

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk variabel *transformational leadership*, *employee engagement*, *affective organizational commitment*, dan *job performance*. Berikut hasil yang sudah disimpulkan oleh penulis:

1. *Transformational leadership* tidak memiliki pengaruh terhadap *job performance*. Hal ini didukung berdasarkan hasil yang didapatkan penulis dari uji *inner model* yaitu t-statistics 0.562 dan p-values 0.574. banyak penelitian yang menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan antara *transformational leadership* dengan *job performance* namun kita harus melihat bahwa generasi z memiliki cara pandang yang berbeda dari generasi sebelumnya di mana generasi z lebih memperhatikan nilai-nilai seperti keadilan, kerja sama tim, dan kesempatan untuk berkembang di dalam perusahaan. namun perlu diingat bahwa tidak ada pendekatan kepemimpinan yang cocok untuk segala hal maka perlu adanya penyesuaian dalam memimpin.
2. *Employee engagement* memiliki pengaruh terhadap *job performance*. Hal ini didukung berdasarkan hasil yang didapatkan penulis dari uji *inner model* yaitu t-statistics 7.938 dan p-values 0.000. *employee engagement* memainkan peran penting dalam mempengaruhi *job performance*, tidak hanya bagi generasi z saja tetapi setiap generasi di mana jika mereka lebih terlibat atau *engage* dalam pekerjaan, mereka cenderung lebih termotivasi, bersemangat, dan bahkan adanya peningkatan pada kinerja mereka. generasi z lebih mencari pekerjaan yang sesuai dengan diri mereka dan bermakna untuk mereka, karena hal tersebut mereka akan selalu memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka.

3. *Transformational leadership* berpengaruh terhadap *employee engagement*. Hal ini didukung berdasarkan hasil yang didapatkan penulis dari uji inner model yaitu t-statistics 8.530 dan p-values 0.000. *transformational leadership* menawarkan elemen-elemen yang sesuai dengan keinginan generasi z. Dimana *transformational leadership* mampu mengartikulasikan visi yang inspiratif, lebih memperhatikan setiap individual, dan mendorong adanya partisipasi dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut yang menyebabkan generasi z lebih terikat baik dengan pekerjaan maupun perusahaan.
4. *Employee engagement* berpengaruh terhadap *affective organizational commitment*. Hal ini didukung berdasarkan hasil yang didapatkan penulis melalui uji *inner model* yaitu t-statistics 11.776 dan p-values 0.000. *employee engagement* berperan penting dalam mempengaruhi *affective organizational commitment*, jika seorang individu lebih *engage* baik dalam perusahaan maupun pekerjaan, mereka cenderung menginternalisasi nilai-nilai perusahaan dan menjadi lebih komitmen terhadap visi dan misi perusahaan, dengan begitu mereka akan merasa terikat secara emosional, memiliki, dan kebanggaan terhadap perusahaan tersebut.
5. *Transformational leadership* tidak berpengaruh terhadap *affective organizational commitment*. Hal ini didukung berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis melalui uji *inner model* yaitu t-statistics 0.940 dan p-values 0.347. banyak sekali faktor yang mempengaruhi mengapa *transformational leadership* tidak berpengaruh terhadap *affective organizational commitment*, karena komitmen harus muncul dari dalam diri sendiri tidak hanya melalui pemimpin mereka, namun peran pemimpin dapat membantu dalam menciptakan komitmen tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis, terdapat beberapa saran yang diusulkan oleh penulis. Saran yang diusulkan ini diharapkan mampu memberikan dampak yang positif.

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Pada variabel *transformational leadership* terdapat satu indikator dengan nilai *mean* terkecil yaitu TL3 dengan pertanyaan “Pimpinan saya mampu memotivasi saya untuk melakukan lebih dari yang saya harapkan”. Berdasarkan hasil yang didapatkan tersebut bahwa generasi z merasa bahwa pemimpinnya belum mampu memberikan motivasi yang baik, maka dari itu jajaran manajer perlu memberikan pelatihan atau bimbingan terkait bagaimana memberikan motivasi yang baik sehingga meningkatkan kinerja pada generasi z.
2. Pada variabel *employee engagement* terdapat satu indikator dengan nilai *mean* terkecil yaitu EE4 dengan pertanyaan “Saya bersedia untuk memberikan usaha ekstra tanpa diminta”. Berdasarkan hasil yang didapatkan ini penulis percaya bahwa kurangnya keterikatan mereka dengan perusahaan tersebut. hal ini dapat ditingkatkan dengan memberikan visi dan tujuan yang lebih jelas kepada karyawan dengan pemahaman terkait visi dan tujuan perusahaan tersebut mereka mampu memberikan kontribusi yang lebih baik lagi dalam mencapai tujuan tersebut.
3. Pada variabel *affective organizational commitment* terdapat satu indikator dengan nilai *mean* terkecil yaitu AOC6 dengan pertanyaan “Saya merasa bersalah jika saya memutuskan untuk keluar dari perusahaan tempat saya bekerja”. Hal ini menunjukkan kurangnya rasa komitmen mereka untuk perusahaan bahkan mereka merasa tidak bersalah jika harus keluar dari perusahaan tempat mereka bekerja sekarang. Hal ini memiliki banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut, maka dari itu penting bagi perusahaan untuk menciptakan budaya yang transparansi, pengakuan dan

apresiasi, fokus pada pembangunan karir, menciptakan lingkungan yang positif, mendorong keterlibatan dan inisiatif.

4. Pada variabel job performance terdapat satu indikator dengan nilai mean terkecil yaitu JP2 dengan pertanyaan “Saya mau membantu pekerjaan rekan kerja saya yang sedang menumpuk tanpa diminta”. Hal ini menunjukkan kurangnya budaya kolaborasi dimana masih adanya individu yang hanya fokus pada diri mereka sendiri, sehingga perlu adanya sosialisasi terkait pentingnya kerja tim untuk meningkatkan kinerja dan komunikasi antar anggota tim. Dan perusahaan perlu menciptakan sarana atau fasilitas yang dibutuhkan untuk memastikan setiap individu butuh kan.

5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini hanya fokus pada generasi z sehingga peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait perbandingan untuk tiap generasi yang masih relevan untuk perusahaan. hal ini dilakukan untuk memahami lebih mendalam terkait perbedaan dan kesamaan yang mempengaruhi.
2. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif, maka dapat dilakukan penelitian menggunakan metode kualitatif untuk pengertian yang mendalam menggunakan wawancara atau studi kasus.
3. Penelitian berikutnya dapat memilih objek penelitian yang lebih spesifik seperti pemilihan industri yang lebih spesifik, budaya organisasi, dan juga tipe perusahaan.