Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Definisi Manajemen

Menurut Robbins dan Coulter (2009, p.23) dalam bukunya yang berjudul *Management* mengungkapkan bahwa Manajemen sebagai bentuk koordinasi dan pengawasan kegiatan pekerjaan yang dilakukan oleh orang lain sehinga kegiatan tersebut selesai secara efisien dan efektif.

Sedangkan menurut Bateman & Snell (2007, p.16) dalam bukunya yang berjudul *Management Leading & Collaborating in a Competitive World* mengatakan bahwa Manajemen proses bekerja bersama orang-orang dan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi.

Robbins dan DeCenzo (2008, p.6) dalam bukunya yang berjudul *Fundamentals of Management* adalah berkaitan terhadap bagaimana untuk menyelesaikan pekerjaan, secara efektif dan efisien melalui dan dengan orang lain.

2.2. Pengertian dan Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia

Dalam bukunya *Human Resource Management*, Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan proses memperoleh, melatih, menilai, memberikan kompensasi kepada karyawan, menjaga hubungan baik antar karyawan, dan terasuk juga hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan, keamanan serta menjamin setiap karyawan mendapatkan keadilan (Dessler, 2013, p.30).

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

Gary Dessler juga mendefinisikan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam buku *Human Resource Management Fourteenth Edition* (2015, p.36), bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses mengakuisisi karyawan, memberi pelatihan, menilai, memberi kompensasi kepada karyawan, dan memelihara hubungan dengan karyawan, kesehatan, keamanan, dan keadilan.

Lalu menurut Bateman & Snell (2007, p.320) dalam bukunya yang berjudul *Management Leading & Collaborating in a Competitive World* mengartikan Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai sistem formal untuk pengelolaan orang-orang dalam suatu organisasi.

2.3. Professionalism

Menurut Macpherson (2010), *Professionalism* dalam beberapa makna bisa direfleksikan dalam perilaku, karakter, dan standar praktek. Profesionalis memembutuhkan keakraban dengan standar etika dan kodebahwa panduan seseorang disiplin, dan komitmen untuk menegakkan kode-kode dan standar. Profesionalisme juga membutuhkan kesadaran, dan kemampuan untuk mengelola, konflik antar nilai-nilai pribadi dan profesional.

Menurut Royaei dan Mohammadi (2011, dalam Heyrani, Banimahd, Rahnamayeh Roudposhti, 2015), tidak ada definisi yang komprehensif dan lengkap dari profesi dan profesionalisme. Profesionalisme berhubungan dengan perilaku, tujuan, karakteristik dan fitur orang profesional . Memperoleh keterampilan dan memiliki pengalaman yang cukup, adalah modal untuk mengerjakan suatu profesi dengan profesional.

Profesionalisme terdiri dari sikap dan perilaku seseorang miliki terhadap profesinya dengan kata lain merupakan orientasi sikap dan perilaku yang individu-individu miliki terhadap pekerjaan mereka (Boyt, Lusch dan Naylor, 2001, p.322).

Dan menurut Boyt, Lusch dan Naylor (2001, p.322) *professionalism* memiliki 5 aspek yakni :

1. *Autonomy*

   Seorang profesional ingin dapat membuat keputusan sendiri tanpa adanya perintah dari orang lain.

2. *Use of professional associations as a referent*

   Seorang profesional yang aktif mengikuti kegiatan asosiasi akan menggunakan asosiasi sebagai *referent* dalam bersosialisasi di bidang profesinya.

3. *Belief in public service*

   Keyakinan bahwa pekerjaan seseorang sangat diperlukan dan bermanfaat bagi masyarakat.

4. *Sense of calling to the field*

   Aspek *sense of calling to the field* mengacu pada pekerjaan yang memiliki makna dan tujuan dalam hidupnya (Snizek, 1972, dalam Boyt et al., 2001).

5. *Belief in-self regulation*

   Spesialisasi pengetahuan yang tinggi membuat para profesional meyakinni bahwa yang mampu mengomentari pekerjaan mereka

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

bukanlah *outsider* tetapi rekan seprofesi dan kolega yang setingkat mereka.

2.4. Rewards

Menurut Mondy dalam buku *Human Resources Management Tenth Edition* (2008, p.242) bahwa *reward* (disamakan dengan kompensasi) adalah penghargaan yang diberikan untuk karyawan sebagai imbalan jasa.

Lalu Aguinis (2014, p.10) dalam bukunya mengatakan bahwa kompensasi karyawan, itu biasanya bersifat *tangible returns*, termasuk kompensasi yang bersifat kas (*base pay, cost of living, merit pay, short-term incentives, and long-term incentives*) dan juga keuntungan (*income protection, work/life focus, tuition, reimbursement, and allowances*). Namun, karyawan juga menerima *intangible returns*, yang juga dirujuk sebagai *relationall returns*, yang di mana termasuk pengakuan dan status, keamanan kerja, pekerjaan yang menantang, dan kesempatan untuk belajar. *Reward System* ini adalah seperangkat mekanisme untuk mendistribusikan baik *tangible returns* maupun *intangible returns* sebagai bagian dari hubungan kerja.

Sedangkan Porter dan Lawler (1968, dalam Maholtra, Budhwar, & Prowse, 2007) membagi *rewards* menjadi 2 tipe yaitu *intrinsic rewards* dan *extrinsic rewards*. Sedangkan Katz dan Van Maanan (1977, Malhotra, Budhwar, & Prowse, 2007) lebih jauh mengklasifikasikan *Rewards* menjadi *Task, Social,* dan *Organizational Rewards* yang mana *Social* dan *Organizational Rewards* merupakan pembagian dari *Extrinsic Rewards.* Lalu

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

Maholtra, Budhwar dan Prowse (2007, p.2098) mendeskripsikan *rewards* menjadi beberapa undur yakni :

1. *Intrinsic rewards*

   Intrinsic rewards merupakan imbalan yang melekat pada konten dari pekerjaan itu sendiri. *Rewards* ini termasuk di dalamnya *motivational job characteristics* seperti variasi *skill,* otonomi dan *feedback.* (Hackmond & Oldham, 1976, dalam Maholtra, Budhwar, & Prowse, 2007).

2. *Extrinsic rewards*

   Unsur *extrinsic rewards* adalah hasil dari faktor luar yang tidak terkait dengan pekerjaan. *Extrinsic rewards* dibagi 2 yakni :

   a. *Social rewards*

      Social rewards adalah segala bentuk *rewards* yang karyawan terima dan berasal dari interaksi antar karyawan lainnya dalam melakukan pekerjaan. Bentuk dari *social rewards* adalah pertemanan, bantuan dan *supportive co-workers* serta *supervisors*, lalu hal yang terpenting adalah perhatian.

   b. *Organizational rewards*

      Tempat kerja, *pay satisfaction*, *benefits* dan kesempatan untuk mendapatkan promosi. Segala bentuk *rewards* yang disediakan oleh organisasi dan ditujukan untuk memotivasi kinerja karyawan agar dapat mempertahankan keanggotaan seseorang.

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

Menurut Gibson, Ivancevich, Donnelly, dan Konopaske dalam buku *Organizations Behavior, Structure, Processes* (2012, p.177-179) bahwa terdapat dua jenis *reward*, yaitu:

1. *Extrinsic Reward*

   Extrinsic Reward adalah penghargaan eksternal untuk pekerjaan, seperti gaji, promosi atau tunjangan. Ada 4 tipe dalam *extrinsic reward*, yaitu:

   a. *Salary* dan *Wage*,

      Salary adalah sejumlah uang yang dibayarkan secara bulanan. Sedangkan, *wage* adalah upah yang dibayarkan secara harian atau mingguan.

   b. *Fringe Benefits*

      Fringe Benefits adalah suatu bentuk kompensasi dalam beberapa fasilitas, yang dapat berbentuk materi ataupun sarana.

   c. *Interpesonal Reward*

      Interpesonal Reward adalah mampu berinteraksi sosial di tempat kerja.

   d. *Promotion*

      Promotion adalah penghargaan dengan kenaikan jabatan dalam suatu organisasi.

2. *Intrinsic Reward*

   Intrinsic Reward adalah imbalan yang merupakan bagian dari pekerjaan itu sendiri; adanya tanggung jawab, adanya tantangan, dan

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

adanya *feedback* dari pekerjaan. Ada 4 tipe dari *intrinsic reward*, yaitu:

a. *Completion*

   Completion adalah penyelesaian tugas yang diberikan perusahaan.

b. *Achievement*

   Achievement adalah suatu pencapaian untuk mendapatkan pengakuan dengan menyelesaikan tugas yang diberikan, menghadapi persaingan, dan melakukan upaya secara mandiri.

c. *Autonomy*

   Autonomy adalah kemampuan individu dalam bertingkahlaku, merasakan sesuatu, dan mengambil keputusan berdasarkan kehendak sendiri.

d. *Personal Growth*

   Personal Growth adalah perkembangan berdasarkan potensi yang dimiliki. Namun bukan berarti bersifat egoistis, dan mengabaikan nilai yang ada dilingkungan individu.

Dan menurut Torre, Pelagatti, dan Solari (2015) mengatakan bahwa ada dua jenis sistem kompensasi yakni :

1. *External Equity*

   External Equity mengacu pada persepsi karyawan terhadap perlakuan dengan cara yang sama sebagai karyawan pada pekerjaan yang sama namun dalam organisasi pesaing.

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

2. *Internal Equity*

Internal Equity mengacu pada persepsi karyawan terhadap perlakuan dengan cara yang sama seperti karyawan lain pada sebuah organisasi.

2.5. Job satisfaction

Robbins dan Judge (2013, p.108) mengemukakan bahwa *job satisfaction* tidak hanya tentang bagaimana kondisi suatu pekerjaan tersebut. Akan tetapi peran personalitas juga terdapat di dalamnya. Penelitian telah menunjukkan bahwa orang yang dapat mengevaluasi diri sendiri secara positif adalah orang yang percaya kepada hati dan kemampuan kompetensi dasar mereka sendiri, lebih puas terhadap pekerjaannya dibandingkan dengan orang yang mengevaluasi diri mereka secara negatif.

Job satisfaction menurut Griffin dan Ebert (2006, p.240) adalah kesenangan dari seseorang yang berasal dari pekerjaan yang mereka lakukan. Jika seseorang senang atau menikmati pekerjaan mereka maka mereka akan puas. Sebaliknya, jika mereka tidak menyukai atau menikmati pekerjaan mereka maka mereka tidak akan merasa puas. Biasanya, karyawan yang puas akan memiliki semangat juang yang tinggi.

Dalam buku *management*, menurut Robbins dan Coulter (2009, p.300) *job satisfaction* mengacu pada sikap umum seseorang terhadap pekerjaannya. Seseorang dengan *level job satisfaction* yang tinggi akan memiliki sikap positif terhadap pekerjaannya, sebaliknya seseorang yang tidak memiliki *level job satisfaction* yang tinggi maka akan memiliki sikap negatif.

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

Sedangkan Bazzer et al. (1997, dalam Jehanzeb et al., 2013) menyatakan bahwa *job satisfaction* adalah sensasi dimana karyawan mendapatkan lingkungan kerja yang dapat digunakan semestinya, sama dengan apa yang mereka perkirakan. Serta karyawan dengan tingkat *job satisfaction* yang tinggi bisa didapatkan jika seseorang mendapatkan *rewards* (Amabile et al., 1994 dalam Jehanzeb et al., 2013).

Oleh karena itu, *job satisfaction* dapat didefinisikan sebagai sebuah perasaan yang menjadi ungkapan tentang apa yang telah dirasakan oleh seseorang terhadap pekerjaan yang dilakukan dimana perasaan tersebut bisa positif, netral, dan maupun negatif. Tentunya setiap orang memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda, yang tergantung dari berbagai macam faktor terkait dengan *job satisfaction* itu sendiri.

Faktor penting yang dapat mempengaruhi *job satisfaction* karyawan menurut Aydogdu dan Asikgil (2011) , yaitu :

1. *Pay*

   Gaji merupakan faktor penting dari *job satisfaction*. Uang tidak hanya membantu, memenuhi kebutuhan dasar seseorang tetapi juga sebagai instrumen dalam memenuhi kepuasan terhadap kebutuhan yang lebih tinggi. (Luthans, 1992, dalam Aydogdu dan Asikgil, 2011)

2. *Supervision*

   Perilaku atasan mempunyai peran yang penting dalam mengarahkan reaksi karyawan terhadap permasalahan yang terjadi.

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

3. *Working Conditions*

   Apabila kondisi kerja baik (lingkungan bersih dan menarik) akan membuat pekerjaan dengan mudah dapat ditangani. Sebaliknya, apabila kondisi kerja tidak menyenangkan (panas dan berisik) akan berdampak sebaliknya.

4. *Promotion possibilities*

   Promosi itu menyangkut ketersediaan kesempatan untuk berkembang. Jika orang berfikir bahwa mereka tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan promosi, mereka akan terpengaruh dengan hal negatif.

5. *Peers*

   Interaksi dengan rekan kerja adalah faktor paling penting dalam *job satisfaction*.

6. *Work it Self*

   Sejak Herzberg, Mausner and Syndermann monograph mempublikasikan "The Motivation To Work" pada tahun 1959, hal tersebut adalah bukti bahwa pekerjaan itu sendiri memainkan peran yang signifikan dalam mendapatkan *job satisfaction*. (Feldmann and Arnold, 1985, dalam Aydogdu dan Asikgil, 2011).

2.6. Organizational Commitment

Dalam buku yang berjudul *management* Robbins dan Coulter (2009, p.303) mendefinisikan bahwa *organizational commitment* adalah pandangan sejauh mana karyawan mengidentifikasikan dirinya sendiri dengan suatu

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

organisasi tertentu dan tujuannya serta keinginan dirinya untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut.

Lalu menurut Robbins dan Judge (2015, p.102) dalam buku *organizational behavior* mengatakan bahwa karyawan yang berkomitmen akan cenderung terlibat dalam pekerjaannya walaupun mereka merasa tidak puas terhadap pekerjaan mereka dikarenakan mereka memiliki loyalitas organisasi yang tinggi.

Kreitner dan Kinicki (2008, p.166) *organizational commitment* mengacu pada sejauh mana seseorang atau individu mengenal organisasinya dan berkomitmen untuk mencapai tujuan organisasinya.

Lalu Mowday et al., (1979 dalam Yucel, 2012) berpendapat bahwa *organizational commitment* adalah sebuah kepercayaan yang kuat pada tujuan dan nilai-nilai perusahaan serta kemauan untuk mengerahkan usaha yang cukup besar atas nama perusahaan. *Organizational commitment* biasa dikonsepkan sebagai perilaku yang sudah tertanam dalam perusahaan sebagai konsekuensi dari karyawan yang memberikan nila-nilai perusahaan, ketertarikan karyawan untuk tetap berada di perusahaan, dan keinginan mereka untuk mengerahkan usaha atas nama perusahaan.

Sedangkan Meyer dan Allen (1991 dalam Yucel, 2012) mengatakan bahwa *organizational commitment* merupakan suatu ciri-ciri yang tampak dari karyawan dalam hubungaannya dengan perusahaan dan keputusan yang dibuat karyawan tersebut untuk tetap melanjutkan keanggotaan dalam perusahaan tersebut.

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

Mayer dan Allen (1991, dalam Yucel, 2012) membagi konsep komitmen menjadi 3 bagian yakni sebagai berikut :

1. *Affective commitment*

   Merupakan komitmen yang muncul sebagai bentuk identifikasi dan keterlibatan seseorang dalam pencapaian tujuan perusahaan.

2. *Continuance commitment*

   Merupakan komitmen yang diberikan karyawan kepada perusahaan dengan tetap melanjutkan pekerjaan atas dasar tidak bisa mengganti biaya apabila mereka ingin meninggalkan perusahaan.

3. *Normative commitment*

   Merupakan komitmen yang muncul dalam diri karyawan dengan tetap bekerja bagi perusahaan karena merasa pilihan untuk tetap tinggal di perusahaan tersebut merupakan sebuah kewajiban.

Menurut Aydogdu dan Asikgil (2011) ada beberapa faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi, yaitu:

1. *Personal Factor*

   Penelitian pada karakteristik seseorang ditemukan 2 tipe variabel yang bisa mempengaruhi komitmen terhadap perusahaan yakni variabel demografik (gender, umur, tingkat pendidikan, ras dan ciri-ciri pribadi) dan variabel *dispositional* (seperti kepribadian, nilai, dan minat).

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

2. *Role Related Factors*

   Peran seseorang yang ambigu dan konflik peran dalam perusahaan berkorelasi negatif dengan komitmen organisasi. Artinya, semakin tinggi peran yang tidak jelas, tingkat stress dan konflik seseorang dalam perusahaan maka akan semakin rendah komitmen pada perusahaan.

3. *Work Experiences*

   Mathieu (1991, dalam Aydogdu dan Asikgil, 2011) menemukan adanya korelasi antara komitmen dan *job satisfaction* serta adanya pengaruh yang kuat dari *job satisfaction* terhadap komitmen. Sedangkan pengalaman kerja sendiri mengindikasikan adanya korelasi yang kuat dengan *affective commitment.*

4. *Cultural Factors*

   Dari beberapa studi ditemukan bahwa karakteristik personal dari beberapa negara telah terbukti dapat mempengaruhi tingkat komitmen organisasional. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari budaya terhadap ide dan praktik dalam bekerja.

Aydogdu dan Asikgil (2011) juga mengatakan bahwa terdapat beberapa konsekuensi dari kurangnya tingkat komitmen organisasional, yaitu sebagai berikut :

1. *Performance at Work*

   Ada banyak aspek yang dapat dilihat untuk menilai kinerja karyawan. Contohnya seperti kehadiran bekerja, kinerja saat jam operasional

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

maupun perilaku organisasi. Namun ada hal lain yang bisa dilihat untuk menilai kinerja perusahaan yaitu karyawannya, supervisor, dan juga tingkat penjualan maupun produksi.

2. *Interdrawal Intentions*

   Sikap perusahaan untuk mempertahankan karyawannya menjadi hal yang penting sebagai bagian dari komitmen organisasional. Ketika komitmen organisasional karyawan rendah, maka mereka tidak akan berusaha dalam bekerja dan tidak mempunyai motivasi dalam bekerja.

3. *Absenteeism*

   Penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif antara ketidakhadiran dan komitmen organisational. Dengan kata lain, karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang rendah akan cenderung melakukan absensi kerja.

4. *Turnover*

   Penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif antara *turnover* dan komitmen organisational. Dengan kata lain, karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang rendah akan cenderung tidak akan *stay* di perusahaan.

2.7. E-commerce

Menurut Laudon dan Trever (2008, p.59-62), mengklarifikasikan beberapa tipe *e-commerce* yaitu:

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

1. B2C-*business to consumer*

   Bisnis-bisnis *online* yang mencoba menggapai atau menjual barang/jasa ke konsumen-konsumen individu.

2. B2B-*business to business*

   Bisnis-bisnis yang berfokus menjual ke bisnis-bisnis lainnya secara *online.*

3. C2C-*consumer to consumer*

   C2C menyediakan jalan agar konsumen dapat berjualan ke konsumen lainnya dengan bantuan *online market maker* seperti eBay atau Etsy.

4. *M-commerce mobile e-commerce*

   Mobile commerce mengacu pada penggunaan perangkat *mobile* yang memungkinkan terjadinya transaksi *online*.

5. *Local e-commerce*

   Berfokus mengikat konsumen berdasarkan lokasi geografisnya saat ini. Penjual-penjual okal biasanya menggunakan berbagai macam strategi *online marketing* untuk menarik konsumen untuk datang ke toko mereka.

Sedangkan *e-commerce* menurut Nickerson (2001, p.21) adalah kemudahan pengguna untuk terhubung dengan teknologi informasi melalui internet dan *web*. *E-commerce* memungkinkan bisnis untuk menggunakan jaringan yang termasuk internet, untuk mempromosikan produk yang dijual melalui *web*.

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

Nickerson (2001, p.375-377) mengemukakan dalam bukunya yang berjudul *Business and Information System*, bahwa ada 3 tipe dari *e-commerce* antara lain :

1. *Business to Costumer (B2C) electronic commerce*

   Dalam (*B2C*), penjualan barang atau jasa langsung kepada orang terakhir yakni adalah konsumen itu sendiri yang dimana biasanya individual. *B2C e-commerce* adalah penjualan ritel yang dilakukan secara elektronik, dan para pebisnis yang terlibat dalam *B2C e-commerce* biasa dipanggil dengan sebutan *e-tailers.*

2. *Business to Business (B2B) electronic commerce*

   B2B electronic commerce melibatkan suatu bisnis penjualan barang maupun jasa secara elektronik kepada pebisnis lain. Berbeda dengan *B2C* yang langsung kepada konsumen akhir. *B2B e-commerce* memiliki 3 tipe utama yakni :

   a. *Super oriented marketplace*

      Sebuah perusahaan *supplier* menyediakan kapabilitas *e-commerce* kepada pebisnis lain untuk memesan produk. Pebisnis lain menempatkan pesanan secara elektronik kepada *suppliers*, hampir sama dengan konsumen yang memesan langsung dalam *B2C e-commerce.*

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

b. *Buyer oriented marketplace*

Bisnis yang memungkinkan pembeli membeli permintaan produk dengan membandingkan tawaran dari perusahaan lainnya secara elektronik.

c. *Intermediary oriented marketplace*

Dalam tipe ketiga ini ada pihak ketiga yang bertidak sebagai perantara antara pembeli dengan *suppliers*. Perantara tersebut juga menyediakan fasilitas untuk pebisnis agar dapat melelang produk kepada penawar tertinggi menggunakan *electronic auction*

3. *Consumer to Consumer (C2C) electronic commerce*

Konsumen yang menjual jasa atau barang pada konsumen lain melalui perantara *e-commerce* bisnis. Perantaranya merupakan *website* untuk kostumer untuk mengiklankan produk mereka dan dapat juga menyediakan juga untuk penyelesaian transaksi penjualan, seperti pembayaran.

Laudon & Laudon (2016, p.426) mengemukakan tiga tipe *e-commerce* antara lain :

1. *Business to consumer (B2C)*

Perdagangan elektronik yang hanya melibatkan satu individual saja sebagai pembeli barang dan jasa.

2. *Business to business (B2B)*

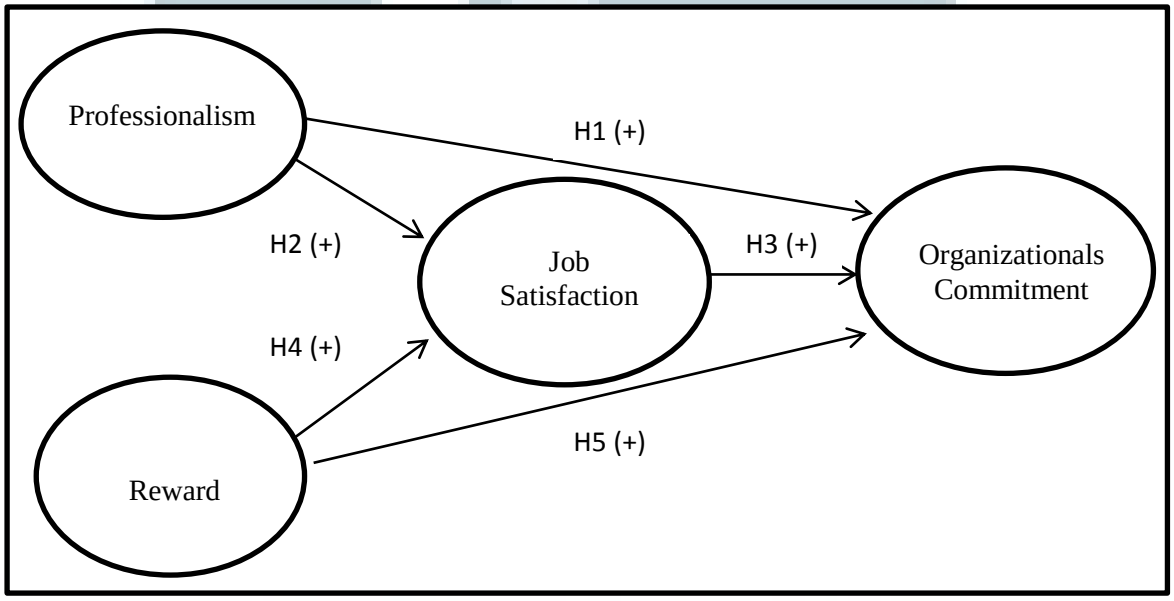
   Perdagangan elektronik yang melibatkan penjualan dari barang dan jasa antara pebisnis.

3. *Consumer to consumer (C2C)*

   Perdagangan elektronik yang melibatkan konsumen yang menjual langsung kepada konsumen. Sebagai contoh : eBay.

2.8. Model dan Hipotesa Penelitian

2.8.1. Model Penelitian



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Sumber : Jurnal of Accounting in Emerging Economies

H1. Profesionalisme berhubungan positif dengan komitmen organisasi.

H2. Profesionalisme berhubungan positif dengan kepuasan kerja.

H3. Kepuasan kerja berhubungan positif dengan komitmen organisasi.

H4. *Rewards* berhubungan positif dengan kepuasan kerja.

H5. *Rewards* berhubungan positif dengan komitmen organisasi.

2.8.2. Pengembagan Hipotesa Penelitian

Hampton dan Hampton memperkirakan adanya hubungan antara *rewards*, *professionalism* dan *job satisfaction.* Mereka mengemukakan bahwan edukasi, pelatihan, dan sosialisasi dapat membuat status khusus untuk para profesional. Karena profesional memiliki pendidikan dan kemampuan khusus, organisasi didorong untuk membangun sistem *reward* untuk meningkatkan *professionalism*. Organisasi membuat sistem dimana menghargai *professional behavior* juga mengharapkan meningkatnya *job satisfaction*. (Hampton & Hampton, 2004, dalam Sejjaaka, S. K., & Kaawaase, 2014).

Menurut penemuan Sejjaaka & Kaawaase (2014), korelasi antar variabel yakni *professionalism, rewards* dan *job satisfaction* tersebut signifikan namun lemah terhadap *organizational commitment.*

2.8.2.1. Pengaruh *professionalism* terhadap *organizational commitment dan job satisfaction*

Menurut hasil penelitian yang dilakukan, Sejjaaka & Kaawaase (2014) menemukan bahwa *professionalism* berhubungan positif terhadap semua variabel lainnya yakni *rewards, job satisfaction* dan *organizational commitment*.

H1. Professionalism is positively related to organizational commitment.

Hipotesa-hipotesa seperti *autonomy* dan *involvement* atau *the belief in the importance of professional associations* diprediksi akan mempengaruhi *job satisfaction* secara langsung. Boyt, Lusch,& Naylor juga beranggapan bahwa *professionalism* memiliki beberapa aspek yang akan meningkatkan *job*

Analisa Pengaruh Professionalism..., Aldo Winata, FB UMN, 2017

satisfaaction karyawan yaitu *sense of calling to the profession, a belief that the profession provides a public service,* dan *belief in self-regulation of the industry*.

H2. Professionalism is positively related to job satisfaction.

2.8.2.2. Pengaruh *job satisfaction* terhadap *organizational commitment*

Dalam penelitian Sejjaaka & Kaawaase (2014) mengungkapkan adanya korelasi antara *job satisfaction* terhadap *organizational commitment.* Dan Sejjaaka & Kaawaase berpendapat bahwa hubungan korelasi antara *job satisfaction* dan *organizational commitment* sangat kuat.Hal tersebut menunjukkan bahwa *job satisfaction* merupakan predikator terbaik untuk mengukur *organizational commitment*.

Dan Yucel (2012) juga mengemukakan bahwa *job satisfaction* berdampak secara positif pada *affective commitment, continuance commitment,* dan *normative commitment* yang merupakan dimensi dari *organizational commitment*.

H3. Job satisfaction is positively related to organizational commitment.

2.8.2.3. Pengaruh *rewards* terhadap *job satisfaction dan organizational commitment*

Sejjaaka & Kaawaase (2014) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa *rewards* berhubungan secara positif dengan *job satisfaction* dan *organizational commitment.* Hubungan antara *rewards* dengann *job satisfaction* memiliki korelasi yang tertinggi. Namun sebaliknya, hubungan antara *rewards* dengan *organizational commitment* merupakan korelasi terlemah.

H4. Rewards are positively related to job satisfaction.

Di dalam aspek *intrinsic rewards* ditemukan komponen *role clarity, autonomy,* dan *participation in decision making* yang ternyata memliki dampak positif terhadap dimensi *organizational commitment* yakni *affective commitment*. Hal ini mendukung bahwa *intrinsic rewards* merupakan aspek penentu yang lebih kuat terhadap *affective commitment* dibandingkan *extrinsic rewards*. (Brief & Aldag, 1980, Eby et al., 1999, O'Reilly & Caldwell, 1980, dalam Maholtra, Budhwar, & Prowse, 2007).

H5. Rewards are positively related to organizational commitment.

2.9. Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Peniliti	Judul Peneliti	Tahun	Temuan Peneliti
1.	Samuel K. Sejjaakaa & Twaha K. Kaawaase	*Professionalism, rewards, job satisfaction an organizational commitment amongst accounting professionals in Uganda*	2014	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji sejauh mana indikator *professionalism, rewards,* dan *job satisfaction* dapat digunakan sebagai alat ukur yang *valid* terhadap *organizational commitment* yang diuji pada sektor *private* dari CPA (*Certified Public Accountant*) di Uganda.Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke empat skala tersebut dapat digunakan sebagai langkah-langkah *valid*, meskipun dengan beberapa perubahan. Korelasi antar variabel penelitiaan adalah signifikan namun lemah. Para peneliti menemukan bahwa *job satisfaction* merupakan predikator terbaik dari *organizational commitment.* Dan *professionalism* dan *rewards* merupakan predikator yang lemah dari *organizational commitment*.
2	Thomas E. Boyt, Robert F. Lusch & Gillian Naylor	*The Role of Professionalism in Determining Job satisfaction in Professional Services*	2001	Penelitian kami membuat kontribusi penting untuk bidang jasa. Peneliti mengambil langkah yang berarti dalam mengeksplorasi dampak dari perilaku *rewarding professional* terhadap *job satisfaction* karyawan profesional (*professional service provider*). Hasil penelitian menerangkan bahwa peneliti menemukan bukti empiris bahwa perilaku *rewarding professional* memberikan

				manfaat yang sangat positif. Perilaku *rewarding professional* akan menyebabkan peningkatan terhadap *job satisfaction* karyawan yang pada akhirnya menyebabkan peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik serta *customer satisfaction* dan *repeat intention*.
3	Neeru Malhotra, Pawan Budhwar & Peter Prowse	*Linking rewards to commitment: an empirical investigation of four UK call centres*	2007	Hasil penelitian yang mendukung perselisihan dari *exchange theory* dan menunjukkan pentingnya kedua *extrinsic* dan *intrinsic rewards* yang dapat digunakan untuk mengembangkan *affective commitment, continuance commitment,* dan *normative commitment* pada *call center*, dan dengan demikian membantu dalam mengidentifikasi *antecedents* yang mengembangkan setiap komponen komitmen.
4	İlhami Yücel	*Examining the Relationships among Job satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention: An Empirical Study*	2012	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara *job satisfacion, organizational commitment,* dan *turnover intentin* karyawan. Dalam penelitian studi lapangan ini, peneliti meneliti 250 karyawan di perusahaan manufaktur Turki, yang mana mereka diberi kuesioner untuk diselesaikan selama jam kerja dan terdapat188 kuesioner yang dikembalikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *job satisfaction* adalah salah satu faktor yang paling mendahului *organizational commitment* dan *turnover intention* serta menunjukkan bahwa tingkat *job satisfaction* yang tinggi menghasilkan *commitment* yang tinggi dan *turnover* yang rendah sehingga membuat

				job satisfaction berpengaruh positif terhadap *affective commitment, continuance commitment,* dan *normative commitment* namun *job satisfaction* sendiri memberikan pengaruh negatif terhadap *turnover intention*.
5	Gerald M. Hampton & Dorothee L. Hampton	*Relationship of professionalism, rewards, market orientation and job satisfaction among medical professionals The case of Certified Nurse–Midwives*	2004	Penelitian yang mempertimbangkan dampak *professionalism, market orientation* dan *reward structure* terhadap *job satisfaction* para Certified Nurse-Midwives (CNMs). Metode pemodelan persamaan struktural digunakan untuk memeriksa data yang dikumpulkan dari penyedia layanan kesehatan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *professionalism* dan *rewards* berhubungan positif terhadap *job satisfaction*. *Professionalism* dan *rewards* yang ditemukan positif berkorelasi dengan *market orientation.* Hasil penelitia juga menunjukkan bahwa *Rewards* memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap *professionalism* Selain itu, *market orientation* ditemukan juga berhubungan kuat dan positif terhadap *job satisfaction*.
6	Naser Valaei & Sajad Rezaei	*Job satisfaction and organizational commitment: an empirical investigation among ICTSMEs*	2016	Ada kontribusi praktis dan teoritis yang muncul dari temuan penelitian ini. Salah satu kontribusi praktis dari penelitian ini adalah penelitian ini menyoroti aspek *job satisfaction* dan *organizational commitment* di Malaysia. Selain itu, di antara beberapa penelitian awal di Malaysia

				tentang hubungan antara *job satisfaction* dan *organizational commitment* lebih secara umum namun penelitian ini lebih spesifik diarahkan kepada ICT-SMEs (UKM berbasis teknologi) di Malaysia. Hasil penelitian ini membantu ICT-SMEs untuk menilai tingkat *job satisfaction* antara karyawan. Bahkan, kontribusi praktis dari penelitian ini memberikan manfaat untuk mengurangi risiko yang terkait dan membantu perusahaan untuk mengetahui tingkat komitmen karyawan mereka dan berdasarkan itu dapat dibuat kebijakan untuk meningkatkan *job satisfaction* dan *retain* karyawan.
7	Norris, D. R., & Niebuhr, R. E.	*Professionalism, Organizational Commitment and Job satisfaction in an Accounting Organization*	1984	Dengan pertumbuhan jumlah profesional yang bekerja di organisasi, keprihatinan telah terlihat lebih dari potensi konflik antara profesionalisme karyawan tersebut dan komitmen mereka terhadap organisasi. Studi empiris meneliti hubungan antara profesionalisme, organisasi komitmen dan kepuasan kerja telah melaporkan hasil yang tidak konsisten. Makalah ini membahas variabel-variabel ini dalam pengaturan organisasi yang melibatkan beberapa kantor lapangan dari kantor akuntan "Delapan Besar" di Amerika Serikat. Akuntan yang melaporkan tingginya profesionalisme juga melaporkan tingkat tingginya organisasi komitmen. Selain itu, kedua profesionalisme dan komitmen organisasi yang kuat terkait kepuasan kerja.

8	Sinem Aydogdu & Baris Asikgil	*An Empirical Study of the Relationship Among Job satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention*	2011	Penelitian ini dilakukan terhadap 100 karyawan dari sektor produksi dan 82 karyawan dari *provide sector*. Hubungan antara kepuasan kerja, komitmen organisasi dan *turnover intention* diselidiki untuk menentukan hubungan yang signifikan secara statistik. Hasil dari *study* mendukung hipotesis ini. Kepuasan kerja memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan tiga dimensi komitmen organisasi dan *turnover intention* memiliki hasil yang signifikan, dan adanya hubungan negatif antara kepuasan kerja dan komitmen organisasi.
9	Khawaja Jehanzeb, Mazen F. Rasheed, Anwar Rasheed, & AlamzebAamir	*Impact of Rewards and Motivation on Job satisfaction in Banking Sector of Saudi Arabia*	2012	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak dari *rewards* dan motivasi menggunakan jumlah dari *rewards* terhadap kepuasan kerja di kedua bank yaitu publik dan swasta di Arab Saudi. Dalam penelitian ini 568 karyawan berpartisipasi dari kedua sektor. Untuk melakukan penelitian ini analisis regresi telah dikembangkan untuk menguji hubungan antara *rewards*, motivasi dan kepuasan kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *rewards* memiliki hubungan positif pada motivasi, (2) motivasi positif berhubungan dengan kepuasan kerja dan (3) *rewards* memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap kepuasan kerja.

10	Cheryl C. Macpherson	*Teaching professionalism in science courses: Anatomy to zoology*	2012	Profesionalisme medis tercermin dalam sikap, perilaku, karakter, dan standar praktek. Hal ini diwujudkan oleh dokter yang memenuhi tugas mereka kepada pasien dan menjunjung tinggi masyarakat percaya dalam kedokteran. Profesionalisme membutuhkan keakraban dengan kode etik dan standar didirikan oleh organisasi internasional, pemerintah, institusi, atau profesional.
11	Forough Heyrani, Bahman Banimahd, & Fereydoun Rahnamayeh Roudposhti	*Investigation of the Effect of Auditors' Professionalism Levels on Their Judgment to Resolve the Conflict between Auditor and Management*	2016	Tujuan utama dari makalah ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat profesionalisme auditor pada penilaian mereka untuk menyelesaikan konflik antara manajemen dan auditor. Profesionalisme telah diteliti di dua tingkat tinggi dan rendah. Selain itu, dipenelitian ini, penilaian profesional memiliki peran mediator dalam efek dari fitur profesionalisme pada resolusi konflik antara auditor dan manajemen. Dalam tulisan ini, untuk mengumpulkan data dan dasar-dasar teoritis dari penelitian, bidang dan perpustakaan metode yang masing-masing digunakan dan alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner standar dan perhatikan taking. Populasi statistik dari penelitian ini adalah auditor profesional