerja pelayanan publik yang tidak memenuhi harapan publik juga selalu dikeluhkan atau disuarakan oleh masyarakat (Giroth et al., 2022).

III. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Menurut Hendryadi, *et al.*, (2019), penelitian kualitatif meruakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami penelitian.

Subjek utama pada penelitian ini adalah Manajer yang merupakan pemberi otorisasi tertinggi dan didukung informan lainnya yaitu satu orang karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang. Sedangkan objeknya adalah penerapan strategi manajemen SDM pada karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu pedoman wawancara dan lembar observasi.

IV. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi manajemen SDM pada karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang sudah cukup baik yang dilakukan melalui proses pemberian motivasi dengan metode reward dan punishment dan didukung dengan tingkat kedisiplinan dan lingkungan kerja yang baik, serta bentuk pelayanan publik yang baik pula. Evaluasi dan pengawasan dilakukan secara langsung dan rutin menggunakan alat berupa form *checklist*. Hanya saja dalam meningkatkan kinerjanya, manajer tidak memberikan pelatihan khusus kepada karyawannya.

V. PEMBAHASAN

A. Pemberian Motivasi

Pemberian motivasi pada karyawan sangat berpengaruh kepada kepuasan karyawan yang berdampak terhadap kinerja. Pemberian motivasi yang dilakukan manajer terhadap karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang adalah dengan memberikan *reward* dan *punishment*. Untuk pemberian *reward*, setiap bulan divisi kasir yang berprestasi atau mencapai target akan diberikan *reward* seperti hal hal yang bermanfaat untuk mereka sendiri dan hal-hal yang membuat mereka senang contohnya seperti memberikan sepatu sebagai *reward*. Sedangkan untuk *punishment* diberikan ketika karyawan membuat kesalahan, akan ditegur dan akan menerima teguran tersebut karena karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang termasuk karyawan generasi milenial yang ketika ditegur, karyawan akan menerima.

Cara pemberian motivasi dengan sistem reward dan punishment ini pernah mendapat keluhan dari karyawan yang tidak pernah mendapat *reward* sehingga membuat karyawan tersebut bertanya tanya mengapa mereka tidak pernah mendapatkan *reward*. Menurut manajer Cinema XXI TCC Tanjungpinang, hal ini menjadi pendorong atau pemicu agar karyawan tersebut lebih memiliki kesadaran diri tentang kualitas kinerjanya yang masih kurang

serta menjadi pemicu agar karyawan tersebut menjadi lebih giat lagi untuk bekerja dengan baik.

Dengan adanya sistem kerja yang terbuka, peran manajer dalam memberikan motivasi kepada karyawan yang memiliki permasalahan pribadi diluar pekerjaan, dilakukan dengan cara menjelaskan kepada karyawan bahwasannya mereka hanya sebatas pekerja serta menuntun mereka untuk bekerja dengan baik. Hal inilah yang di anggap manajer mampu membuat mereka bekerja sesuai dengan SOP dan terbuka di pekerjaan sehingga karyawan akan lebih mampu lagi dalam memperbaiki pekerjaan mereka sesuai dengan jobdesc mereka masing-masing.

Karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang merasa cara pemberian motivasi dengan metode reward ini sudah cukup baik dan metode *punishment* sudah cukup sesuai untuk diterapkan di perusahaan ini serta sudah dianggap adil oleh karyawan dalam meningkatkan kinerjanya. Karyawan merasa dengan pemberian motivasi menggunakan metode *reward* dan *punishment* ini, lebih termotivasi untuk lebih giat dalam mencari ilmu kedepannya demi mendapatkan rezeki yang lebih baik, serta adanya dorongan untuk naik jabatan apabila karyawan memiliki kinerja yang baik.

B. Kedisiplinan dan Lingkungan Kerja

Di dalam perusahaan ini, terdapat 11 orang karyawan. Dalam pembagian jam kerja, Manajer Cinema XXI TCC Tanjungpinang membagi menjadi dua shift. Shift pertama jam masuk pada pukul 12 siang dan pulang pada pukul 8 malam. Sedangkan untuk shift kedua, jam masuk dimulai dari pukul 2 siang sampai dengan pukul 10 malam. Sehingga total dari jam kerjanya adalah 8 jam masing – masing shift.

Berdasarkan data daftar kehadiran karyawan, dapat dilihat bahwasanya kedisiplinan karyawan akan kehadiran di perusahaan ini memiliki tingkat kehadiran yang cukup baik. Secara sistem kerja, jam kerja seharusnya hanya 8 jam yaitu sampai pukul 10 malam sedangkan untuk berjualan, hanya dilakukan sampai pukul 9 malam. Satu jam yang tersisa dimanfaatkan karyawan untuk memiliki kebersamaan yang membuat karyawan satu dan karyawan lain semakin dekat sehingga dapat meminimalisir konflik yang akan terjadi yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan karyawan terhadap pekerjaannya sehingga kinerja karyawan tersebut juga akan berdampak. Berdasarkan pernyataan informan karyawan menyatakan bahwasannya untuk ketepatan waktu dalam bekerja masih dalam proses dan sudah mulai tepat waktu serta disiplin.

Lingkungan kerja dapat dilihat dari hubungan kerja sama antara divisi satu dan divisi lainnya. Disebutkan bahwasannya apabila divisi pada bagian pembuatan *popcorn* telah menyelesaikan pekerjaannya, sedangkan divisi kasir masih memiliki beberapa pekerjaan, divisi pada bagian pembuatan popcorn akan membantu divisi kasir untuk menyelesaikan pekerjaan yang

membutuhkan bantuan sehingga pekerjaan akan lebih cepat selesai dan optimal. Lingkungan kerja yang menerapkan sistem kerja sama ini, menanamkan kesadaran karyawan bahwasanya *jobdesk* tidak membuat karyawan untuk tidak keluar dari *jobdesk* mereka. Karyawan merasa bahwa lingkungan kerjanya tenang, ramah, dan bagus.

C. Pelayanan Publik

Sikap yang ditunjukkan oleh karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang saat memberikan pelayanan sudah dianggap baik oleh manajer tetapi juga perlu di perhatikan dan dimaksimalkan. Kesesuaian sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada publik ataupun masyarakat dianggap sesuai karena pada dasarnya sebelum masuk kedalam dunia pelayanan, karyawan harus siap terhadap konsekuensi yang ada dikarenakan pelayanan adalah kegiatan yang banyak berinteraksi kepada konsumen. Etika yang tidak dijaga juga mempengaruhi persepsi customer terhadap karyawan. Sehingga sudah ditegaskan bahwa sifat dan kepribadian yang dimiliki oleh setiap karyawan harus mempunyai sikap yang baik dalam melayani konsumen sehingga persepsi konsumen akan pelayanan yang diberikan dan kinerja karyawan juga akan dianggap baik.

Kinerja karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang juga bisa dilihat dari kecakapan karyawan dalam menyelesaikan tugasnya dalam melayani konsumen. Karyawan juga sudah tepat waktu dalam memberikan pelayanan. Terdapat tiga kunci sukses yang di terapkan diperusahaan ini yaitu rasa, pelayanan, dan kecepatan (*speed*). Ketiga fungsi itu berfungsi dengan baik dan konsumen merasakan pelayanan dan kecepatan tersebut. Karyawan merasa bahwasanya kecakapan nya dalam melakukan pekerjaannya masih dalam proses karena setiap pekerjaan dari hari yang dijalankannya pasti adanya kesalahan. Kreativitas yang dibentuk karyawan adalah dengan mencari celah agar lebih bias bekerja dengan cepat, lebih baik, dan lebih bersih sehingga konsumen dapat mendapatkan pelayanan yang bagus.

Berdasarkan hasil pengamatan, karyawan memiliki kecakapan dalam menawarkan produknya yaitu dengan mengunjungi masing masing meja pengunjung yang menunggu film atau tayangan bioskop yang ingin ditonton. Karyawan juga mahir dalam menggunakan kata- kata yang dapat membujuk konsumen untuk melakukan pembelian.

D. Pengawasan dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan langsung pada karyawan yang memiliki masalah di luar pekerjaan sehingga membuat pelayanan yang kurang maksimal. Hal ini lah yang dievaluasi langsung oleh manajer dengan mengadakan *briefing* baik itu siang maupun malam. Karyawan dievaluasi dengan manajer menanyakan permasalahan yang sedang dihadapi oleh karyawan tersebut sehingga dengan

karyawan memberikan alasan terhadap karyawan tersebut, manajer segera memberikan mereka saran dan masukan yang dapat membua mereka bias *perform* atau melakukan pelayanan dengan kondisi yang maksimal.

Selain dilakukan secara langsung, evaluasi juga dilakukan secara rutin dikarenakan karyawan akan terlena dan mengabaikan SOP-SOP yang ada, mulai dari bagaimana karyawan berperilaku di outlet sampai bagaimana karyawan seharusnya bekerja. Hal seperti ini dilakukan evaluasi dua minggu sekali agar kinerja tetap stabil.

Manajer melakukan pengawasan dengan menggunakan *form checklist*. *Form checklist* ini digunakan manajer untuk memantau pekerjaan karyawan dengan mengecek form checklist dengan keadaan yang ada. Hal ini dilakukan pada apakah minuman sudah tersedia, apakah kebersihan sudah melakukan pekerjaannya.

Di dalam sistem kerja Cinema XXI TCC Tanjungpinang ini, tidak adanya pelatihan khusus dikarenakan jam kerja yang dilakukan setiap hari. Pelatihan dilakukan perhari dengan dilatih untuk terus mengingat jobdesk karyawan masing-masing.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan kinerja terhadap karyawan Cinema XXI TCC Tanjungpinang sudah cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari kedisiplinan dan lingkungan kerja yang baik, seperti kedisiplinan tepat waktu ketika masuk jam kerja atau ketepatan waktu dalam bekerja. Kemudian adanya kerja sama yang baik antara karyawan satu dengan karyawan yang lain, yang mana jika ada karyawan yang belum menyelesaikan tugasnya atau membutuhkan bantuan maka karyawan lain akan membantu mengerjakan tugas karyawan yang belum selesai agar pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara cepat dan optimal. Hal inilah yang dapat menimbulkan hubungan yang baik antar sesama karyawan. Selain itu kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan juga sudah dianggap sesuai dan baik oleh manajer karena karyawan memiliki kecakapan dalam menyelesaikan tugasnya dalam melayani konsumen dan sudah tepat waktu dalam memberikan pelayanan. Penerapan kinerja yang baik ini juga tidak terlepas dari adanya pemberian motivasi yang dapat merubah perilaku para karyawan yang mana dapat memberikan semangat kerja yang begitu tinggi.

VII. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Perlu adanya pelaksanaan manajemen kinerja sesuai dengan kebutuhan Cinema XXI TTC Tanjungpinang, dan dapat mengadopsi model manajemen kinerja yang sudah ada dan mengembangkannya sesuai dengan kebutuhan Cinema XXI TCC Tanjungpinang.



2. Pada pemberian motivasi *punishment*, tidak hanya teguran saja yang diberikan, tetapi juga bisa diberikan dengan menambah jam kerja pada karyawan yang bersangkutan agar mengurangi perilaku berulang dalam melakukan kesalahan

DAFTAR PUSTAKA

- A new decade for social changes.* (n.d.). 30.
- A new decade for social changes.* (2020). 1.
- Dharma, S. (2013). *MANAJEMEN KINERJA Falsafah, Teori, dan Penerapannya* (IV). PUSTAKA BELAJAR.
- Fahmi, I. (2021). *MANAJEMEN KINERJA Teori dan Aplikasi* (VI). ALFABETA, cv.
- Giroth, N. K., Mandagi, M., & Bogar, W. (2022). Public Service Performance of Civil Servants (PNS) at South Tondano District Office in Minahasa Regency. *Journal of Sosial Science*, 3(1), 157–170. <https://doi.org/10.46799/jss.v3i1.286>
- Hery. (2019). *Manajemen Kinerja*. PT Grasindo.
- Kinerja, A. (2018). *Kepemimpinan Transformasional dan Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Budaya Organisasi Dan Motivasi*. 2(2004), 192–200.
- Kinerja, M., Dan, P., & Thayf, H. S. (2017). *No Title*. 97–102.
- M.S.Prof. Dr. F.X, S. (2014). *Manajemen Kinerja* (I). Cahaya Atma Pustaka.
- Nugroho, A. Y. A., Katolik, U., & Atma, I. (2015). *No Title*.
- Pada, S., Divisi, K., Dan, F., Human, D., & Pt, R. (2016). *Pengaruh self efficacy terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel intervening (studi pada karyawan divisi finance dan divisi human resource pt. coca-cola distribution indonesia, surabaya)*. 4, 1–12.
- Prof. Dr. Wibowo S.E., M. P. (2018). *Manajemen Kinerja* (X). 2018.
- Rosmaini, R., & Tanjung, H. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3366>
- Topsis, D. A. N., Sist, P., Prest, P., Met, M., Metode, M., & Dan, A. H. P. (n.d.). *Sistem pendukung keputusan penentuan karyawan terbaik menggunakan metode ahp dan topsis*.
- Utama, T., & Han, W. P. (2019). *Penilaian Kinerja Karyawan Pada PT . Dinamika Lubsindo Utama Medan*. 96–98.
- V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker, W. P. and K. M. B., Burkhardt, H., Ph, R. O., Vogiatzis, G., Hernández, C., Priese, L., Harker, M., O’Leary, P., Geometry, R., Analysis, G., Amato, G., Ciampi, L., Falchi, F., Gennaro, C., Ricci, E., Rota, S.,



- Snoek, C., Lanz, O., Goos, G., ... Einschub, M. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Society*, 2(1), 1–19. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- Windaryadi, C., & Surajiyo, S. (2020). Pengaruh Pelatihan Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Coach) Di Edison Learning Center Lubuklinggau. *Jurnal Media Ekonomi* ..., 25(2), 150–164. <http://jurnal.univbinainsan.ac.id/index.php/jurmek/article/view/992>
- Wiryananta, K., Safitri, R., & Prasetyo, B. D. (2021). (2020). A new decade for social changes. *Technium Social Sciences Journal*, 7, 312–320. <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/332/124>
- Yayat, R. (2017). Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependudukan Di Kecamatan Gamping. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)*, 2, 56–65. <http://eprints.uny.ac.id/17523/1/SKRIPSI FULL.pdf>
- Yuningsih, N., Sekolah, D., Ilmu, T., Pelita, E., Pembangunan, R., & Menengah, J. (2019). *Penerapan manajemen kinerja pegawai di instansi pemerintah*. 141–154.



ANALISA STRATEGI PENERAPAN SUMBER DAYA MANUSIA DI TRANS STUDIO TANJUNG PINANG

Amelia Safitri*¹

(ameliiiasafitri28@gmail.com)

Emylia Sasmita²

(emyliaasasmitaa@gmail.com)

Muhammad Firmansyah³

(mhdfirmansyah7777@gmail.com)

Satriadi⁴

(satriadi@stie-pembangunan.ac.id)

Octojaya Abriyoso⁵

(octojaya@stie-pembangunan.ac.id)

¹Manajemen, Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

²Manajemen, Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

³Manajemen, Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

⁴Manajemen, Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

⁵Manajemen, Ekonomi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

Abstrak

CT Corp merupakan perusahaan yang dibangun oleh Chairul Tanjung, CT Corp sendiri mempunyai unit usaha salah satunya Trans Entertainment yaitu Trans Rekreasiindo. Dengan Visi : Menjadi perusahaan terkemuka di industri taman hiburan untuk keluarga di Indonesia dan di Dunia; Motto : Safety, Clean, Fun, and Cheerfull ; Misi : Menjadi wahana sensasional dan menyenangkan, menjadi pusat pendidikan yang menyenangkan, menjadi sebagian dari hiburan selain televisi, suasana yang berbeda, dan pelayanan yang terbaik. Penulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskripsi yang memuat pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Hasil dari penulisan ini ialah terdapat penerapan strategi yang dilakukan oleh trans studio bandung dengan merekrut karyawan di setiap hari libur nasional dengan begitu orang yang berstatus part time akan diangkat menjadi karyawan tetap dengan melihat potensi yang diimplementasikan oleh pekerja.

Kata Kunci: Karyawan; Kinerja; Trans Studio

Abstract

CT Corp is a company founded by Chairul Tanjung, CT Corp itself has a business unit, one of which is Trans Entertainment, namely Trans Recreation. With a Vision: To become a leading company in the amusement park industry for families in Indonesia and in the world; Motto : Safety, Clean, Fun, and Cheerfull ; Mission: To be a sensational and fun vehicle, to be a fun educational center, to be part of entertainment other than television, a different atmosphere, and the best service. This writing uses a qualitative method with a description approach which includes data collection using interview and observation techniques. The result of this writing is that there is an implementation of the strategy carried out by Trans Studio Bandung by recruiting employees on every national holiday so that people with part time status will be appointed as permanent employees by looking at the potential implemented by workers.

Keyword: Employee; Performance Trans Studio

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan organisasi all-input yang memiliki beberapa bagian lain, seperti keterampilan dan kemampuan orang-orang yang bertugas dalam organisasi itu. Sebagian organisasi mendefinisikan sumber daya manusia selaku tenaga kerja ataupun energi karyawan, yang memiliki arti mendasar yang sama. Namun, organisasi dapat mencalonkan dan memilih karyawan untuk dipekerjakan atau tidak dipekerjakan. Pemimpin organisasi mesti mampu mengatur sumber daya manusia dengan baik dan efisien agar pegawai dapat bertugas dengan baik, mengedepankan keperluan bersama serta mengesampingkan keperluan pribadi.

Tugas manajer SDM adalah membimbing dan mendukung atasan dan karyawan serta menciptakan rasa tanggung jawab untuk mengelola karyawan. Kebijakan sumber daya manusia pengaruhi semua tenaga kerja baik secara kuantitatif ataupun kualitatif, oleh sebab itu melindungi kepentingan manajemen dan karyawan lainnya ialah tanggung jawab bersama. Sumber daya manusia dapat mempengaruhi budaya perusahaan dan harus secara aktif menanggapi perubahan dan bertindak tepat waktu. Setiap organisasi memiliki dimensi dan pendekatan yang berbeda, namun pada saat pemahaman bersama jadi bagian dari pandangan bersama- sama karyawan organisasi, nilai- nilai itu justru menjurus pada pembuatan budaya organisasi. Selain tugas personel, semua departemen dengan posisi manajerial, seperti manajer, supervisor, mandor, serta lainnya, wajib melaksanakan tugas personel tertentu.

Spesialisasi dan Aspek Strategi Sumber Daya Manusia Organisasi modern sudah berkembang dalam ukuran serta kerumitan serta mengalami perubahan lingkungan yang cepat. Itulah sebabnya pembagian kerja merupakan salah satu perspektif terpenting dalam manajemen sumber daya manusia. Tiap manajer mempunyai jumlah minimum karyawan alhasil manajer departemen dapat mendistribusikan kewajiban ke departemen organisasi.

Selaku tim yang berorientasi pada orang, konsultan SDM harus berkontribusi pada strategi masa depan perusahaan, terutama dalam kaitannya dengan ketersediaan sumber daya manusia. Singkatnya, perekrut memainkan peran penting dalam memberikan input serta solusi terkait SDM kepada organisasi. Anda harus memiliki pengetahuan yang kuat tentang sumber daya manusia, hubungan industrial, dan manajemen untuk memberikan informasi yang tepat waktu dan akurat.

Administrator sumber daya manusia. Manajer SDM yaitu orang yang bertanggung jawab buat menjalankan departemen SDM tiap hari. Manajer merupakan bagian integral dari operasi sehari-hari departemen SDM, terutama dalam pengelolaan seluruh bidang yang berkaitan dengan SDM, seperti botak. Selain itu, administrator sistem berperan dalam transmisi informasi terkait pekerjaan. Sumber daya manusia juga berpartisipasi dalam manajemen terperinci dari fungsi sumber daya manusia dari semua departemen lain dalam organisasi,

termasuk pembuatan dan pemeliharaan file pribadi untuk semua karyawan dan pemutakhiran berkelanjutan dari dokumen-dokumen ini.

Aspek strategis sumber daya manusia ialah bagian penting dari pengembangan sumber daya manusia. Hal ini memungkinkan SDM untuk tumbuh dan berkembang. Strategi yang dikembangkan oleh manajer profesional dapat memperkuat struktur personalia perusahaan. Pertimbangan strategis manajer.

II. TELAAH LITERATUR

A. Strategi

Istilah "strategi" awalnya digunakan dalam ilmu manajemen selaku metafora untuk analisis komparatif. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan istilah "strategi" sebagai pendekatan yang menyeluruh, ilmu pengetahuan, ataupun seni yang memadukan serta memakai alat-alat dalam penyelenggaraan kegiatan-kegiatan besar. Tidak hanya itu, strategi bisa dicirikan selaku manajemen ahli yang memperoleh keunggulan dibandingkan saingan dalam mencapai tujuan organisasi. Lima komponen strategi diakui oleh Lundy dan Cowling (1996): kepemimpinan, penentuan posisi, memobilisasi sumber daya, memastikan keunggulan kompetitif, dan kesuksesan dalam konteks saat ini.

Beberapa orang menyatakan bahwa manajemen rasional membuat kompleksitas perilaku organisasi menjadi lebih sederhana. Menurut Linstead (2004), strategi adalah perspektif dominan dari proses strategi, ataupun manajer lebih condong menanggapi kekuatan eksternal, sehingga strategi hanya menjadi nyata setelah fakta, menunjukkan kecenderungan peristiwa yang dapat diprediksi.

Sumber Daya Manusia (SDM) Satu-satunya sumber daya dengan emosi, keinginan, kemampuan, keahlian, dorongan, kekuatan, dan usaha adalah sumber daya manusia. Upaya organisasi untuk mencapai tujuannya dipengaruhi oleh semua potensi SDM ini. Tidak peduli seberapa canggih teknologi, pengembangan informasi, uang, dan material, tanpa sumber daya manusia yang cukup, bisnis akan berjuang untuk mencapai tujuannya.

Sumber daya manusia didefinisikan sebagai "pekerja yang siap, mampu, dan waspada dalam mencapai tujuan perusahaan" oleh Werther dan Davis (1996). Seperti yang dinyatakan sebelumnya, aspek utama dari sumber daya adalah kontribusinya terhadap organisasi, sedangkan aspek utama seseorang adalah bagaimana mereka diperlakukan sehubungan dengan kontribusinya, yang pada gilirannya mempengaruhi seberapa baik dan berapa lama mereka dapat hidup.

Berikut faktor-faktor data SDM untuk meningkatkan dan mengelola SDM dalam mendirikan perusahaan menurut Syaiful Bahri Jamarah (2017):

1. Kualitas pekerjaan dan inovatifnya

Keefektifan dan efisiensi suatu tugas yang dilakukan oleh sumber daya manusia atau sumber daya lainnya dalam mencapai sasaran atau tujuan bisnis secara tepat dan efisien dapat digunakan untuk mengukur kualitas pekerjaan. Inovasi adalah kapasitas untuk menggunakan keterampilan dan pengetahuan seseorang untuk menciptakan kreasi asli.

2. Kejujuran dalam bekerja

Bersama dengan banyak efek positifnya, kejujuran juga menghasilkan kehidupan yang jauh lebih baik. Untuk memastikan bahwa kita senantiasa jujur dalam segala tindakan kita, nilai kejujuran di tempat kerja harus ditanamkan dalam diri kita sejak usia muda.

3. Kehadiran dalam bekerja

Kehadiran seorang pegawai merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi kecuali ada hal-hal penting lainnya yang dapat dijelaskan oleh yang bersangkutan.

4. Sikap dalam bekerja

Sikap positif diperlukan terutama jika menemukan masalah dalam pekerjaan. Jangan langsung pasrah melainkan berusaha mencari berbagai jalan untuk mencari solusi permasalahannya.

5. Inisiatif dan kreatif

Seseorang akan dikatakan kreatif apabila dia mampu membuat atau menciptakan sesuatu, Sementara itu, kemampuan untuk bertindak tanpa menarik perhatian orang lain di sekitarnya memenuhi syarat sebagai inisiatif. Kolaborasi dengan pihak lain diperlukan di tempat kerja karena akan memfasilitasi penyelesaian tugas dan fungsi pekerjaan yang efisien.

6. Keandalan dalam bekerja

Dapat diandalkan di tempat kerja berarti mampu menjunjung tinggi standar moral dan etika profesi, membangun kebajikan pribadi yang lurus secara moral, menjaga integritas dan komitmen terhadap kemajuan perusahaan, serta tidak bergantung pada kendali dan pengaruh pihak lain yang tidak menguntungkan.

7. Pengetahuan tentang pekerjaan

Pengetahuan yang harus dimiliki seorang pekerja agar dapat melakukan pekerjaan dengan baik harus diperoleh baik sebelum maupun selama masa kerja.

8. Tanggung jawab terhadap pekerjaan

Menjadi akuntabel memerlukan pemecahan masalah. Kita semua terkadang membuat kesalahan di tempat kerja. Dan kesalahan itu perlu dijelaskan dan diperbaiki.

9. Pemanfaatan waktu dalam bekerja

Waktu lebih berharga daripada uang, tidak hanya setara dengannya. Sumber daya tak berwujud yang paling sulit untuk dikelola adalah waktu. Oleh karena itu, kita harus memanfaatkan waktu dengan lebih baik.

Strategi sumber daya manusia merupakan perencanaan kualitas sumber daya manusia agar dapat berkembang ke arah yang lebih baik. Artinya dengan adanya strategi sumber daya manusia bakal menolong seseorang agar berkualitas dan berdaya saing untuk suatu perusahaan.

Strategi SDM mencakup operasi SDM termasuk pengadaan SDM (dari perekrutan hingga seleksi), orientasi, pemeliharaan, pelatihan dan pengembangan SDM, dan penilaian SDM. Ini juga mencakup perencanaan SDM, audit SDM baik secara kualitatif maupun kuantitatif, dan audit SDM. Mengenai tren dan permintaan di masa depan, penawaran dan permintaan, dan undang-undang pemerintah, masalah eksternal harus diperhitungkan saat mengembangkan strategi SDM.

Pesaing potensial, perubahan sosial, demografis, budaya, teknologi, dan staf hanyalah beberapa contoh dari hal-hal yang perlu dipertimbangkan. Strategi perusahaan akan berubah sebagai respons terhadap tren perubahan lingkungan, yang juga berarti bahwa strategi SDM perlu ditinjau ulang dan, kemungkinan besar, dimodifikasi. Meski tidak terlarang, mengubah strategi SDM perlu dipikirkan matang-matang.

Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia, mengingat pentingnya sumber daya manusia dalam organisasi maka tujuan utama perencanaan sumber daya manusia secara umum stabilitas organisasi dan secara khusus tujuan strategi MSDM, yaitu meliputi:

1. Mencegah kelebihan dan kekurangan staf.
2. Memastikan organisasi memiliki karyawan yang tepat dengan keterampilan yang tepat di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat.
3. Pastikan organisasi responsif terhadap perubahan lingkungan.
4. Memberikan arahan dan koherensi untuk semua kegiatan serta sistem SDM.
5. Menyatukan garis perspektif dan staf manajer.

Menurut Ulrich (1997), terdapat empat peran baru yang dimainkan MSDM agar dapat membentuk perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing. Berikut peran yang dimainkan MSDM:

1. *Strategic Partner* MSDM dituntut untuk memiliki kemampuan menerjemahkan visi, misi, serta strategi bisnis ke dalam kebijakan strategi SDM.
2. *Administrative Expert* MSDM harus mampu memberikan desain dan melayani sistem MSDM yang efisien dan efektif, baik dalam proses

maupun pelaksanaannya.

3. *Employee Champion* MSDM harus bisa meningkatkan komitmen dan kontribusi tenaga kerja untuk mencapai keberhasilan organisasi serta menjadi pelindung tenaga kerja.
4. Agen perubahan peran MSDM dalam menghadapi perubahan persaingan dengan membangun kapasitas organisasi agar mampu merespons perubahan serta harus bertanggung jawab untuk mendesain dan mengelola perubahan, serta berperan sebagai sponsor, fasilitator, dan demonstrator.

Ruang Lingkup Pengembangan Sumber Daya Manusia Pengembangan mempunyai ruang lingkup, seperti yang dikemukakan, *Development: the growth or realization of a person ability through conscious or unconscious learning* yang berarti mencakup keseluruhan pengembangan dan peningkatan pegawai tidak hanya pendidikan dan pelatihan saja. Pengembangan ini ditujukan untuk untuk kebutuhan yang bersifat berkelanjutan. Ruang lingkup pengembangan sumber daya manusia mencakup 3 hal, yaitu:

1. Perencanaan sumber daya manusia.
2. Pelatihan sebagai acuan untuk pengembangan sumber daya manusia.
3. Pengelolaan sumber daya manusia.

B. Penilaian Kinerja

Menurut (dalam (Afni et al., 2016), penilaian kinerja merupakan suatu evaluasi atau penilaian yang dilakukan secara sistematis agar perusahaan dapat mengetahui mengenai hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh karyawan dan kinerja perusahaan sendiri. Penilaian kinerja merupakan suatu proses mengevaluasi atau menilai seberapa baik seorang karyawan dalam melakukan pekerjaan mereka berdasarkan standar yang telah ditetapkan, serta memberitahu informasi tersebut kepada karyawan yang bersangkutan (Kevin Tangkuman et al., 2015). Penilaian kinerja juga dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pemberian umpan balik kepada karyawan untuk memotivasi karyawan tersebut agar dapat meningkatkan kinerja yang dimilikinya (Rani & Mayasari et al., 2015).

C. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja ialah suatu keadaan psikis seseorang dalam menjalankan tugas tertentu, baik itu senang maupun tidak senang. Kepuasan kerja tersebutlah yang mencerminkan sikap seseorang dalam menjalankan pekerjaannya, yang berarti tingkat kepuasan seseorang berbeda-beda, dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja itu bersifat individual dikarenakan adanya perbedaan antara individual. Maka bila di dalam pekerjaan tersebut terdapat aspekpek yang memenuhi kebutuhan individu maka makin tinggi tingkat kepuasan kerja seseorang. (Widodo et al., 2015) mengemukakan ada beberapa indikator

kepuasan kerja, diantaranya:

1. Gaji, sejumlah bayaran yang di terima pekerja sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.
2. Pekerjaan itu sendiri, yang berarti di dalam pekerjaan terdapat aspek-aspek yang memuaskan seseorang dalam mengerjakan tugas nya.
3. Rekan kerja, ialah teman kerja yang menyenangkan atau tidak yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja seseorang.
4. Atasan, yang memberikan perintah juga merupakan penyebab kepuasan seseorang atas pekerjaanya.
5. Promosi, yang berarti kepuasan kerja seseorang melalui kenaikan jabatan.
6. Lingkungan kerja, yang baik atau tidak.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti penerapan adalah penerapan. (Putri, 2019) Penerapan adalah suatu proses, metode atau kegiatan sebagai peluang untuk menyempurnakan bahan penelitian dengan rencana, metode, konsep dan teori yang disusun secara sistematis. Menurut Wahab (Sa'diyah, 2019), implementasi merupakan kegiatan yang memiliki unsur pelaksanaan yang esensial dan mutlak.

Implementasi strategi, termasuk menetapkan tujuan operasional tahunan, kebijakan perusahaan/organisasi, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang ditetapkan dapat diterapkan.

SDM adalah struktur sistem formal organisasi yang memastikan penggunaan bakat orang secara efektif dan mencapai tujuan secara efektif tujuan organisasi. (Tinangon, Kojo dan Tawas, 2019).

Sumber daya manusia (SDM) ialah modal penting yang dimiliki oleh suatu organisasi karena memiliki kompetensi intelektual (Atmaja dan Ratnawati, 2018). Kualitas dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) berperan sangat penting dalam kemajuan organisasi (Widjaja, 2018).

Manajemen sumber daya manusia ialah ilmu yang juga merupakan seni menyelaraskan tenaga kerja yang beragam untuk memaksimalkan potensi mereka untuk membantu perusahaan atau organisasi mewujudkan tujuan dan cita-cita mereka (Istiantara, 2019).

Implementasi praktik HRM yang ada di suatu organisasi atau perusahaan menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing atau dibeli secara bebas di pasar (Kasmawati, 2018).

Definisi manajemen sumber daya manusia sejalan dengan penelitian Dessler (2017), menurutnya manajemen sumber daya manusia merupakan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya manusia dalam suatu perusahaan, mulai dari perencanaan, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, evaluasi personel, kompensasi dan PHK.

Menurut Fareed et al. (2016) Sumber daya bersifat khas, tidak umum,

dan menantang untuk ditiru dalam RBV. Salah satunya terkait dengan sumber daya manusia organisasi (human capital). Perusahaan harus dapat mengembangkan sumber daya manusia mereka dengan cara yang memungkinkan mereka yang memiliki pengetahuan, keterampilan kerja, bakat, dan kualitas lain yang dibutuhkan untuk mewujudkan potensi maksimal mereka dan menawarkan nilai bagi perusahaan dalam hal pertumbuhan yang berkelanjutan. Setiap sumber daya manusia memiliki keunikan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang tidak pernah sama. Dalam waktu sesingkat itu, tidak mungkin meniru kekuatan staf suatu organisasi.

Sumber daya manusia didefinisikan oleh Fareed et.al (2016) melalui prinsip inti sumber daya manusia selaku pengetahuan serta kemampuan profesional yang didapat lewat pendidikan. Menurut teori ini, kapasitas serta produktivitas organisasi didasarkan pada keterampilan serta bakat unik dari sumber daya manusianya. Pendekatan ini memberikan penekanan kuat pada nilai investasi sumber daya manusia berdasarkan pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan buat pekerjaan itu. Ini memengaruhi kemampuan organisasi untuk menarik, melibatkan, memberi penghargaan, serta mengembangkan sumber daya manusia organisasi. Teori ini percaya bahwa sumber daya manusia yang lebih baik membuat organisasi menjadi lebih baik. Pengembangan staf bukan hanya pengembangan kompetensi. Mengembangkan budaya serta iklim organisasi pula berguna buat menunjang aktivitas SDM, sebab persepsi SDM serta motivasi kerja berbeda.

Budaya organisasi ialah pengaturan norma, nilai, prinsip serta asumsi bersama (Fareed et al., 2016). Budaya perusahaan yang meliputi perilaku, simbol, ritual, dongeng, serta nilai maupun prinsip yang dijunjung tinggi merupakan hal yang dapat dipelajari. Selama tiga dekade terakhir, budaya organisasi sudah jadi subjek penelitian yang menarik dalam literatur manajemen. Hubungan antara budaya organisasi dan keunggulan kompetitif jangka panjang telah dieksplorasi dalam berbagai penelitian. Hubungan antara budaya organisasi dan kinerja sangat didukung oleh data empiris. Efektivitas organisasi lebih dipengaruhi oleh sikap tentang kerja individu serta efektivitas organisasi selaku bagian dari budaya organisasi. Pustaka mencakup teori dan konsep ilmiah yang menjadi sumber acuan penulisan penelitian. Sumber referensi sebaiknya bersumber dari bahan acuan primer (artikel) dan meminimalkan sumber sekunder (buku). Sumber tersebut tentunya harus relevan dengan topik yang diteliti, memiliki *state of the art* dan tahun referensi/edisi terbaru. Setiap sumber referensi yang dikutip harus tercantum dalam daftar pustaka. Untuk penulisan pengarang yang lebih dari 3 orang ditulis *et al.*, Pada tinjauan pustaka, masing-masing variabel diuraikan dalam bentuk definisi singkat, hubungan antara variabel, bagaimana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen, dan penelitian empiris mengenai hubungan antar variabel yang diuji. Pengembangan kerangka konseptual terdiri dari

penjelasan kerangka konseptual dan gambar. Pengembangan hipotesis terdiri dari penjelasan bagaimana hipotesis terbentuk.

III. METODE

A. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk memperoleh data yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian maka peneliti menggunakan 3 metode, yaitu:

1. Observasi adalah suatu proses pengamatan langsung tentangapa yang di terapkan pada perusahaan yang diteliti.
2. Wawancara, digunakan dengan cara menyediakan daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden yaitu HRD Trans Studio Garden.
3. Dokumentasi, bukti bahwa peneliti datang langsung ke perusahaan dan melakukan wawancara.

B. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisa data, penulis menggunakan metode deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan antara variabel satu dengan variabel lain.

C. Waktu dan Tempat

Pelaksanaan wawancara dilakukan pada tanggal 10 juni 2023, pukul 14.30 WIB. Wawancara ini dilakukan di Jalan Adi Sucipto KM.11 Tanjungpinang.

D. Alat wawancara yang digunakan

Wawancara dilakukan dengan media rekaman suara secara langsung dari HP dan menggunakan buku sebagai alat untuk menulis setiap pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh HRD.

IV. HASIL PENELITIAN

CT Corp merupakan perusahaan yang dibangun oleh Chairul Tanjung, CT Corp sendiri mempunyai unit usaha salah satunya Trans Entertainment yaitu Trans Rekreasindo. jalan Adi Sucipto, Batu IX, Kecamatan Tanjungpinang Tim, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau. Pemilihan pelaksanaan magang dikarenakan konsentrasi tugas perusahaan tersebut sesuai dengan program studi manajemen dengan konsentrasi yang dipilih yaitu sumber daya manusia . trans studio tanjung pinang merupakan tempat yang tepat untuk dijadikan magang dikarenakan tempat tersebut selalu ramai pengunjung dan penulis dapat melihat penerapan sumber daya

manusia yang di implementasikan sesuai dengan strategi yang ditetapkan. Lokasi ini menerapkan standar wahana terbaik dengan komitmen untuk memenuhi kebutuhan wisatawan bisnis dan conference organizers dengan beragam jenis fasilitas.

Kumpulan perusahaan konsumen terbesar di Indonesia adalah CT Corp, yang berkembang pesat di semua industri, termasuk pariwisata. Pencapaian anak usaha CT Corp PT. Alfa Retailindo dalam menjalin kemitraan sebesar USD 275 juta dengan International Financial Corporation (IFC) pada tahun 2019 menjadi bukti kuatnya kinerja perusahaan, khususnya di sektor ritel, wisata, dan real estate. Dalam skenario ini, CT Corp dinilai sanggup membantu penciptaan lapangan kerja di ketiga sektor tersebut. Kerjasama ini bermaksud untuk mengoptimalkan pengembangan sektor swasta di Indonesia.

CT Corp mengembangkan ketiga industri tersebut dalam satu kompleks hiburan terpadu yang mencakup industri ritel, pariwisata, dan *real estate*. Taman hiburan indoor terbesar di Indonesia dan penawaran wisata utamanya adalah jaringan taman bermain Trans Studio, di mana Trans Studio berfungsi sebagai tujuan wisata lambang kompleks tersebut. Empat Trans Studio telah dibangun, masing-masing di Makassar, Bandung, Cibubur, dan Bali. Taman hiburan indoor terbaru dari CT Corp bernama Trans Studio Tanjung Pinang. Dengan berkonsentrasi pada turis lokal dan internasional, CT Corp memperluas pangsa pasarnya untuk item taman hiburan dalam ruangan di sektor yang belum dimanfaatkan.

Trans Studio Garden Tanjungpinang Dibangun dari tahun 2020 dan dibuka di bulan November 2021. Memiliki 8 wahana outdoor terdiri dari Kincir Raksasa, *Happy Swing*, Sepeda air, *Poison Tower*, *Sky Rider*, Kereta Api, *Driving School*, *Rock In Tug*. Selain itu mempunyai bird cage aviary untuk berinteraksi dengan unggas seperti burung dan juga mengenal berbagai jenis tanaman. Saat ini juga ada tambahan wahana outdoor yaitu flying fox yang dibuka setiap sabtu - minggu dari jam 14.00 wib - 18.00 wib. Lalu juga ada permainan indoor yaitu *game zone* dengan total 73 mesin game. Trans Studior Garden tanjungpinang adalah wahana dengan konsep taman hiburan seluas 1,7 hektar. Dengan jam operasional Senin - Jumat di pukul 13.00 - 21.00, Sabtu di pukul 10.00 wib - 22.00 wib, Minggu dipukul 10.00 wib - 21.00 wib.

Adapun visi, misi, dan motto adalah sebagai berikut

1) Visi

Menjadi perusahaan terkemuka di industri taman hiburan untuk keluarga di Indonesia dan di dunia.

2) Misi

Menjadi wahana sensasional dan menyenangkan, menjadi pusat pendidikan yang menyenangkan, menjadi sebagian dari hiburan selain televisi, suasana yang berbeda, dan pelayanan yang terbaik.



3) **Motto**

“Safety, Clean, Fun, and Cheerful”

Berikut adalah bagian dari trans entertainment itu sendiri ada:

1. Trans Studio yang berkonsep indoor dan merupakan theme park terbesar di Indonesia
2. Trans Snow World yang berkonsep luar negeri yaitu dengan adanya permainan salju yg memanjakan mata
3. Trans Studio Mini, dengan konsep yang sama versi mininya trans studio Kid City
4. Wahana yg berkonsep untuk keluarga khususnya orangtua yang ingin mengajak si kecil bermain
5. Trans Studio Garden, Bermain wahana dengan konsep outdoor Kemudian terdapat struktur organisasi, dibawah ini adalah gambaran struktur organisasi

Berdasarkan hasil wawancara “Bagaimana perekrutan karyawan di trans studio garden?”, jawab: “Kalau dari perekrutan itu kita lihat dulu nih kita kekurangan sumber daya manusia ya berapa salah contoh itu kita saat ini kita butuh kasir Nah itu butuhnya berapa orang. Nah setelah itu kita akan mengajukan dulu kita harus ngajuin karena kan ini cabangnya dari Entertainment sendiri nah ini tuh harus kita ajukan dulu ke HO nama itu head office.

V. **PEMBAHASAN**

Jika menggunakan teori, ada dua cara untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas: 1). Suatu teknik yang difokuskan untuk memikat (merekrut) sumber daya manusia disebut pendekatan "pembelian". 2). Metode “make” adalah metode yang menekankan mendidik, melatih, dan membimbing sumber daya manusia yang ada untuk membantu mereka berkembang. Menurut Magginson dan Mathews, “pengembangan” (*development*) adalah suatu proses panjang yang bertujuan untuk mendongkrak potensi dan efisiensi. Namun, sebagaimana dijelaskan Handoko, “pengembangan sumber daya manusia” dalam pengertian ini mengacu pada upaya yang lebih luas untuk memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kualitas kepribadian. Tujuan utama dari manajemen sumber daya manusia (SDM) adalah untuk mendukung keberhasilan organisasi. Memastikan inisiatif SDM mendukung inisiatif organisasi yang berpusat pada (a) produktivitas, (b) layanan, dan (c) kualitas adalah kunci untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Peningkatan produktivitas yang berkelanjutan, seperti yang ditentukan oleh jumlah output yang dihasilkan per pekerja, telah menimbulkan persaingan global. Dalam sebuah perusahaan, kegiatan, program, dan sistem manajemen dalam hal ini sekolah memiliki dampak yang signifikan terhadap produktivitas tenaga kerja. Berikutnya adalah kualitas. Daya tahan kesuksesan organisasi akan

sangat dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan. Kemampuan organisasi untuk berkembang dan berfungsi akan terhambat jika diketahui menawarkan produk atau jasa di bawah standar. Terakhir, layanan. Proses penciptaan barang dan jasa seringkali melibatkan sumber daya manusia. Prosedur harus dirancang dengan mempertimbangkan manajemen SDM.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan SDM adalah sebagai berikut:

1. Faktor hukum dan politik,
2. Faktor ekonomi, dan
3. Faktor budaya.

Kemudian di pertanyaan kedua terdapat “Apakah ada kendala-kendala dalam pengadaan tenaga kerja?” jawab “Kalau kendala untuk saat ini belum ada sih Kak paling cuman karena cuaca ya Jadi kalau trans studio sendiri kan kita kan itu ada sif senin sampai jumat memang 1 sif kalau Sabtu Minggu kan itu ada 2 sif dan saat ini kan kita juga kekurangan karyawan nih Nah itu kita juga ada rekrut namanya tuh Daily W (*Walker*) kalau yang karyawan itu biasanya gajinya itu kan sesuai UMK kayak gitu kan Nah kalau dia ini *daily walker* ini dia mereka kerjanya di gajinya itu dihitung perhari gitu jadi nanti kita juga ada rekrutmen dari perhari Nah kalau misalnya saat itu kita butuh contohnya itu hari eh semalam itu kan rata-rata karyawan rumahnya banjir Ya kan jadi mereka tidak bisa datang Jadi kita butuh DW ternyata dw-nya itu enggak bisa datang juga nah itu paling kendalanya cuma gara-gara itu kalau yang lainnya aman.”

Jika dikaitkan dengan teori ialah lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar karyawan dan yang dapat memengaruhinya dalam melaksanakan tanggung jawab dan tugas yang dibebankan kepadanya (Ramli, 2019). Lingkungan kerja menjadi faktor utama yang memengaruhi kenyamanan bagi pekerja. Lingkungan kerja adalah total dari bahan dan alat perkakas yang dihadapi oleh pekerja, metode kerja, pengaturan kerja, kemudian kondisi lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja baik individu maupun di dalam kelompok kerja. Berdasarkan definisi yang dikemukakan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar karyawan dan yang dapat memengaruhinya dalam melaksanakan tanggung jawab dan tugas yang dibebankan kepadanya.

Kemudian dipertanyaan ketiga “Apakah Trans Studio ini ada struktur organisasi?” jawab “Kalau struktur organisasi itu ada itu di atas kalau Ho di bawah Ho itu ada PM *race manager* kepala cabang dibawa kepala cabang itu ada HRS terus kita ada *back office* terus ada area supervisor ada *Finance* terus kemudian ada IT terus sosial media terus stelkiper, nah itu bagian *back office* pokoknya pakai baju-baju hitam itu *back office*. nah dibawah back office itu ada namanya *case member* sama kasir nah di bawah itu ada di luar kan member sama kasir, *security* dan *cleaning service*.”

Pada dasarnya dalam organisasi terdapat struktur organisasi yang bertujuan untuk memajemen proses pendayagunaan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efisien, efektif, dan produktif merupakan hal yang paling penting untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu manajemen juga untuk mencapai suatu tujuan melalui kegiatan orang lain, artinya tujuan dapat dicapai bila dilakukan oleh satu orang atau lebih. Dalam manajemen sumber daya manusia, karyawan adalah kekayaan (asset) utama perusahaan, sehingga harus dipelihara dengan baik.

Kemudian terdapat strategi motivasi karyawan untuk meningkatkan semangat di trans studio tanjung pinang.

Movere, yang berarti dorongan atau gerakan dalam bahasa latin, merupakan akar dari istilah motivasi. Secara singkat, motivasi adalah “proses pemberian motif kerja (motivator) kepada bawahan sedemikian rupa sehingga mau bekerja dengan sungguh-sungguh agar tujuan organisasi tercapai secara efisien. Orang yang termotivasi dalam bekerja menunjukkan berbagai sifat, seperti berikut ini: pertama, kinerja mereka didasarkan pada usaha dan kemampuan mereka, sebagai lawan dari bagaimana orang lain tampil dalam kelompok; kedua, mereka memiliki kapasitas untuk menyelesaikan tugas; dan ketiga, mereka sering menerima umpan balik khusus tentang bagaimana melakukan tugas mereka di lingkungan. cara yang paling efektif dan efisien.

Elemen penentu utama bagi seorang karyawan di tempat kerja adalah motivasi. Walaupun jumlah karyawan yang mampu dan fasilitas yang memadai, pekerjaan tidak akan berjalan sebagaimana mestinya jika tidak ada dorongan untuk menyelesaikannya.

Namun pemberian motivasi yang intens oleh pimpinan juga diperlukan dalam rangka pengembangan pegawai dan merupakan cara untuk menggerakkan bawahan dengan menggunakan teori motivasi yang tepat, yang sangat penting dilakukannya untuk mengenal mereka. Bersama dengan fungsi penting seorang pemimpin, motivasi staf juga penting untuk kesuksesan bisnis. Motivasi adalah kesiapan untuk mengerahkan usaha yang lebih besar guna memajukan tujuan organisasi, yang ditimbulkan oleh kesiapan untuk memenuhi kebutuhan pribadi.

Kepemimpinan adalah teknik bagi seorang pemimpin untuk membimbing, memotivasi, mempengaruhi, dan mengendalikan pengikut dengan cara tertentu sehingga pengikut dapat melaksanakan tugas dengan sukses dan efektif. Praktek mendisiplinkan bawahan yang melanggar aturan atau prosedur dikenal sebagai disiplin. Sikap psikologis seseorang atau sekelompok individu yang senantiasa ingin menaati atau memenuhi segala aturan atau pilihan yang telah dibuat dapat juga dikatakan sebagai sikap disiplin kerja.

Organisasi menggunakan tindakan disipliner untuk menghukum pelanggaran, sedangkan karyawan yang yakin hak mereka telah dilanggar oleh

majikan mereka mengajukan keluhan. Dengan kata lain, tujuan organisasi akan sulit tercapai tanpa adanya disiplin kerja, oleh karena itu para pegawai perlu mempraktekkan disiplin kerja. Jika sebagian besar aturan diikuti oleh sebagian besar karyawan, disiplin di tempat kerja dapat dipertahankan.

Konsekuensinya, disiplin sebenarnya dapat diterapkan dalam praktik jika perusahaan dapat mengatur agar sebagian besar karyawannya mematuhi aturan. Disiplin mengandung arti tidak hanya tunduk dan patuh pada peraturan, tetapi juga perhatian dan pengendalian yang tegas atas penggunaan waktu, tanggung jawab terhadap tugas yang diemban, dan keseriusan terhadap bidang keahlian yang ditekuni. Islam menganjurkan kita untuk mencermati dan menerapkan prinsip-prinsip akhlak dalam kehidupan sehari-hari guna meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sumber Daya Manusia sangat berperan penting dalam mencapai tujuan perusahaan, sumber daya manusia merupakan salah satu modal dan memegang suatu peran yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengelola Sumber Daya Manusia sebaik mungkin. Begitu juga untuk menghadapi persaingan saat ini, hotel harus mampu memiliki Sumber Daya Manusia yang berkualitas Sumber Daya Manusia merupakan aspek yang krusial untuk menunjang produktivitas sebuah hotel agar mampu bertahan di dalam ketatnya persaingan perhotelan saat ini. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mampu mengelola Sumber Daya Manusia dengan baik agar dapat meningkatkan produktivitas di perusahaan tersebut. CT Corp merupakan perusahaan yang dibangun oleh Chairul Tanjung, CT Corp sendiri mempunyai unit usaha salah satunya Trans Entertainment yaitu Trans Rekreasindo. Dengan adanya peresmian wahana ini akan mengurangi pengangguran masyarakat dengan penerapan strategi sumber daya manusia dengan melihat berbagai macam potensi.

B. Saran

Saran dari penulis ialah, dalam perekrutan sumber daya manusia sebaiknya pihak trans studio membuka lowongan melalui instagram, seperti yang kita ketahui trans studio tanjung pinang hanya membuka lowongan melalui situs website resmi tanpa di promosikan melalui sosmed. Dengan mempromosikan loker, kemungkinan penerapan strategi sumber daya manusia akan lebih kompeten. Kesimpulan ditulis secara kritis, logis, dan jujur berdasarkan fakta hasil penelitian yang ada, serta penuh kehati-hatian apabila terdapat upaya generalisasi. Bagian kesimpulan dan saran ini ditulis dalam bentuk paragraf mengalir, tidak menggunakan penomoran atau *bullet*, serta diungkapkan bukan dalam kalimat statistik. Kesimpulan dapat meninjau poin-

poin utama dari makalah ini, jangan mereplikasi abstrak sebagai kesimpulan.

Pada bagian ini dimungkinkan penulis untuk memberikan saran atau rekomendasitindakan berdasarkan kesimpulan hasil penelitian. Demikian pula, penulis juga sangat disarankan untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Broom M. Glen. 2015. *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bungin, Burhan, 2018. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosia lainnya*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Coombs Timothy W. & Holladay J. Sherry. 2010. *PR Strategy and Application Managing Managing Influence*. Singapore: Willey-Blackwell. Cutlip M. Scott , Center H. Allen &
- Fachrudin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*, CV Andi Offset. Yogyakarta
- Fajarin I. 2020. Analisis daya saing sektor pariwisata kabupaten banyuwangi: pendekatan competitiveness monitor dan porter's diamond. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*
- Himayati, Switrayni NW, Komalasari D, Fitriyani N. 2020. Analisis rotasi ortogonal pada teknik analisis faktor menggunakan metode procrustes. *Eigen Mathematics Journal* 3(1): 45-55. <https://doi.org/10.29303/emj.v3i1.66>
- Lo J, Leung P. 2015. The preferred theme park. *American Journal of Economics* 5(5): 472-476. <https://doi.org/10.7916/d8xd18bq>.
- outhern M. 2020. Coronavirus And The Impact On Businesses So Far – Who's Up & Who's Down?. <https://www.searchenginejournal.com/coronavirus-and-the-impact-on-businesses-so-far-whos-up-whos-down/357308/#close>.
- Sarah D, Suryana NR, Kirbrandoko. 2019. Strategi bersaing industri madu (Studi Kasus: CV Madu Apiari Mutiara). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* 5(1): 71-83. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.5.1.71>.
- Shimp A. Terence. 2016. *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. Salemba Empat.
- Sugiyono. 2019. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Suryana, Ahmad. 2015. *Strategi dan Pemikiran Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat
- Suryana, Ahmad. 2011. *Strategi dan Pemikiran Bisnis*, Jakarta : Salemba Empa
- The Jakarta Post. 2020. Bali Sees Almost 100 Percent Drop in Foreign Tourists. <https://www..com/travel/2020/04/25/bali-sees-almost-100-percent-drop-in-foreign-tourists.html>.
- Yulianto, Widyasasi. 2020. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2(2): 576 – 585.



*Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis
(National Conference Management And Business)
Palembang, Indonesia, 3-4 Juli 2023
Paper No. 034*

<http://dx.doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7622>

Zgheib PW. 2017. Entrepreneurship and Business Innovation in the Middle East.
Lebanon: IGI Global.



STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN SVJ COSMETIK TANJUNGPINANG

Michelle Malonda¹

(michellemalondaaa@gmail.com)

Jovi Saputra²

(jovisaputra666@gmail.com)

Anggia Sekar Putri³

(anggiapstiepembangunan1@gmail.com)

Satriadi⁴

(satriadi@stie-pembangunan.ac.id)

¹Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

²Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

³Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

⁴Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

Abstrak

Sumber daya manusia merupakan faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan dapat menghadapi perkembangan zaman dan lawan bisnis atau tidak. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi yang tepat dalam upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia pada SVJ COSMETIC. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara mendalam (deep interview) dengan informan sebanyak satu orang yang merupakan pemilik SVJ COSMETIC. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh strategi pengembangan Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan kinerja karyawan SVJ COSMETIC. Hasil dari penelitian ini yakni strategi sumber daya manusia yang digunakan oleh SVJ COSMETIC dalam peningkatan kinerja karyawan menggunakan evaluasi, umpan balik, dan pemberian mentoring kepada karyawan dimana peningkatan kinerja didasarkan pada peningkatan kemampuan dan prestasi kerja karyawan SVJ COSMETIC.

Kata Kunci: Strategi; Sumber Daya Manusia; Kinerja Karyawan.

Abstract

Human resources are a determining factor for the success of a company in facing the times and business opponents or not. The purpose of this study was to find out the right strategy in an effort to improve the performance of human resources at SVJ COSMETIC. This research uses descriptive research with a qualitative approach and data collection is done through deep interviews with one informant who is the owner of SVJ COSMETIC. Data analysis used in this study used simple linear regression analysis to test the effect of the Human Resources development strategy on improving the performance of SVJ COSMETIC employees. The results of this study are the human resource strategy used by SVJ COSMETIC in improving employee performance using evaluation, feedback, and providing mentoring to employees where performance improvement is based on increasing the ability and work performance of SVJ COSMETIC employees.

Keyword: Strategy; Human Resources; Employee Performance.

I. PENDAHULUAN

Strategi SDM merupakan suatu strategi berupa langkah-langkah yang dapat diterapkan untuk mengembangkan karyawan dengan memberikan pelatihan jangka pendek dengan prosedur yang sistematis dan terorganisir. Dengan dilakukan pelatihan maka setiap karyawan dapat mempelajari banyak pengetahuan baru dan keterampilan secara teknis untuk tujuan tertentu yang sudah ditetapkan. Dilakukannya pelatihan merupakan alat yang ampuh bagi perusahaan untuk masa depan perusahaan yang penuh tantangan dan mengalami perubahan yang begitu cepat. Perusahaan juga perlu memberikan kesempatan dan menawarkan reward atas pengembangan yang telah dilakukan oleh karyawan sehingga memungkinkan karyawan untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan di bidang keahlian masing-masing. Semakin berkembangnya teknologi selain memberikan kemudahan pada perusahaan juga memunculkan pesaing-pesaing baru dalam dunia bisnis. Untuk dapat memaksimalkan sumber daya manusia yang ada perlu dilakukan peningkatan kinerja dari setiap karyawan.

Kinerja merupakan sebuah kegiatan yang berfokus pada pengelolaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Kinerja juga dapat diartikan sebagai kualitas dan kuantitas dari hasil kerja seseorang atau kelompok dalam mengelola sumber daya organisasi dengan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok. Peningkatan sebuah kinerja dari karyawan menjadi hal penting untuk dapat memastikan sebuah perusahaan dapat bersaing dengan perkembangan zaman dan pesaing-pesaing bisnisnya. Peningkatan kinerja karyawan dapat dilihat dari peningkatan kemampuan alamiah yang didapatkan dari hasil sebuah proses pengembangan kinerja karyawan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja dari sumber daya manusia adalah kemampuan individu, tenaga dan usaha yang diberikan pada perusahaan dan dukungan dari organisasi, baik berupa perusahaan ataupun tim kerja dari seorang SDM pada perusahaan tersebut.

Pengembangan sumber daya manusia dapat dilaksanakan dengan melakukan sebuah langkah atau strategi pelatihan terhadap karyawan. Pelatihan merupakan sebuah langkah yang dimana karyawan dididik untuk mampu menguasai keterampilan teknis tertentu yang dibutuhkan dari perusahaan sehingga dapat membuat perusahaan menyiapkan diri untuk perubahan di masa depan. Dengan adanya pelatihan yang didapatkan karyawan akan memberikan peningkatan pada keterampilan teknis dan juga penguatan mental dari setiap karyawan. Dengan demikian akan terjadi peningkatan kinerja karyawan baik secara individu maupun kelompok. Pengembangan sumber daya manusia merupakan sebuah proses yang kompleks karena memiliki aspek dimensi yang luas sehingga memerlukan adanya perencanaan, pengelolaan waktu, biaya, dan kegiatan yang tersusun secara sistematis (Harini F. N., 2020).

SVJ Cosmetic merupakan toko yang menjual produk kecantikan untuk semua kalangan baik perempuan, pria, anak - anak, dewasa, hingga orangtua. SVJ

COSMETIC merupakan toko kecantikan yang menjual produk - produk kecantikan seperti *skincare*, *body care*, *hair care*, *make up*, dan masih banyak lainnya. Dimana SVJ COSMETIC ini selalu menjual produk-produk yang selalu *update* dan dicari oleh para customernya. SVJ COSMETIC ini merupakan toko kecantikan yang sudah memiliki dua toko, yang terdiri dari toko pusat yang berada di Kios Bintang Center A30 - 31 yang tepatnya berada di depan SDN 015 Tanjungpinang Timur dan toko cabang yang berada di Ruko Central Kencana A7-8 Kota Tanjungpinang. SVJ COSMETIC telah memiliki 9 orang karyawan dan berasal dari berbagai wilayah di Kota Tanjungpinang. Karyawan SVJ COSMETIC berasal dari kategori pendidikan SMA/ sederajat.

II. TELAAH LITERATUR

Sumber daya manusia merupakan sebuah masalah utama dalam setiap organisasi/perusahaan (proses kerja yang melibatkan beberapa individu maupun kelompok dalam upaya mencapai tujuan bersama), organisasi yang baik merupakan sebuah perusahaan yang mampu melakukan kerja sama antar individu di dalam kelompoknya untuk mencapai tujuan kelompok (Budiman, 2022). Selain itu, sumber daya manusia juga merupakan sebuah faktor penentu dalam meningkatnya keefektifan dan kemajuan organisasi sehingga dapat bekerja secara optimal dan efektif. Hal itu dikarenakan sumber daya manusia merupakan perencana, pelaku, dan penentu terwujudnya sebuah kinerja yang baik pada sebuah organisasi, sehingga pengembangan SDM dapat menjadi sebuah faktor yang menentukan keberlangsungan dari sebuah perusahaan.

Kinerja dari sumber daya manusia merupakan prestasi dan sebuah tanggung jawab dari setiap individu terhadap pekerjaan yang ia laksanakan, hal ini mendeskripsikan mengenai harapan kerja, mengusahakan kerangka kerja dan saling berkomunikasi dalam melaksanakan pekerjaan (Sodik, 2018).

Pengembangan kinerja sumber daya manusia merupakan sebuah upaya dalam mencapai kualitas sumber daya manusia yang mampu bersaing untuk dapat memenuhi tuntutan kerja yang ada saat ini dan pada masa depan. Dalam arti yang lebih luas adalah upaya pengembangan kemampuan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan, pengalaman, keahlian, produktivitas kerja, dan kepuasan sumber daya manusia dalam melaksanakan sebuah pekerjaan. Dalam upaya pengembangan kinerja sumber daya manusia secara umum terdiri dari dua metode dasar, yaitu pengembangan secara informal dan pengembangan secara formal (Dinny M. Aruperes, 2018).

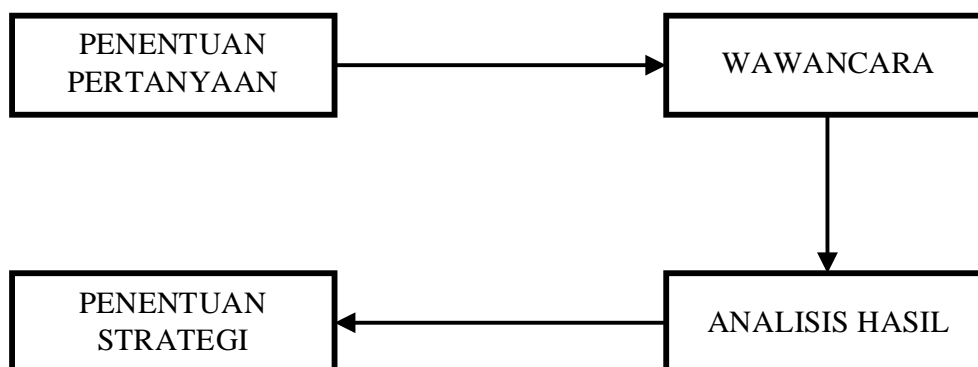
Pengembangan kinerja secara informal merupakan sebuah pengembangan kinerja yang didasarkan dari kemauan setiap individu karyawan. Dimana karyawan tersebut akan berusaha untuk mengembangkan kinerjanya tanpa adanya dorongan dari atasan, yang dapat dilakukan dengan membaca buku literatur mengenai bidangnya dan/ atau dapat dilakukan dengan menanyakan pada orang yang lebih berpengalaman. Dengan demikian dapat dinilai bahwa karyawan tersebut memiliki

keinginan dan kemauan untuk dapat meningkatkan kemampuan kerja dan rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan. Sedangkan pengembangan secara formal merupakan sebuah rangkaian program yang telah disusun secara sistematis oleh sebuah organisasi yang wajib diikuti oleh sumber daya manusia. Kegiatan yang dapat dilakukan umumnya berupa Pendidikan singkat dan pelaksanaan pelatihan kerja pada setiap kelompok kerja atau individu dari sumber daya manusia. Hal demikian dapat memberikan peningkatan kinerja sumber daya manusia secara menyeluruh baik kinerja dalam kelompok ataupun individu (Dinny M. Aruperes, 2018).

Pengembangan kinerja sumber daya manusia yang dilakukan secara formal maupun informal tentulah tetap memerlukan adanya sebuah manajemen sumber daya manusia yang baik, untuk dapat memberikan sebuah kegiatan pengembangan kinerja sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan (Dipang, 2013). Manajemen sumber daya manusia sendiri merupakan ilmu manajemen yang memfokuskan pada pengembangan sumber daya manusia yang prosesnya tersusun atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan pengadaan, pengembangan, sehingga terjamin sumber daya yang manusia yang mendapatkan pelatihan akan sesuai dengan harapan dan tujuan dari perusahaan atau organisasi. Dengan adanya manajemen yang baik sebuah langkah yang tepat akan dapat diambil dalam sebuah proses pengembangan kinerja sumber daya manusia (Sodik, 2018).

Tinjauan Pustaka

Peningkatan kinerja sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan merupakan sebuah keharusan karena adanya dorongan dari pesaing bisnis maupun dari perkembangan teknologi yang harus terus diikuti. Oleh karena itu, diperlukan penentuan strategi yang tepat sasaran, agar proses tersebut dapat dilakukan dengan tepat, maka peneliti menyusun kerangka konseptual sedemikian rupa:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dari kerangka berpikir di atas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini menggunakan data primer yang nantinya akan didapatkan langsung dari proses wawancara terhadap pemilik SVJ Cosmetic Tanjungpinang.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam proses pengumpulan datanya. Sehingga nanti akan didapatkan data yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan dapat diambil keputusan strategi yang tepat dalam penentuan metode untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia SVJ COSMETIC Kota Tanjungpinang. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur, dimana hal ini merupakan sebuah wawancara yang dilakukan dengan menggunakan instrumen dan panduan wawancara yang ada namun dengan proses yang berlangsung lebih fleksibel, dimana pewawancara dan narasumber dapat mengembangkan sendiri pertanyaan dan ide-ide yang diutarakan. Dengan metode yang demikian diharapkan proses wawancara dapat berjalan lancar tanpa adanya pembahasan yang melenceng dari tema dan tidak terlalu mengekang jawaban dari narasumber. Sehingga narasumber dapat memberikan jawaban yang memberikan gambaran secara jelas mengenai keadaan yang ada. Dalam proses wawancaranya perlu terlebih dahulu disiapkan pertanyaan sebagai instrumen wawancara, berikut pertanyaan yang telah disiapkan pewawancara untuk ditanyakan kepada narasumber:

1. Bagaimana SVJ COSMETIC mengidentifikasi kebutuhan pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja karyawan?
2. Apa saja strategi yang telah diimplementasikan SVJ COSMETIC dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan karyawan?
3. Bagaimana SVJ COSMETIC menentukan program pelatihan yang tepat untuk karyawan?
4. Apakah SVJ COSMETIC menggunakan metode evaluasi kinerja karyawan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka? Jika ya, bagaimana hasil evaluasi digunakan dalam mengembangkan sumber daya manusia?
5. Apa jenis dukungan yang diberikan SVJ COSMETIC kepada karyawan dalam pengembangan karir mereka?
6. Bagaimana SVJ COSMETIC memastikan bahwa program pengembangan sumber daya manusia berdampak positif pada kinerja karyawan?
7. Bagaimana SVJ COSMETIC mengukur keberhasilan strategi pengembangan sumber daya manusia yang telah diimplementasikan?
8. Apakah SVJ COSMETIC bekerja sama dengan institusi pendidikan atau lembaga lainnya dalam mengembangkan keterampilan karyawan?
9. Bagaimana SVJ COSMETIC mempromosikan budaya pembelajaran dan pengembangan di dalam organisasi?
10. Bagaimana SVJ COSMETIC mengatasi hambatan atau tantangan dalam mengimplementasikan strategi pengembangan sumber daya manusia?

Pertanyaan di atas merupakan pertanyaan yang akan diajukan kepada Supervisor pada perusahaan SVJ COSMETIC. Diharapkan dengan melakukan wawancara terhadap supervisor akan mendapatkan jawaban yang sesuai dengan

fakta yang ada, hal ini dikarenakan supervisor merupakan atasan yang bekerja langsung dengan karyawan-karyawan yang ada, dan dia juga menjadi pemimpin bagi karyawan-karyawannya. Hasil dari proses wawancara ini akan didapatkan data kualitatif yang nantinya akan dilakukan proses analisis dan pengolahan untuk menentukan strategi dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia pada SVJ COSMETIC.

IV. HASIL PENELITIAN

Hasil dari proses wawancara yang telah dilakukan dengan Pemilik SVJ COSMETIC adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana SVJ Cosmetic Tanjungpinang mengidentifikasi kebutuhan pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja karyawan?

Jawaban:

a. Analisis Kinerja Karyawan

SVJ COSMETIC dapat melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan secara menyeluruh. Hal ini melibatkan penilaian terhadap keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas mereka. Evaluasi dapat dilakukan melalui wawancara, penilaian kinerja, atau pengamatan langsung.

b. Identifikasi Keterampilan yang Diperlukan

Setelah melakukan analisis kinerja karyawan, SVJ COSMETIC perlu mengidentifikasi keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja mereka. Misalnya, apakah mereka memerlukan peningkatan dalam kemampuan komunikasi, kepemimpinan, manajemen waktu, atau pengetahuan teknis tertentu.

c. Tinjauan Kebutuhan Posisi dan Tujuan Bisnis

SVJ COSMETIC harus meninjau kebutuhan posisi kerja dan tujuan bisnis jangka pendek dan jangka panjang. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi area di mana karyawan perlu mengembangkan keterampilan baru atau meningkatkan keterampilan yang ada untuk mencapai sasaran perusahaan.

d. Umpan Balik dari Karyawan

Mengumpulkan umpan balik dari karyawan tentang kebutuhan pengembangan mereka juga penting. Dapat dilakukan melalui diskusi kelompok untuk memahami perspektif dan kebutuhan individu. Karyawan mungkin memiliki pemahaman yang lebih baik tentang area di mana mereka merasa kurang kompeten atau ingin meningkatkan keterampilan mereka.

e. Analisis Kebutuhan Pelatihan dan Pengembangan

Dengan menggabungkan hasil analisis kinerja, tinjauan kebutuhan posisi, tujuan bisnis, dan umpan balik karyawan, SVJ COSMETIC dapat melakukan analisis komprehensif untuk mengidentifikasi kebutuhan

pelatihan dan pengembangan. Hal ini dapat mencakup pelatihan teknis, pelatihan kepemimpinan, pelatihan komunikasi, atau pengembangan keterampilan spesifik lainnya.

f. Penyusunan Rencana Pengembangan

Setelah mengidentifikasi kebutuhan pengembangan, SVJ COSMETIC perlu menyusun rencana pengembangan yang jelas dan terstruktur. Rencana ini harus mencakup tujuan pengembangan, metode pelatihan yang tepat, sumber daya yang dibutuhkan, jadwal pelatihan, dan evaluasi kesuksesan program pengembangan.

2. Apa saja strategi yang telah diimplementasikan SVJ COSMETIC dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan karyawan?

Jawaban:

Pelatihan dan Pengembangan Internal: SVJ COSMETIC menyelenggarakan program pelatihan internal yang dikembangkan khusus untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan. Program ini dapat mencakup pelatihan teknis, pelatihan kepemimpinan, pelatihan dalam keterampilan komunikasi, dan pelatihan dalam domain spesifik yang relevan dengan pekerjaan karyawan.

3. Bagaimana SVJ COSMETIC menentukan program pelatihan yang tepat untuk karyawan?

Jawaban:

a. Identifikasi kebutuhan

SVJ COSMETIC akan melakukan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi area di mana karyawan memerlukan pelatihan tambahan. Ini bisa dilakukan melalui evaluasi kinerja, umpan balik dari karyawan, atau melalui proses penilaian kompetensi.

b. Tetapkan tujuan pelatihan

Setelah mengidentifikasi kebutuhan, SVJ COSMETIC akan menetapkan tujuan yang jelas untuk pelatihan tersebut. Tujuan ini harus relevan dengan kebutuhan bisnis perusahaan dan memberikan manfaat yang jelas bagi karyawan.

c. Pilih metode pelatihan

Berdasarkan tujuan dan kebutuhan yang telah ditetapkan, SVJ COSMETIC akan memilih metode pelatihan yang tepat. Metode pelatihan bisa berupa pelatihan dalam kelas, pelatihan online, pelatihan praktis, mentoring, atau kombinasi dari beberapa metode tersebut.

d. Evaluasi dan umpan balik

Setelah pelatihan dilakukan, SVJ COSMETIC akan melakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan. Ini dapat dilakukan melalui tes, penilaian kinerja, atau umpan balik dari peserta pelatihan.



Evaluasi ini membantu SVJ COSMETIC untuk memahami apakah program pelatihan telah mencapai tujuannya dan mengidentifikasi area perbaikan jika diperlukan.

4. Apakah SVJ COSMETIC menggunakan metode evaluasi kinerja karyawan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka? Jika ya, bagaimana hasil evaluasi digunakan dalam mengembangkan sumber daya manusia?

Jawaban:

Dengan mengadopsi pendekatan yang lebih santai melalui umpan balik berkelanjutan dan dialog antara atasan dan bawahan.

5. Apa jenis dukungan yang diberikan SVJ COSMETIC kepada karyawan dalam pengembangan karir mereka?

Jawaban:

- a. Rotasi pekerjaan dan penugasan proyek

SVJ COSMETIC dapat menyediakan kesempatan rotasi pekerjaan atau penugasan proyek kepada karyawan. Hal ini membantu karyawan untuk memperoleh pengalaman baru, mengembangkan keterampilan yang beragam, dan memperluas jaringan profesional mereka.

- b. Program mentor atau mentorship

SVJ COSMETIC dapat menawarkan program mentorship di mana karyawan dapat diajak bekerja sama dengan mentor yang lebih berpengalaman dalam organisasi. Mentor dapat memberikan arahan, nasihat, dan bimbingan kepada karyawan dalam hal pengembangan karir mereka.

6. Bagaimana SVJ COSMETIC memastikan bahwa program pengembangan sumber daya manusia berdampak positif pada kinerja karyawan?

Jawaban:

Evaluasi dan Pemantauan SVJ COSMETIC harus secara teratur mengevaluasi dan memantau program pengembangan SDM. Hal ini bisa dilakukan melalui survei karyawan, pengukuran kinerja, dan umpan balik dari peserta program. Evaluasi yang baik akan membantu mengidentifikasi apakah program tersebut berhasil atau perlu disesuaikan.

7. Bagaimana SVJ COSMETIC mengukur keberhasilan strategi pengembangan sumber daya manusia yang telah diimplementasikan?

Jawaban:

- a. Kinerja Karyawan

Evaluasi kinerja individu karyawan adalah salah satu cara utama untuk mengukur efektivitas strategi pengembangan SDM. SVJ COSMETIC dapat menggunakan metode seperti penilaian kinerja tahunan,

360-derajat feedback, atau penilaian berbasis kompetensi untuk menilai apakah karyawan telah meningkat dalam keterampilan, pengetahuan, dan performa mereka.

b. Keterlibatan Karyawan

Tingkat keterlibatan karyawan mencerminkan sejauh mana karyawan merasa terhubung, berdedikasi, dan bersemangat dalam pekerjaan mereka. SVJ COSMETIC dapat menggunakan survei keterlibatan karyawan untuk mengukur apakah strategi pengembangan SDM telah berhasil dalam meningkatkan keterlibatan karyawan.

8. Apakah SVJ COSMETIC bekerja sama dengan institusi pendidikan atau lembaga lainnya dalam mengembangkan keterampilan karyawan?

Jawaban:

Tidak, dalam proses peningkatan kinerja sumber daya manusia disini tidak melibatkan pihak dari institusi Pendidikan, karena disini hanya berfokus pada pengembangan kemampuan Teknik yang diasah melalui kegiatan pelatihan.

9. Bagaimana SVJ COSMETIC mempromosikan budaya pembelajaran dan pengembangan di dalam organisasi?

Jawaban:

a. Mengadakan diskusi dan sesi kolaborasi

SVJ COSMETIC dapat mengadakan sesi diskusi dan kolaborasi di antara karyawan untuk mempromosikan pertukaran ide dan pembelajaran bersama. Ini bisa berupa pertemuan tim reguler, forum diskusi, atau bahkan konferensi internal. Dengan menciptakan ruang untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman, perusahaan menggalakkan budaya pembelajaran yang terus-menerus.

b. Membuat *reward* dan pengakuan

SVJ COSMETIC dapat mendorong budaya pembelajaran dan pengembangan dengan memberikan *reward* dan pengakuan kepada karyawan yang aktif dalam kegiatan pembelajaran. Ini bisa berupa penghargaan dan bonus. Dengan cara ini, SVJ COSMETIC menunjukkan bahwa mereka menghargai upaya karyawan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka.

10. Bagaimana SVJ COSMETIC mengatasi hambatan atau tantangan dalam mengimplementasikan strategi pengembangan sumber daya manusia?

Jawaban:

Sistem evaluasi yang efektif SVJ COSMETIC perlu memiliki sistem evaluasi yang efektif untuk mengukur dampak dari strategi pengembangan

sumber daya manusia. Evaluasi ini harus mencakup penilaian kinerja, umpan balik dari karyawan, dan metrik pengukuran lainnya yang relevan.

Dari hasil proses wawancara diatas dilakukan analisis untuk mendapatkan gambaran mengenai keadaan sumber daya manusia pada SVJ COSMETIC sehingga nantinya akan didapatkan strategi untuk dapat meningkatkan kinerja sumber daya manusia sesuai dengan tujuan perusahaan.

V. PEMBAHASAN

Dari hasil serangkaian wawancara dengan menggunakan pertanyaan yang telah disediakan diatas diketahui bahwa SVJ COSMETIC telah melakukan berbagai rangkaian yang sistematis dalam mengidentifikasi kebutuhan pengembangan sumber daya manusia di perusahaannya. Proses identifikasi sumber daya manusia yang dilakukan secara sistematis mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan dan kebutuhan sumber daya manusia. Dari hasil identifikasi tersebut juga telah dilakukan tindak lanjut dalam upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia dengan menggunakan metode pelatihan dan pengembangan internal. Kita juga mengetahui bahwa program pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan telah melalui serangkaian mekanisme dalam upaya mencapai kinerja sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari perusahaan. Tidak lupa perusahaan juga melakukan evaluasi terhadap program peningkatan kinerja sumber daya manusia dan terhadap karyawannya sendiri

Proses evaluasi yang dilakukan disini bersifat pendekatan dimana hal ini mengesampingkan adanya strukturisasi antara karyawan dan atasan. Metode ini mempunyai dampak yang baik terhadap ikatan kekeluargaan yang terbentuk dalam perusahaan, namun juga dapat menyebabkan struktur organisasi yang terbentuk menjadi semu. Selain itu, tidak dilibatkannya institusi pendidikan dalam proses pengembangan kinerja sumber daya manusia dalam perusahaan menjadi hal yang pincang dalam upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan selain keterampilan Teknik perlu adanya Pendidikan mengenai keterampilan teori yang dapat menjadi dasar dari penguasaan keterampilan teknik yang dikuasai oleh karyawan.

Dibalik beberapa kekurangan tersebut secara keseluruhan, SVJ COSMETIC telah melakukan sesuatu yang luar biasa dalam upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia. Dalam upaya menutupi kekurangan yang ada, perusahaan melakukan berbagai program yang membuat kinerja sumber daya manusia tidak turun, diantaranya adalah dengan adanya reward dan pengakuan, sesi diskusi dan kolaborasi, program mentorship, dan adanya rotasi pekerjaan dan penugasan proyek yang dapat menjaga kualitas sumber daya manusia yang dimiliki.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari proses wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa SVJ COSMETIC telah melakukan serangkaian mekanisme dalam upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia. Mekanisme yang dilakukan juga telah tersusun secara rapi dan terstruktur dengan baik. Dimana proses pengembangan kinerja sumber daya manusia disini difokuskan terhadap kegiatan pelatihan untuk pengembangan kemampuan teknis dari karyawan. Namun terdapat sedikit hal yang membuat adanya celah dalam mekanisme upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia, yaitu: tidak dilibatkannya instansi pendidikan, yang mana hal ini membuat dasar dari ilmu teknik yang didapatkan oleh setiap karyawan tidak memiliki dasar. Hal itu menyebabkan karyawan dapat melaksanakan tugasnya namun kurang tahu atau bahkan tidak tahu manfaat atau tujuan dari dilakukannya pekerjaan mereka. Kemudian proses evaluasi yang hanya dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan, seharusnya proses evaluasi juga dilakukan dengan melakukan pengawasan sebagai atasan dan bawahan.

Dalam upaya menutupi kekurangan yang ada tersebut diharapkan perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan instansi pendidikan dalam program peningkatan kinerja sumber daya manusia, sehingga akan ada penyeimbang antara pengetahuan tekni dengan teori, sehingga teknik yang dimiliki setiap karyawan memiliki dasar. Selain itu, dengan adanya pendidikan dan pelatihan juga akan memberikan penyegaran pada setiap karyawan. Selain itu juga perlu dilakukannya proses evaluasi yang dilakukan atas dasar atasan dan bawahan, tidak hanya atas dasar terikatan persaudaraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, D. (2022). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. 1-14.
- Dinny M. Aruperes, B. T., Rotinsulu Jopie Jorie. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM RANGKA PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR Tbk BITUNG. *Jurnal EMBA, Vol.6 No.4*, 3088-3097.
- Dipang, L. (2013). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. HASJRAT ABADI MANADO. *Jurnal EMBA, Vol.1 No.3*, 1080-1088.
- Harini F. N., Y. I., Bintang M. Burhanudin Akbar. (2020). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Di PT XYZ. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 4 No. 3*, 74-83.
- Sodik, A. Y. (2018). ANALISIS PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK BNI CABANG UTAMA KENDARI. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 4, Nomor 3*, 1-11.



PROSIDING SEMINAR NASIONAL

Tempat pelaksanaan : Aula Fakultas Sains & Teknologi
Selasa, 7 Juni 2023, pukul 08.00 - 11.00 WIB

**Strategi Keberlangsungan Bisnis Dalam
Menghadapi Isu Perekonomian Global**

**"MANAGING BUSINESS SUSTAINABILITY IN A
CHANGING GLOBAL ECONOMIC LANDSCAPE"**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI)

Penerbit : UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS

2
0
2
3

ISBN 978-623-97014-9-9 (PDF)



9 786239 701499