



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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dilakukan peneliti terhadap “Analisa Pengaruh *Professionalism* dan *Rewards* terhadap *Job Satisfaction* serta Implikasinya pada *Organizational Commitment*; Telaah pada *Millennial Workers* dalam Industri *E-Commerce* di Jabodetabek”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data analisa profil responden yang diperoleh, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden
 - a. Berjenis kelamin lak-laki, yaitu sebanyak 74 orang.
 - b. Berusia 20-25 tahun, yakni sebanyak 65 orang.
 - c. Memiliki lama bekerja 1-2 tahun sebanyak 72 orang.
 - d. Memiliki jabatan *Officer/Staff* sebanyak 98 orang.
 - e. Memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 116 orang.
 - f. Berdomisili di Tangerang sebanyak 63 orang
 - g. Bidang *E-commerce* tempat bekerja di *Marketpalce* sebanyak 64 orang.
 - h. Tidak pernah terlibat dalam kegiatan idEA sebanyak 94%.
2. Peneliti memberikan opsi terhadap responden atas keterlibatan mereka dalam kegiatan idEA dimaksudkan sebagai *profiling* responden untuk memperkaya data penelitian. Sehingga dapat terlihat bahwa sebagian besar responden tidak pernah mengikuti atau terlibat dalam kegiatan

idEA (Indonesian E-Commerce Association). Hal ini cukup beralasan karena idEA sendiri merupakan asosiasi yang menaungi seluruh perusahaan *E-commerce* bukan asosiasi untuk para pekerja profesional *E-commerce* dan kegiatan idEA sendiri cenderung lebih sering dihadiri oleh para *Founders, Board of Directors*, Komisaris dan sebagian kecil para pekerja/profesional *E-commerce*.

3. H1: *Professionalism* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitmen* pada *Millennial Workers* dalam industri *E-Commerce* di Jabodetabek.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bagi *Millennial Workers* di *E-commerce* tidak memiliki pengaruh positif dari *Professionalism* terhadap *Organizational Commitment* dengan hasil *Standard Coefficient* -0.749 dan *P Value* 0.012 yang menggambarkan data signifikan mendukung Hipotesis.

4. H2: *Professionalism* berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction* pada *Millennial Workers* dalam industri *E-Commerce* di Jabodetabek.

Dalam hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Professionalism* dalam meningkatkan *Job Satisfaction* dengan hasil *Standard Coefficient* 0.583 dan *P Value* 0.002.

5. H3: *Job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitmen* pada *Millennial Workers* dalam industri *E-Commerce* di Jabodetabek.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Job Satisfaction* dalam meningkatkan *Organizational Commitment* dengan hasil *Standard Coefficient* 0.988 dan *P Value* 0.000.

6. H4: *Professionalism* dan *Rewards* pada *Millennial Workers* dalam industri *E-Commerce* di Jabodetabek saling berhubungan secara positif.

Dalam hasil penelitian ini diungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat hubungan yang positif antara *Professionalism* dan *Rewards* dengan hasil *Standard Coefficient* 0.105 dan *P Value* 0.000.

7. H5: *Rewards* berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction* pada *Millennial Workers* dalam industri *E-Commerce* di Jabodetabek.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Rewards* dalam meningkatkan *Job Satisfaction* namun dalam penelitian ini data tidak mendukung dikarenakan *P Value* > 0.05. Hasil dalam penelitian ini hasil *Standard Coeficiense* 0.028 dan *P Value* 0.891.

8. H6: *Rewards* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitmen* pada *Millennial Workers* dalam industri *E-Commerce* di Jabodetabek.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Rewards* dalam meningkatkan *Organizational Commitment* dengan hasil *Standard Coeficiense* 1.564 dan *P Value* 0.000.

5.2.Saran

5.2.1. Saran untuk Perusahaan *E-commerce* berdasarkan Hipotesis

5.2.1.1. *Professionalism* terhadap *Organizational Commitment* bagi *Millennial Workers* di *E-commerce*

Dalam hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* tidak adanya pengaruh positif dari *Professionalism* terhadap *Organizational Commitment*. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa profesionalitas bagi *Millennial Workers* di *E-commerce* bukan merupakan faktor utama bagi mereka dalam meningkatkan komitmen organisasi mereka. Namun *professionalism* masih merupakan faktor penting dalam perusahaan, alasannya berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *professionalism* masih memiliki hubungan yang positif terhadap *rewards* dan juga berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*. Alasan ini cukup menggambarkan bahwa *professionalism* tetap merupakan faktor yang penting dalam perusahaan.

5.2.1.2. *Professionalism* untuk meningkatkan *Job Satisfaction* dari bagi *Millennial Workers* di *E-commerce*

Dalam hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Professionalism* dalam meningkatkan *Job Satisfaction*, Berdasarkan hasil penelitian perusahaan disarankan untuk aspek pada indikator PRCAL1 yaitu Rasa “panggilan” dari *Millennial Workers* dalam melakukan pekerjaan mereka di Perusahaan *E-commerce* dikarenakan peneliti melihat dari *mean* terkecil, sehingga

peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini. Sebagai bentuk pendekatannya disarankan perusahaan untuk memberikan pekerjaan-pekerjaan yang bisa meningkatkan rasa “panggilan” terhadap pekerjaan seperti memberi tanggung jawab dan wewenang lebih (*employee empowerment*). Hal ini juga didukung dengan pernyataan dari Stephani mengaku *Millennial Workers* juga memiliki etos kerja yang tinggi dalam bekerja di Mataharimall.com. Sehingga *Millennial Workers* yang memiliki etos kerja tinggi siap untuk menerima tanggung jawab agar dapat membuktikan profesionalitas kerjanya yang juga akan meningkatkan kepuasan kerja bagi mereka.

5.2.1.3. *Job Satisfaction* untuk meningkatkan *Organizational Commitment* dari *Millennial Workers*

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Job Satisfaction* dalam meningkatkan *Organizational Commitment*. Berdasarkan hasil penelitian perusahaan disarankan untuk aspek pada indikator JBST3 yaitu pernyataan bahwa mereka merasa cukup puas dengan pekerjaan mereka sekarang dikarenakan merupakan *mean* yang terkecil, sehingga peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini.

Sehingga perusahaan disarankan untuk mengkondisikan agar *Millennial Workers* di *E-commerce* meningkatkan kepuasan kerja dengan memberikan pekerjaan sesuai dengan keunggulan mereka. Berdasarkan hasil wawancara saya dengan Stephani Pechler salah satu *Millennial*

Workers di *Mataharimall.com* bahwa dirinya mengungkapkan kepuasan kerja yang ia dapat dikarenakan dapat bekerja berdasarkan keputusan sendiri dan suasana kekeluargaan di dalam perusahaan.

Agar *Millennial Workers* dapat berkembang sesuai dengan kelebihan mereka, hal konkrit yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan *training and development*. *Training* dikembangkan terhadap *softskills* dan *hardskills* untuk membantu mereka bekerja dan berinteraksi dalam organisasi. Sedangkan *development* yang ditujukan kepada *Millennial Workers* bisa berupa *job rotation*, *job enrichment* atau *job enlargement* agar mereka dapat terus belajar dan mengembangkan keunggulan masing-masing.

5.2.1.4. Hubungan positif antara *Professionalism* dan *Rewards* dari *Millennial Workers*

Dalam hasil penelitian ini diungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat hubungan yang positif antara *Professionalism* dan *Rewards*. ini dapat disimpulkan bahwa *Professionalism* dan *Rewards* saling berkorelasi atau berhubungan positif sehingga ketika peningkatan aspek dilakukan oleh perusahaan *E-commerce* terhadap *Professionalism* dari *Millennial Workers* hal ini akan menyebabkan peningkatan terhadap tingkat *Rewards* yang mereka rasakan. Hal sebaliknya juga dapat terjadi jika perusahaan melakukan peningkatan terhadap *Rewards* maka hal ini akan berdampak pada peningkatan dari *Professionalism* dari *Millennial Workers*. Sehingga perusahaan disarankan untuk meningkatkan aspek-

aspek dari *professionalism* dan *rewards* karena keduanya saling berhubungan.

Berdasarkan indikator yang ada peningkatan dapat dilakukan dari sudut *Rewards* seperti Perusahaan memberikan *take home pay* yang sesuai dengan kebutuhan, melakukan pelatihan dan pengembangan bagi para *talent* dan hubungan yang baik antara atasan dan bawahan sehingga *Millennial Workers* merasa mudah memberikan masukan bagi perkembangan organisasi. Pada sisi *professionalism*, perusahaan dapat meningkatkan rasa “panggilan” *Millennial Workers* dalam melakukan pekerjaan, mengkondisikan agar *Millennial Workers* meyakini pekerjaannya dengan memberikan pelatihan *softskills* atau *hardskills*, dan menciptakan lingkungan yang profesional bagi anggota organisasi seperti pemberlakuan *rewards* dan *punishment* yang tepat.

5.2.1.5. Rewards untuk meningkatkan Job Satisfaction dari Millennial Workers

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Rewards* dalam meningkatkan *Job Satisfaction* namun dalam penelitian ini data tidak mendukung dikarenakan $P Value > 0.05$.

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan disarankan untuk aspek pada indikator RWIN7 yaitu pernyataan bahwa *Millennial Workers* setuju bahwa dengan menerima pelatihan berkala untuk tetap memperbaharui pengetahuan mereka agar dapat bekerja dengan baik dikarenakan

merupakan *mean* yang terkecil, sehingga peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini. Berdasarkan hasil penelitian dari PayScale *Human Capital*, Generasi Y tidak hanya mencari kompensasi secara finansial namun juga kesempatan perkembangan dalam karir dan pendapatan mereka (“Compensation Challenges for a Multigenerational Workforce”, 2017). Sehingga dalam rangka peningkatan karir dan kompetensi mereka, fokus pengembangan dengan melakukan pelatihan berkala sudah dianggap tepat. Pelatihan yang dilakukan tidak hanya memberikan pelatihan *technical* seperti yang secara umum sudah diterapkan namun juga berbagai kompetensi *hardskills* dan *softskills* sesuai dengan level dan jabatan struktural dalam organisasi.

Sehingga perusahaan-perusahaan di *E-commerce* disarankan untuk memberikan pelatihan berkala kepada para *Millennial Workers* yang dapat membantu mereka memperbaharui pengetahuan. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya kepuasan kerja dari *Millennial Workers*.

5.2.1.6. Rewards untuk meningkatkan *Organizational Commitment* dari *Millennial Workers* dalam Perusahaan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi *Millennial Workers* terdapat pengaruh positif dari *Rewards* dalam meningkatkan *Organizational Commitment*.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus menaruh perhatian terhadap *Rewards* yang diberikan kepada *Millennial Workers* sehingga peningkatan secara positif terhadap *Rewards* juga

memberikan dampak positif terhadap *Affective Commitment*, *Continuance Commitment*, dan *Normative Commitment* yang ketiganya merupakan dimensi dari *Organizational Commitment*.

Jika sebelumnya sudah diberikan saran tentang peningkatan *Rewards*, peneliti akan memberikan saran bagi perusahaan terhadap peningkatan *Organizational Commitment* melalui ketiga dimensinya. Pada dimensi *Affective Commitment* perusahaan disarankan untuk memprioritaskan pada indikator OCAC2 karena memiliki *mean* paling kecil di antara 3 indikator lainnya yang pernyataannya *Millennial Workers* benar-benar menganggap bahwa seolah-olah masalah organisasi adalah masalah mereka sendiri. Sehingga pendekatan yang cocok untuk dilakukan terhadap dimensi ini adalah memberikan *Rewards* berupa *Recognition* atau pengakuan yang juga dapat meningkatkan *sense of belonging* mereka terhadap perusahaan. Hal ini didukung dengan pendapat hasil interview yang mengungkapkan bahwa baik Kevin Taruna Arifin dari Tokopedia dan Stephani Pechler dari Mataharimall.com juga sependapat bahwa bentuk apresiasi atau *recognition* dari perusahaan atas pekerjaan yang telah dilakukan menjadi *Rewards* yang memotivasi diri mereka.

Pada dimensi *Continuance Commitment* berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator OCCC3 yang mengungkapkan pernyataan terlalu banyak yang akan terganggu dalam kehidupan *Millennial Workers* jika mereka memutuskan untuk meninggalkan organisasi mereka harus menjadi prioritas bagi Perusahaan *E-commerce*. Sehingga pendekatan

yang peneliti sarankan jika pada dimensi *Affective Commitment* disarankan untuk menciptakan *sense of belonging* terhadap perusahaan sedangkan untuk *Continuance Commitment* diharapkan perusahaan memberikan *Rewards* seperti suasana yang mengikat saat *Millennial Workers* bekerja seperti rasa kekeluargaan. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang diungkapkan oleh Stephani Pechler (Mataharimall.com) bahwa hubungan kekeluargaan yang rekat antar pekerja dan kedekatan hubungan CEO dengan seluruh bawahannya menjadikan kepuasan tersendiri baginya di Mataharimall.com.

Selanjutnya pada dimensi *Normative Commitment* berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator OCNC2 memiliki *mean* terkecil dibandingkan 2 indikator lainnya. Indikator ini mengungkapkan pernyataan bahwa *Millennial Workers* berutang banyak hal pada Organisasinya. Saran yang diberikan kepada perusahaan *E-commerce* yaitu dengan meningkatkan rasa senang dan bangga terhadap Organisasinya, sehingga ketika mereka bangga maka mereka akan merasakan bahwa mereka adalah bagian dari Organisasi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan narasumber Stephani Pechler dari Mataharimall.com yang merasa senang dengan organisasinya dan Kevin Taruna Arifin dari Tokopedia yang merasa bangga dan keduanya memutuskan akan *stay* lebih lama di Organisasi mereka.

5.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan untuk menambah dimensi pendukung untuk variabel *Professionalism* yang bisa ditemukan dalam jurnal Boyt, Lusch dan Naylor (2001) dan *Rewards* yang juga bisa ditemukan dalam jurnal Malhotra, Budhwar dan Prowse (2007).
2. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan sampel dengan karakteristik berbeda seperti tidak hanya terbatas pada *Millennial Workers* di Jabodetabek (kota besar) saja namun juga nantinya dapat dikembangkan dan fokus terhadap *Millennial Workers* berdasarkan geografisnya yaitu seperti yang berasal dari kota-kota kecil atau dari luar kota besar di Indonesia.
3. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian berbeda, di mana terdapat sampel lebih beragam contohnya tidak hanya di industri *E-commerce* saja tetapi bisa dikembangkan ke industri lain seperti perhotelan, pariwisata, penerbangan ataupun jasa keuangan. Sedangkan sampel yang lebih homogen bisa diterapkan seperti hanya akan meneliti suatu perusahaan tertentu.
4. Peneliti selanjutnya dapat melibatkan lebih banyak perusahaan *E-commerce* dari berbagai sektor dan model bisnis seperti melibatkan perusahaan-perusahaan *Classified Ads*, *Daily Deals*, *Infrastructure*, Logistik, *Travel* dsb.

5. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan opsi D3 dan D4 pada pendidikan terakhir profil responden, karena peneliti menemukan opsi tersebut ditambahkan oleh responden sendiri di beberapa kuesioner penelitian.

