



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Internet sudah menjadi gaya hidup di masyarakat Indonesia. Jumlah pengguna *internet* di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 83,7 juta orang. Ini menempatkan Indonesia pada posisi ke-6 dunia dalam menggunakan *internet* (Yusuf, 2014). Karena teknologi yang semakin maju maka *internet* sudah menjadi hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat di Indonesia.

Top 25 Countries, Ranked by internet Users, 2013-2018						
millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2014

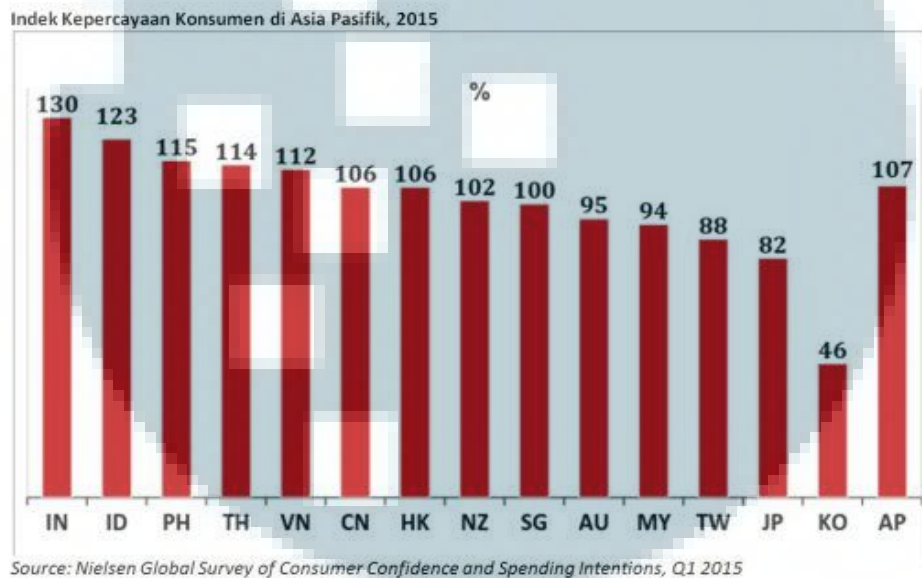
Gambar1.1 : Tabel Negara Pengguna Internet di Dunia

Sumber: Tekno.kompas.com

Pengguna internet di Indonesia diproyeksikan pada 2017 pengguna *internet* menjadi 112,6 poin dimana Indonesia akan mengalahkan Jepang pada posisi ke 5. Indonesia menjadi pangsa pasar yang di minati terutama untuk *e-commerce* diproyeksi akan meningkat tiap tahunnya, dikarenakan masih banyak ruang

pertumbuhan *internet* di Indonesia mengingat Indonesia merupakan negara berkembang. (Yusuf,2014).

*Internet* sudah menjadi media bagi masyarakat Indonesia untuk menyalurkan kegiatan-kegiatan mereka seperti membaca media secara online, berkomunikasi dan berinteraksi melalui forum-forum dan melakukan kegiatan berbelanja. Semua dapat dilakukan dengan mudah melalui media *internet*.



Gambar 1.2 : Indeks Kepercayaan Konsumen Tahun 2015

Sumber : *Nielsen Global Survey of Customer*

Menurut *Nielsen Global Survey of Customer* pada tahun 2015 (Tabel 1.2) menetapkan Indonesia pada posisi pertama dalam ( 130 poin ) dalam *indeks* kepercayaan konsumen 2015. (Lubis, 2015 )

Permasalahan yang muncul di era globalisasi ini menarik untuk dilihat kembali mengenai budaya yang berkembang di Indonesia. Diantaranya termasuk pola

hidup konsumtif yang sering di pandang sebagai salah satu dampak pengaruh *globalisasi* . Terkadang fenomena yang terjadi adalah banyak masyarakat Indonesia mengikuti kebiasaan-kebiasaan baru yang mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia. Salah satunya gaya hidup *konsumtif* yang dipengaruhi oleh banyaknya jumlah toko dan *website online* (Jpnn, 2013).

Menurut hasil *survey* yang dilakukan oleh P2SKTI pada tahun 2013, menunjukkan *tren positif*, dimana lebih dari 75% usaha disektor bisnis baik di perkotaan dan perdesaan sudah menggunakan *internet*. Industri dari sektor bisnis mencapai 77,75% ada pun hotel dengan 74,59% dan restoran atau rumah makan 68,92%, (Pitoya, 2014). Merujuk dari data yang telah di dapatkan dari P2SKTI menunjukan bahwa bisnis menggunakan *internet* sudah menjadi tren bagi para pengusaha dikarenakan masyarakat Indonesia yang sudah banyak menggunakan akses internet.



Gambar 1.3 : *Survei Asosiasi E-Commerce* Indonesia Tentang Barang Yang Paling Banyak Dibeli Di Toko *Online*

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna *internet* di Indonesia, dengan peluang pasar yang cukup besar maka banyak ide-ide yang muncul dalam memanfaatkan *internet*, seperti kaskus yang membuat forum diskusi untuk para pengguna *internet*, Tokopedia yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli, Lazada dan Berrybeka sebagai pemain di bidang *e-commerce*. Menurut riset yang dilakukan oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (*idEA*), Google Indonesia dan TNS (*Taylor Nelson Sofres*), riset yang dilakukan pada Januari 2014 menunjukkan bahwa produk yang banyak dibeli secara *online* adalah fashion yang mencapai persentasi 78 persen konsumen *online* kemudian di susul ponsel 64%, elektronik 43%, buku dan majalah 39% , dan barang kebutuhan rumah tangga 24%. (Startup, 2014). *Fashion* menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen karena *fashion* menjadi kebutuhan yang tidak dapat di pungkiri untuk zaman sekarang. Terbukti dari *fashion* menjadi barang yang paling banyak di cari untuk pembelian *online* / pembeli melalui *internet*.

Dengan banyaknya pesaing dibidang *e-commerce*, tentunya perusahaan harus memiliki *competitive advantage* dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain. Salah satunya dengan membuat konsumen nyaman terhadap pelayanan dari toko *online*, dimana perusahaan memiliki Sumber Daya Manusia yang kompeten di bidangnya. Sumber daya manusia sudah menjadi salah satu bagian penting karena maju mundurnya suatu perusahaan sangat tergantung dengan sumber daya manusia. Sehingga perusahaan harus memperhatikan karyawan agar kinerja karyawan tetap terjaga. Tentunya perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas dari pekerjanya untuk meningkatkan kinerja dari karyawan. Oleh karena itu perusahaan dituntut

memiliki *commitment* saling mendukung untuk mencapai tujuan. Salah satunya adalah dengan memberikan *physical environment* yang baik dan berbeda untuk karyawan. (Pratiwi, 2015).

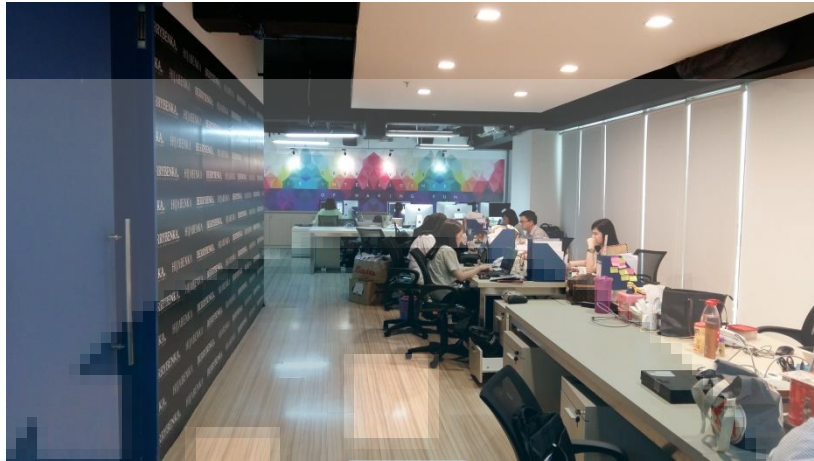
Terdapat fenomena *physical environment* di perusahaan-perusahaan *e-commerce* pada saat ini. Banyak perusahaan *e-commerce* di Indonesia memberikan *physical environment* yang baik yang bertujuan untuk membuat karyawan nyaman dan menjadikan perusahaan sebagai rumah kedua untuk karyawan (Kompas tekno, 2013). Perusahaan-perusahaan seperti Tokopedia, Berrybenka, Matahari mall merupakan perusahaan yang memberikan *physical environment* yang baik untuk karyawannya. Pada awalnya perusahaan-perusahaan seperti Tokopedia, Berrybenka, Matahari mall memiliki kantor dengan *physical environment* pada kantor umumnya, kemudian semakin berkembangnya bisnis *e-commerces* di Indonesia maka perusahaan-perusahaan tersebut memutuskan untuk berpindah tempat yang bertujuan untuk menghadirkan suasana kantor yang lebih segar dan lebih bersemangat lagi.



(A)



(B)



(C)

Sumber: Tekno.Kompas.com dan Gadgetplus.id

Gambar 1.4 (A) Kantor Baru Mataharimall

(B) Kantor Baru Tokopedia

(C) Kantor Baru Berrybenka

Kantor baru disetiap perusahaan *e-commerces* bertujuan untuk meningkatkan layanan portal jual beli onlinenya kepada para pengguna. Tokopedia, Berrybenka, Mataharimall memberikan *physical environment* yang baik untuk karyawan dan membuat karyawan nyaman dengan kondisi kerja.

West et al., (1987) dalam MCGuire & MCLaren (2008) mengungkapkan bahwa *physical environment* adalah kondisi kerja yang memadai yang dapat mempengaruhi *commitment* dan niat karyawan untuk tinggal di organisasi. *Physical environment* yang baik meliputi penerangan yang cukup, tempat yang bersih, tersedia alat-alat pengaman, sirkulasi udara yang baik, suara bising yang dapat di tekan seminimal mungkin, tersedianya fasilitas pendukung lainnya sehingga menunjukkan bahwa kondisi lingkungan mempengaruhi persepsi keselamatan karyawan yang

berdampak pada *commitment* karyawan (Sedarmayanti,2011). Seperti yang di Dordevic (2004) dalam Dixit & Bhati (2012) mengatakan bahwa *employee commitment* sangat penting karena dengan tingkat *commitment* yang tinggi dapat menyebabkan beberapa hasil yang menguntungkan terhadap organisasi dan mencerminkan sejauh mana karyawan mengidentifikasi organisasi dan berkomitmen terhadap tujuan suatu organisasi. *Employee commitment* juga menjadi sangat penting karena dapat digunakan untuk memprediksi kinerja karyawan, ketidakhadiran dan perilaku lainnya. Meyer & Allen (1991) dalam Lee & Chen (2013) berpendapat *employee commitment* adalah multi dimensi yang dapat meliputi loyalitas pekerja, kesediaan mereka untuk mengerahkan usaha lebih atas nama organisasi, kepatuhan terhadap nilai-nilai organisasi, dan keinginan untuk tetap dalam organisasi.

Seperti yang di ketahui perusahaan PT Berrybenka merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* pria,wanita dan hijab. Awalnya bisnis yang didirikan bermula dari *facebook* sebagai media penjualan *product* Berrybenka dan pada 28 Maret 2013 mereka melakukan *grand launching* untuk membangun *platform e-commerce* Berrybenka. PT Berrybenka bertempat di Grand Slipi tower lantai 38, Jalan Letjen S Parman. Kav 22-24, Daerah khusus Ibukota Jakarta 11480. Pada bulan Agustus 2015 PT Berrybenka memiliki kantor baru yang di *design* lebih rapi dan berkarakter yang menggambarkan perusahaan Berrybenka, perusahaan bertempat di Grand Slipi tower lantai 26, Jalan Letjen S Parman. Kav 22-24, Daerah khusus Ibukota Jakarta 11480. Penulis melakukan penelitian dengan tujuan membandingkan perusahaan baru dan perusahaan lama PT Berrybenka dalam *physical environment*



yang diberikan sehingga mempengaruhi *employee commitment* PT Berrybenka. Penulis melakukan *in-depth interview* kepada karyawan di 4 divisi ( *Customer Service* , *IT* , *Marketing* dan *Human Resources Management* ) di PT Berrybenka yang berkaitan dengan perbandingan kantor lama dan kantor baru yang berkaitan langsung dengan *physical environment* dan *employee commitment*. PT Berrybenka sangat mementingkan karyawan karena karyawan merupakan aset perusahaan dan dapat memberikan ide-ide baru sehingga perusahaan menjadi lebih inovatif dan berkembang.

Pada awalnya perusahaan Berrybenka memiliki kantor dengan fasilitas yang minim dan kondisi perusahaan yang tidak kondusif. Melalui *in-depth interview* pada divisi IT (*In-depth interview* dilakukan kepada bapak Hendri dan Ferry yang berada di *department IT* dan ditempatkan di *sub department developer*), *Marketing* (*In-depth interview* di lakukan kepada Fifi dan Wahyu pada *department Marketing* dan *sub department* ditempatkan di bagian PR & even sedangkan Wahyu *sub department* ditempatkan di bagian *Social media*) , *HR&GA* ( *In-depth interview* dengan Ibu Kartika Anindya *department HR&GA* dan merupakan (*Senior HR Manager- People & Culture Development*) ,*Customer Service* ( *In-depth Interview* dengan Bapak Bagus yang merupakan kepala *divisi Customer Management* dan Lendra pada *department Customer Management* yang *sub departementnya* di tempatkan di bagian *Customer Service*). *In-depth interview* yang dilakukan kepada karyawan yang telah bekerja selama 2 tahun dan telah bekerja dikantor lama selama lebih dari 1 tahun.



Gambar1.5 Kantor Lama PT Berrybenka

Sumber : PT Berrybenka

Penulis mendapatkan fenomena-fenomena di perusahaan lama PT Berrybenka, dimana fasilitas yang minim dapat dilihat dari tidak adanya *pantry* untuk karyawan, kondisi ruangan yang sempit dan sirkulasi udara yang tidak dijaga dengan baik di setiap departmen membuat karyawan menjadi jenuh dan tidak semangat dalam melakukan pekerjaan. Kondisi kantor yang lembab membuat karyawan menjadi berkeringat dan menimbulkan bau yang tidak sedap (bau badan) kondisi ini terjadi pada *department IT* dan membuat karyawan menjadi terganggu dengan bau tersebut. Kemudian tidak ada ruangan/fasilitas yang diberikan perusahaan untuk karyawan mengkreasikan karya mereka, fasilitas seperti *mushola* yang kecil dan tidak dapat menampung banyak karyawan PT Berrybenka sehingga karyawan

yang tidak mendapatkan tempat beribadah harus mencari *mushola alternative* untuk melakukan sholat.



Gambar 1.6 Kondisi Kantor Lama PT Berrybenka

Penulis melakukan *in-depth interview* dengan Ibu Kartika Anindy yang menjabat sebagai *Senior HR Manager- People & Culture Development* di divisi *Human Resources Management*. Ibu Kartika Anindy sudah bekerja di PT Berrybenka selama 2 tahun 2 bulan, beliau mengatakan dimana tiap bulannya terdapat 3-5 karyawan yang *resign* akibat *physical environment* yang buruk di PT Berrybenka. Contohnya *divisi marketing*, setelah melakukan *in-depth interview* kepada kepala *divisi marketing* beliau mengatakan bahwa terdapat karyawan pada bagian *marketing* yang *resign* akibat mengalami sesak nafas secara terus menerus karena ruang kerja yang sirkulasi udaranya tidak baik dan sedikitnya ventilasi di setiap ruangan. Jika dibandingkan dengan kantor baru PT Berrybenka terdapat perbedaan *turnover* karyawan pada saat di kantor baru. Melalui *in-depth interview* dengan Ibu Kartika Anindiya beliau mengatakan dalam periode bulan Januari sampai Maret 2016

terdapat 10 karyawan *resign*, 2 karyawan *resign* dikarenakan hamil, 5 diantaranya berpindah tempat kerja, dan 3 karyawan *resign* dikarenakan tidak cocok dengan tempat kerja di PT Berrybenka. Jika dibandingkan *turnover* karyawan antara kantor lama dan kantor baru, pada kantor baru ada 3 karyawan yang tidak nyaman dengan kondisi kerja sekarang sedangkan pada kantor lama tiap bulannya terdapat 3-5 karyawan *resign* akibat kondisi kerja yang kurang baik. Dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan *turnover* karyawan pada kantor baru PT Berrybenka.

Dilihat dari kondisi kantor lama PT Berrybenka, penulis mendapat kesimpulan bahwa *physical environment* yang di berikan perusahaan tidak menunjang *commitment* kerja dari karyawan, sehingga karyawan tidak dapat memberikan kemampuan yang *maksimal* untuk membuat perusahaan semakin berkembang. Nenonen (2004) dalam MCGuire & MCLaren (2008) menyatakan bahwa *physical environment* dapat mendukung rasa kebersamaan untuk menciptakan pengetahuan yang akan terus di ingat oleh karyawan dan adanya interaksi *social* yang lebih besar antara satu *individu* dengan *individu* lain. Oleh karena itu *physical environment* yang baik tentunya akan mempengaruhi kinerja dari karyawan.

Pada tahun 2015 tepatnya pada bulan Agustus PT Berrybenka berpindah tempat namun masih dalam gedung Grand Slipi Tower tetapi hanya berbeda lantai. Ada beberapa faktor yang membuat PT Berrybenka berpindah tempat. Melalui *in-depth interview* yang sumbernya didapat pada *departement Human Resource Management*, faktor-faktor tersebut meliputi tempat kerja yang sudah tidak layak untuk para karyawan dan setiap ketua divisi di PT Berrybenka memberi masukan

untuk membuat *design* yang unik untuk meningkatkan kreatifitas dan semangat kerja. Faktor kedua, karena banyaknya pesaing yang bermain dibidang *e-commerce* membuat PT Berrybenka untuk mengembangkan bisnisnya untuk menjaga persaingan agar PT Berrybenka tidak ditinggal oleh konsumen, dengan karyawan yang semakin banyak tentunya tempat untuk bekerja semakin sempit dan karyawan menjadi tidak efektif dalam bekerja.

Saat ini PT BerryBenka memiliki 310 karyawan yang terdiri dari 210 *head officer* dan 100 karyawan *warehouse*. PT Berrybenka banyak belajar dari pengalaman-pengalaman lama dalam mengelolah perusahaannya sehingga tempat baru PT Berrybenka di kelola sedemikian rupa agar *physical environment* yang dibuat nyaman untuk karyawan, saat ini PT Berrybenka memiliki banyak fasilitas agar karyawan menjadi nyaman di kantor. Fasilitas-fasilitas tersebut berupa *quiet room* dan *pantry*. Uniknya tiap kepala divisi berhak membuat *design* sendiri ruang kantor mereka dan tiap divisi diwajibkan untuk membuat *quotes* untuk membuat karyawan menjadi termotivasi dalam bekerja.

Dalam sehari karyawan PT Berrybenka dapat bekerja 8-9 jam, bahkan dapat melebihi jam tersebut. Tentunya akan tidak efektif bila karyawan terus dipaksa bekerja tanpa diberikan fasilitas yang mendukung untuk karyawan melakukan *refreshing*. Maka itu dibuatlah ruangan *quiet room*.

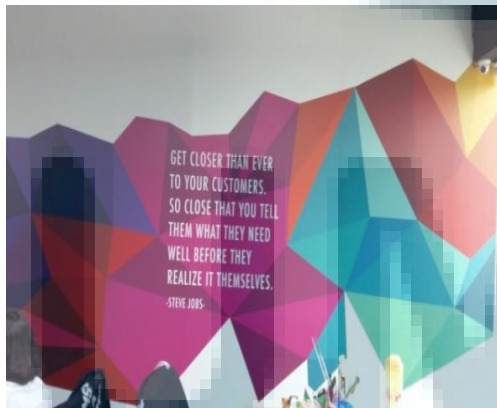


Gambar 1.7 : Ruang *Quiet Room* PT Berrybenka

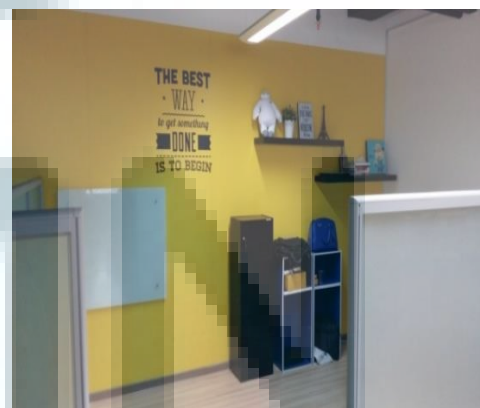
Sumber: Dokumentasi di PT Berrybenka

Dengan adanya fasilitas *quiet room* dapat digunakan karyawan untuk beristirahat, bermain, membaca buku-buku, menyelesaikan pekerjaan di sofa yang telah disediakan dan dapat melakukan aktivitas lainnya.

Kemudian di setiap divisi terdapat *quotes* yang dibuat oleh ketua divisi masing-masing untuk mengingatkan visi dan misi dalam bekerja serta berkomitmen dalam bekerja. *Quotes* yang dibuat bukan semata kata-kata melainkan mencerminkan kepribadian tiap divisi yang ada di PT Berrybenka.



(A)

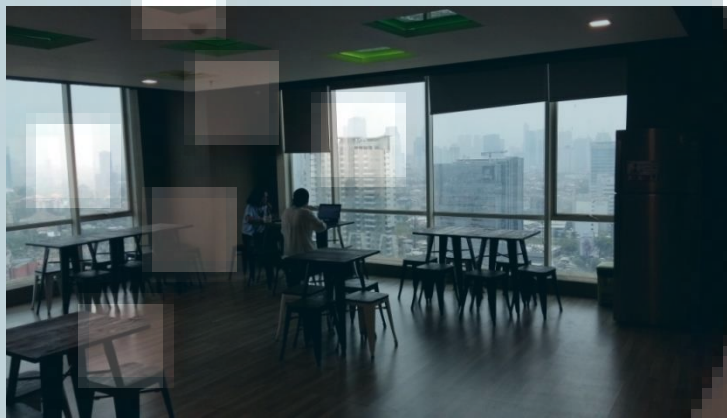


(B)

Gambar 1.8 : (A) *Quote* Dari Divisi *Customer Service* PT Berrybenka

(B) Ruang Yang Di *Design* Sendiri Oleh Ketua Divisi

Selain *quote-quote* yang dibuat oleh ketua divisi masing-masing, ketua divisi berhak untuk mendekorasi ruangan mereka sendiri dengan konsep yang dimiliki, yang bertujuan untuk karyawan nyaman dengan konsep *design* tempat kerja yang telah disusun dengan sedemikian rupa. Dengan demikian karyawan menjadi berkomitmen dalam bekerja. Kemudian ada juga fasilitas yang disediakan PT Berrybenka saat beristirahat pada waktu makan siang dan *coffee break*.



Gambar 1.9 : *Pantry* yang disediakan PT Berrybenka

*Pantry* di isi dengan perabotan-perabotan untuk memasak seperti oven, kulkas, kompor dan alat-alat lainnya. Dengan adanya *pantry* pada saat makan siang karyawan tidak kesulitan untuk mencari makanan dan beristirahat diluar kantor.

*Physical environment* yang terdapat di PT Berrybenka sudah sepenuhnya baik, tetapi masih terdapat masalah yang dikeluhkan oleh karyawan. Melalui *in-depth interview* yang dilakukan kepada bapak Ferry (department IT) dan Lendra (*Department Customer Management*). Fenomena-fenomena yang ada di PT Berrybenka pada kantor baru adalah penerangan yang kurang sehingga mengakibatkan tidak jelas dalam melihat objek-objek tertentu dan mata juga cepat

lelah. Kemudian kondisi tidak ada pembatas antara satu meja dengan meja karyawan membuat privasi karyawan menjadi terganggu dan terkadang tidak fokus dalam bekerja karena karyawan lain mengajak berbincang.

Penulis melihat ada perubahan yang signifikan antara kantor lama dan kantor baru PT Berrybenka dimana perubahan *physical environment* di kantor baru lebih berkarakter.



Gambar 1.10 (A) Kantor Baru PT Berrybenka

(B) Kantor Lama PT Berrybenka

Tentunya faktor-faktor untuk menunjang karyawan harus diutamakan karena jika karyawan *commitment* dengan pekerjaannya maka perusahaan akan terus berkembang

Jika di bandingkan kantor lama dan kantor baru, terdapat beberapa perbedaan seperti kondisi ruangan kantor baru yang lebih nyaman dan berkarakter. Pada ruangan kantor baru dilengkapi dengan *quotes* yang bertujuan untuk memotivasi karyawan dan jika dilihat pada kantor lama *physical environment* dibuat tidak menarik dan tidak



menunjukkan karakteristik dari setiap divisi. Weiss et al., (1991) dalam MCGuire & McLaren (2008) menyatakan fasilitas yang memadai yang disediakan perusahaan untuk karyawan sangat penting untuk menghasilkan *employee commitment* yang lebih besar. Dengan adanya fasilitas dan *physical environment* yang baik maka *commitment* dari karyawan akan membuat karyawan lebih *commitment* dalam bekerja.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang ditemukan di PT Berrybenka maka penulis mengambil judul “ **Pengaruh *Physical Environment* Terhadap *Employee Commitment* Perbandingan Antara Kantor Lama dan Kantor Baru : Telaah PT Berrybenka Ibukota Jakarta**”. Untuk menjadi bahan penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, ada masalah yang dapat dirumuskan. Antara lain sebagai berikut:

1. Apakah *Physical Environment* berpengaruh positif terhadap *Employee Commitment* ?
2. Adakah perbedaan jika dibandingkan antara kantor lama dan kantor baru PT Berrybenka?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas , maka tujuan yang hendak di capai dari penelitian ini adalah: “ Untuk mengetahui pengaruh antara *Physical Environment* terhadap *Employee Commitment* PT Berrybenka ibukota Jakarta.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada perusahaan, sebagai berikut:

### 1. Bagi PT Berrybenka

- a) Diharapkan hasil penelitian ini dapat di jadikan modal berharga untuk perusahaan dalam mengembangkan SDM dan segala yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek SDM secara lebih baik.
- b) Memberikan masukan kepada perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dari karyawan dan kinerja dari karyawan.

### 2. Bagi penulis

- a) Mendapat pengetahuan baru tentang *physical environment* dan *employee commitment*
- b) Pengetahuan yang didapat di kuliah sangat berharga dan dapat di terapkan di dunia kerja .

## 1.5 Metode dan Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

### 1.5.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Metode pengumpulan data

Menurut Sekaran dan Bougie (2010) metode pengumpulan data terdiri atas:

- a) Data primer

Data dikumpulkan untuk dilakukan penelitian dari terjadinya peristiwa yang sebenarnya.

b) Data sekunder

Data dikumpulkan berdasarkan sumber yang sudah ada.

2. Teknik pengumpulan data

a) Wawancara / Interview

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan melalui tatap muka oleh peneliti terhadap sumber data atau narasumber.

b) Kuisisioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Hasil jawaban responden atas semua pertanyaan di dalam kuisisioner kemudian di catat.

c) Melakukan riset perpustakaan

Dilakukan dengan membaca buku-buku, jurnal ,dan artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data yang diperoleh dapat dijadikan pegangan dalam penelitian.

### **1.5.2 Sistematika Penulisan Laporan penelitian**

Adanya sistematika penulisan untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang Landasan teori , rumusan masalah ,tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode dan sistematika penulisan laporan penelitian

#### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan untuk penelitian, penelitian terdahulu, hubungan antara variabel berupa *physical environment* dan *employee commitment*, dan melakukan perumusan hipotesis.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan dibahas variabel penelitian dan pengukuran, jenis dan sumber data, penentuan sampel penelitian, beserta metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian.

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil dari penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan metodologi yang digunakan, serta hasil dari analisis data dan pembahasannya.

#### **BAB V: KESIMPULAN**

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian beserta dengan saran-saran sebagai masukan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.

