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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data penelitian skripsi yang berjudul "Pengaruh *Boreout* Terhadap *Career Satisfaction, Life Satisfaction,* dan *Job Satisfaction*: Telaah pada karyawan PT Railink yang telah dapat disimpulkan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner *main test,* mayoritas responden pada penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 70 orang atau sebesar 70%.

b. Responden dengan usia 46-55 tahun sebanyak 61 orang atau sebesar 61%.

c. Responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 48 orang atau sebesar 48%.

d. Responden berdasarkan status sudah menikah sebanyak 72 orang atau sebesar 72%.

e. Responden berdasarkan area kerja di Kantor pusat sebanyak 36 orang atau sebesar 36%

f. Responden berdasarkan status karyawan tetap sebanyak 76 orang atau sebesar 76%.

g. Responden berdasarkan masa kerja 7 - 9 tahun sebanyak 31 orang atau sebesar 31%.

h. Responden berdasarkan jabatan di posisi manajerial sebanyak 27 orang atau sebesar 27%.

2. Berdasarkan atas hasil hipotesis, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. H1: *Boreout* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap *Career Satisfaction.* Hipotesis ini, salah satunya dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis H1 yang memiliki pengaruh negatif dengan nilai sebesar - 0,141. Tetapi tidak signifikan karena nilai *P-Values* > 0,05 yaitu sebesar 0,219.

b. H2: *Boreout* berpengaruh secara secara negatif dan signifikan terhadap *Life Satisfaction.* Hipotesis ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis H2 memiliki pengaruh negatif dengan nilai sebesar -0,066 dan tidak signifikan karena memiliki nilai *P-Values* > 0,005.

c. H3: *Boreout* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap *Job Satisfaction.* Hipotesis ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis H3 yang memiliki pengaruh negatif dengan nilai sebesar - 0,387 dan signifikan karena nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,000.

5.2 Saran

5.2 Saran Untuk Perusahaan

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Railink adalah sebagai berikut:

1. Pada indikator CS1 variabel *career satisfaction* memiliki nilai *mean* paling rendah yaitu 3,40. Dalam indikator ini berisikan tentang karyawan yang merasa puas dengan kesuksesan yang telah mereka capai selama mereka berkarir. Oleh karena itu, penulis memberikan saran bahwa perusahaan dapat memberikan tanggung jawab tambahan kepada karyawannya sekaligus mempercayakan karyawannya untuk memimpin tugas-tugas khusus atau menjadi penanggung jawab atau terlibat dalam sebuah proyek. Hal ini sesuai dengan teori (Abubakar, 2020) yang menunjukkan bahwa pekerjaan yang menantang dan bermakna dapat meningkatkan kepuasan karir. Menurut (Chalofsky, 2013) yang menyatakan bahwa HRD dapat mencapai tujuan mendasarnya dengan memberikan lebih banyak pengalaman bermakna kepada karyawan di tempat kerja. Pembelajaran di tempat kerja membantu karyawan menemukan jati diri dan dapat mengembangkan pribadi mereka. Dengan melaksanakan pekerjaan selain pekerjaan yang rutin dan berulang, memiliki peran dalam organisasi dengan mendapatkan *job description* yang jelas, berinteraksi dengan sesama pekerja di dalam organisasi maupun dengan lingkungan sosial lainnya, mengkontribusikan segala kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki, karyawan akan merasa dilibatkan dan bekerja secara bermakna dan akan menjadi pribadi yang lebih percaya diri.

2. Pada indikator LS2 variabel *life satisfaction* memiliki nilai *mean* paling rendah yaitu 3,16. Dalam indikator ini berisikan tentang bagaimana seorang karyawan pernah merasakan ingin mengubah keputusan yang telah mereka buat selama ini. Hal ini terjadi ketika, karyawan ingin memberikan pendapat namun terkadang tidak memiliki keputusan untuk berani mengatakannya. Oleh karena itu, penulis memberikan saran kepada pimpinan perusahaan untuk memberikan wadah dan kesempatan yang lebih luas bagi karyawan untuk menyatakan pendapatnya, dan memberikan pelatihan untuk pengembangan pribadi karyawan. Hal ini sesuai dengan teori (Abubakar, 2020) bahwa karyawan yang kurang terlibat cenderung memiliki *life satisfaction* yang rendah, terutama karena kehilangan sumber daya, seperti karyawan tidak dapat meminta tugas yang lebih menantang atau mendiskusikan situasi dengan atasan. Menurut (Knight, 2016) karyawan dengan tingkat sumber daya yang tinggi dianggap secara positif menilai kemampuan mereka untuk memenuhi tuntutan pekerjaan mereka, percaya pada hasil yang terbaik dan percaya bahwa mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan terlibat sepenuhnya dalam peran organisasi mereka. Dengan memberikan kepercayaan kepada karyawan bahwa mereka akan memberikan hasil kerja terbaiknya, melibatkan dan mengajak karyawan dalam aktivitas organisasi maka mereka akan menilai kemampuannya secara positif dan lebih percaya diri.

3. Pada indikator JS2 variabel *job satisfaction* memiliki nilai *mean* paling rendah yaitu 3,37. Indikator ini berisikan tentang karyawan belum merasa cukup puas dengan gaji yang diberikan saat ini. Hal ini sesuai dengan teori (Abubakar, 2020) bahwa kepuasan kerja dihasilkan dari lingkungan kerja yang menurut karyawan memuaskan atau tidak memuaskan. Oleh karena itu, penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk mengembangkan career plan, sistem penilaian kinerja yang berdampak pada kenaikan/penyesuaian tunjangan kinerja sekaligus kebijakan remunerasi yang komprehensif dimana pekerja untuk mendapatkan kenaikan gaji bukan semata karena mendapatkan promosi jabatan tetapi karena menunjukkan prestasi/kinerja yang baik. Menurut (Heathfield, 2013) kompensasi dapat

diselesaikan dengan berbagai cara, misalnya tingkat upah karyawan sesuai pasar sehingga karyawan yang melakukan pekerjaan dihargai sebanding dengan perusahaan lain di industri yang sebanding. Selain itu, gaji juga dipengaruhi oleh kondisi permintaan, yang diukur dengan bakat khusus atau keahlian individu untuk melakukan pekerjaan tertentu. Dengan karyawan mendapatkan informasi bahwa sebenarnya mereka sudah diberikan gaji sesuai pasar maka mereka akan lebih memahami bahwa pekerjaan dan gajinya sudah dihargai sebanding dengan perusahaan lain di industri yang sebanding sehingga akan lebih mendapatkan kepuasan kerja.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah variabel dependen, karena masih banyak hal lain yang dapat dipengaruhi oleh *boreout* selain *career satisfaction, life satisfaction,* dan *job satisfaction.* Seperti yang dijelaskan pada (Fahri, 2020) tentang *"The effects of boreout on stress, depression and anxiety in the workplace".*
2. Karena keterbatasan waktu, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang jauh lebih banyak dan secara luas, agar dapat memperkuat pengaruh *boreout* terhadap *career satisfaction, life satisfaction,* dan *job satisfaction.* Seperti yang dijelaskan pada (Karatepe, 2020) tentang industri pelayanan mengenai "*Investigating the selected consequences of boreout among cabin crew"* yang menggunakan sampel sebanyak 197 responden.
3. Menggunakan objek penelitian berbeda yang terkena dampak pandemi seperti di sektor pariwisata, penerbangan, transportasi laut, tempat penginapan, selain itu objek penelitian bukan hanya karyawan bagian administrasi saja namun juga karyawan *frontline.* Seperti yang dijelaskan pada (Stock, 2016) tentang "*Understanding the relationship between frontline employee boreout and customer orientation".*