

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era dinamika bisnis yang terus berkembang, organisasi dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya mempertahankan, tetapi juga meningkatkan kinerja dan kontribusi karyawan mereka. PT. Gapura Angkasa merupakan penyedia layanan terkemuka di industri penerbangan di Indonesia. Dengan pengalaman lebih dari 30 tahun, PT. Gapura Angkasa telah menjadi mitra yang terpercaya bagi maskapai penerbangan dalam menyediakan berbagai layanan darat di bandara. Perusahaan ini menawarkan beragam layanan, termasuk penanganan bagasi, layanan kargo, pelayanan penumpang, dan manajemen ground handling lainnya. Dengan cakupan yang meliputi sebagian besar bandara di Indonesia, PT. Gapura Angkasa memiliki jaringan yang luas dan kapabilitas untuk melayani berbagai kebutuhan maskapai penerbangan dengan efisien dan andal.

Sumber daya manusia merupakan faktor yang berperan penting dalam keberhasilan organisasi termasuk dalam hal ini adalah PT. Gapura Angkasa. Sebuah perusahaan yang memiliki sumber daya manusia yang memadai akan memiliki peluang yang besar dalam pencapaian tujuan perusahaan, demikian sebaliknya apabila perusahaan tidak memiliki kekuatan pada sumber daya manusia, maka akan sulit dalam menghadapi persaingan dan mencapai tujuan perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Karyawan yang memiliki keterampilan dan kompetensi yang sesuai dengan pekerjaannya akan mampu

menjalankan tugas dengan lebih baik dan efektif, sehingga produktivitas perusahaan meningkat (Lestari & Rachmawati, 2021).

Dalam konteks ini, konsep *Employee Engagement* dan *Organizational Citizenship Behavior* telah menjadi fokus utama bagi para peneliti dan praktisi manajemen sumber daya manusia (SDM). Keterlibatan karyawan tidak hanya mencerminkan sejauh mana karyawan terlibat secara emosional, kognitif, dan perilaku dalam pekerjaan mereka, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada produktivitas, retensi, dan kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi. Sebagai gambaran dari adanya permasalahan terkait *organizational citizenship behavior* dan *employee engagement* di PT. Garuda Indonesia, sebagai penyedia layanan di industri penerbangan, menghadapi serangkaian tantangan yang unik terkait dengan *Organizational Citizenship Behavior* dan *Employee Engagement*. Salah satu permasalahan utama yang mungkin dihadapi oleh PT. Garuda Indonesia adalah rendahnya tingkat keterlibatan karyawan dan kurangnya perilaku kewarganegaraan organisasi yang diharapkan.

Pertama-tama, di tengah lingkungan kerja yang serba dinamis dan sering kali penuh tekanan di bandara, karyawan PT. Garuda Indonesia mungkin mengalami kendala dalam mempertahankan tingkat keterlibatan yang tinggi. Tingkat stres yang tinggi, tuntutan waktu yang ketat, dan interaksi dengan pelanggan yang beragam dapat mempengaruhi kemampuan karyawan untuk merasa terlibat sepenuhnya dalam pekerjaan mereka. Kedua, dalam konteks layanan pelanggan di industri penerbangan, pentingnya perilaku kewarganegaraan organisasi tidak dapat dilebih-lebihkan. Namun, karyawan

mungkin menghadapi tantangan dalam menunjukkan perilaku kewarganegaraan organisasi yang diharapkan, seperti membantu sesama karyawan, berkontribusi pada upaya perbaikan proses, atau mengambil inisiatif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Faktor-faktor seperti kurangnya insentif yang memadai, kurangnya kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, atau kurangnya rasa keadilan dalam perlakuan organisasi dapat menjadi hambatan bagi karyawan untuk menunjukkan perilaku kewarganegaraan organisasi yang optimal.

Selain itu, permasalahan terkait komunikasi dan hubungan antara manajemen dan karyawan juga dapat mempengaruhi tingkat keterlibatan dan perilaku kewarganegaraan organisasi. Kurangnya komunikasi yang efektif, kurangnya transparansi dalam pengambilan keputusan, atau kurangnya dukungan dari pimpinan dapat mengurangi rasa keterlibatan karyawan dan menghambat motivasi mereka untuk menunjukkan perilaku kewarganegaraan organisasi. Dengan memahami gambaran dari permasalahan ini, PT. Gapura Angkasa dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki dan merancang strategi yang sesuai untuk meningkatkan keterlibatan karyawan dan mendorong perilaku kewarganegaraan organisasi yang positif.

Dalam konteks lingkungan kerja yang kompleks, variabel-variabel tertentu telah diidentifikasi sebagai faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi tingkat keterlibatan karyawan dan perilaku kewarganegaraan organisasi. Diantara variabel-variabel tersebut adalah *Perceived Organization Support*, *Organizational Justice*, dan *Servant Leadership*.

Organizational commitment (OC) adalah konsep yang berhubungan dengan sejauh mana karyawan merasa terikat secara emosional dan psikologis terhadap organisasi tempat mereka bekerja. OC sering diartikan sebagai keadaan di mana seorang individu memiliki kesetiaan dan keterikatan terhadap organisasi serta berkomitmen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut (Mardiyana et al., 2019). Menurut Robbins (2016), komitmen organisasi dapat dilihat dari keinginan individu untuk tetap menjadi bagian dari organisasi, mendukung visi dan misi perusahaan, serta kemauan untuk memberikan kontribusi terhadap keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Teori komitmen organisasi yang dikembangkan oleh Allen dan Meyer (1990) mengidentifikasi tiga dimensi utama: **komitmen afektif**, **komitmen berkelanjutan**, dan **komitmen normatif**. **Komitmen afektif** adalah keterikatan emosional yang karyawan rasakan terhadap organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi cenderung terlibat penuh dalam aktivitas organisasi dan menikmati peran mereka. **Komitmen berkelanjutan**, di sisi lain, lebih kalkulatif, berdasarkan pada perhitungan biaya dan manfaat meninggalkan atau tetap berada di dalam organisasi. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar daripada potensi kerugian yang akan dialami, karyawan akan cenderung bertahan. **Komitmen normatif** mencakup perasaan tanggung jawab moral untuk tetap berada dalam organisasi karena kewajiban etis atau moral, di mana karyawan merasa perlu untuk terus bekerja di organisasi meskipun ada pilihan lain.

Sebagai salah satu aspek perilaku organisasi yang penting, OC dapat mempengaruhi banyak aspek kinerja organisasi, termasuk tingkat retensi karyawan, produktivitas, dan

tingkat kepuasan kerja (Johns, 2005). Penelitian menunjukkan bahwa komitmen afektif memiliki korelasi yang lebih kuat dengan berbagai indikator kinerja positif, seperti partisipasi kerja, kewargaan organisasi, dan rendahnya tingkat turnover (Herscovitch & Meyer, 2002).

Di PT. Gapura Angkasa, komitmen organisasi menjadi variabel penting dalam menentukan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. PT. Gapura Angkasa, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan ground handling, mengandalkan kekuatan komitmen organisasi dalam memastikan bahwa karyawannya tetap terlibat penuh dan bersemangat dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi terhadap organisasi, terutama komitmen afektif, cenderung menunjukkan dedikasi dalam menjalankan tugasnya, yang berpengaruh langsung terhadap efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

Salah satu fenomena yang dapat dilihat di PT. Gapura Angkasa terkait dengan komitmen organisasi adalah tingkat retensi karyawan yang stabil. Karyawan yang merasa terikat secara emosional (komitmen afektif) cenderung menunjukkan partisipasi yang lebih aktif dalam inisiatif organisasi, termasuk penerapan teknologi baru dan peningkatan proses layanan. Hal ini terlihat dari keberhasilan PT. Gapura Angkasa dalam meningkatkan produktivitas dan memperkuat reputasi perusahaan di sektor layanan bandara.

Namun, tantangan tetap ada dalam dimensi komitmen berkelanjutan, terutama bagi karyawan yang mempertimbangkan alternatif pekerjaan lain di tengah kondisi industri

yang semakin kompetitif. Dalam beberapa kasus, komitmen berkelanjutan yang kuat dapat tercermin dalam keputusan karyawan untuk tetap bekerja di PT. Gapura Angkasa, meskipun ada tawaran yang lebih menarik dari perusahaan lain, karena mereka menghitung manfaat finansial dan stabilitas yang diberikan oleh perusahaan.

Sebagai contoh, fenomena yang terjadi di PT. Gapura Angkasa menunjukkan bahwa banyak karyawan yang tetap bertahan dalam organisasi karena mereka merasa perusahaan telah memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk kesejahteraan finansial maupun lingkungan kerja yang kondusif. Ini menunjukkan bahwa komitmen berkelanjutan memainkan peran penting dalam menjaga loyalitas karyawan di perusahaan ini.

Employee Engagement memainkan peran penting dalam organisasi dan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *organizational citizenship behavior* (Agustini Srimulyani & Budi Hermanto, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudi dan Elmi (2020) menyatakan bahwa *employee engagement* berpengaruh positif terhadap *organizational citizenship behavior*. *Employee Engagement* didefinisikan sebagai kondisi di mana karyawan merasa antusias tentang pekerjaan mereka dan memiliki komitmen yang kuat terhadap organisasi (Agustini Srimulyani & Budi Hermanto, 2022). Menurut Alkasim dan Prahara (2019) karyawan dengan *engagement* tinggi menunjukkan perilaku yang positif selama bekerja sehingga hal apapun yang karyawan lakukan mengarah pada usaha untuk mencapai tujuan dan kesuksesan perusahaan. Ruang lingkup *employee engagement* lebih dari sekedar kepuasan kerja; tetapi meliputi keterlibatan, komitmen, keinginan untuk berkontribusi, dan rasa memiliki terhadap pekerjaan dan organisasi.

Job satisfaction, atau kepuasan kerja, adalah konsep yang menggambarkan perasaan positif atau negatif seseorang terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Menurut Robbins dan Judge (2015), kepuasan kerja muncul dari evaluasi terhadap karakteristik pekerjaan dan pengalaman kerja sehari-hari. Seorang karyawan yang merasa puas akan memiliki pandangan positif terhadap pekerjaannya, sedangkan karyawan yang tidak puas cenderung memiliki perasaan negatif. Kepuasan kerja berhubungan erat dengan persepsi individu terhadap seberapa baik harapan dan keinginannya dari pekerjaan dapat terpenuhi (Jones & Sloane, 2007).

Kepuasan kerja sering kali digambarkan sebagai hasil dari evaluasi kognitif dan afektif yang dilakukan karyawan terhadap pekerjaan mereka (Hulin & Judge, 2003). Hal ini mencakup berbagai dimensi seperti tingkat upah, kondisi kerja, hubungan dengan rekan kerja, serta peluang pengembangan karier. Ketika karyawan merasa bahwa pekerjaannya sesuai dengan nilai, tujuan, dan keinginan mereka, maka mereka akan lebih mungkin mengalami tingkat kepuasan kerja yang tinggi (Ellickson & Logsdon, 2002).

Salah satu aspek penting dari kepuasan kerja adalah pengaruhnya terhadap motivasi, produktivitas, dan komitmen karyawan terhadap organisasi. Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya cenderung lebih termotivasi untuk bekerja keras dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap organisasi (Fisher et al., 2000). Sebaliknya, karyawan yang merasa tidak puas sering kali mengalami tingkat stres yang lebih tinggi, yang dapat menyebabkan penurunan kinerja atau bahkan keputusan untuk meninggalkan organisasi.

Kepuasan kerja juga mencerminkan pandangan emosional dan psikologis karyawan terhadap pekerjaannya. Kumari et al. (2011) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai keadaan emosional yang menyenangkan yang timbul dari evaluasi positif terhadap pekerjaan. Ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja tidak hanya bergantung pada aspek-aspek objektif pekerjaan, seperti gaji atau fasilitas, tetapi juga pada bagaimana karyawan secara pribadi merasakan pekerjaan tersebut. Newstrom (2007) menambahkan bahwa kepuasan kerja merupakan pandangan subjektif karyawan terhadap pekerjaannya, yang kemudian mempengaruhi perilaku dan sikap mereka dalam bekerja.

Di PT. Gapura Angkasa, *job satisfaction* memainkan peran penting dalam membentuk lingkungan kerja yang produktif dan harmonis. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan ground handling, PT. Gapura Angkasa sangat bergantung pada kinerja karyawan untuk memastikan operasional yang efisien dan layanan pelanggan yang unggul. Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya cenderung lebih terlibat dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, yang berpengaruh langsung terhadap reputasi perusahaan.

Salah satu fenomena yang dapat diidentifikasi terkait kepuasan kerja di PT. Gapura Angkasa adalah bahwa karyawan yang merasa dihargai dan didukung oleh manajemen cenderung memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi. Misalnya, kebijakan perusahaan yang memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkembang melalui pelatihan dan pengembangan karier menjadi salah satu faktor yang mendorong kepuasan kerja. Selain itu, lingkungan kerja yang mendukung, baik dari sisi fasilitas maupun

hubungan antar rekan kerja, juga berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan kerja yang tinggi di perusahaan ini.

Namun, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi PT. Gapura Angkasa dalam menjaga kepuasan kerja karyawan. Salah satunya adalah ketidakpuasan terhadap keseimbangan antara tuntutan pekerjaan yang tinggi dengan penghargaan yang diterima. Beberapa karyawan merasa bahwa beban kerja yang berat tidak selalu diimbangi dengan kompensasi yang memadai, yang dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan kerja. Hal ini menjadi perhatian bagi manajemen dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih seimbang dan adil bagi semua karyawan.

Secara keseluruhan, fenomena kepuasan kerja di PT. Gapura Angkasa menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti dukungan manajerial, kesempatan pengembangan karier, dan keseimbangan antara kerja dan kehidupan pribadi merupakan faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan karyawan. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor ini, PT. Gapura Angkasa dapat terus meningkatkan kepuasan kerja karyawan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Affective commitment, atau komitmen afektif, merupakan bentuk keterikatan emosional yang dirasakan karyawan terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Dimensi ini penting karena mencerminkan sejauh mana karyawan merasa terhubung dengan organisasi secara emosional dan seberapa besar mereka mengidentifikasi dengan tujuan dan nilai-nilai perusahaan. Komitmen afektif terbentuk ketika karyawan merasa bahwa

organisasi menghargai kontribusi mereka, dan mereka merasa bangga menjadi bagian dari organisasi tersebut (Kimpakorn & Tocquer, 2009). Ini mencakup lebih dari sekadar komitmen formal; karyawan yang memiliki komitmen afektif cenderung secara sukarela bekerja lebih keras, berpartisipasi aktif, dan merasa memiliki tanggung jawab pribadi dalam mencapai tujuan organisasi.

Dalam konteks literatur, komitmen afektif sering dianggap sebagai salah satu dimensi terpenting dari komitmen organisasi karena berpengaruh langsung terhadap berbagai hasil organisasi, seperti peningkatan kinerja karyawan, perilaku inovatif, dan loyalitas (Mercurio, 2015). Karyawan yang memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan organisasinya cenderung menunjukkan tingkat inisiatif yang lebih tinggi dan lebih sedikit mengalami ketidakhadiran atau turnover (Allen & Meyer, 1996). Dengan kata lain, komitmen afektif memungkinkan organisasi untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara karyawan dan perusahaan.

Organisasi yang memiliki karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi akan menikmati manfaat seperti lingkungan kerja yang lebih positif, produktivitas yang meningkat, serta daya saing yang lebih kuat di pasar. Hal ini karena karyawan yang merasa memiliki ikatan emosional dengan organisasi biasanya lebih termotivasi untuk mencapai tujuan bersama dan mendukung visi perusahaan. Lebih dari itu, mereka cenderung terlibat dalam perilaku kerja inovatif yang membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan dan tuntutan bisnis yang dinamis (Odoardi et al., 2019).

Di PT. Gapura Angkasa, *affective commitment* memainkan peran sentral dalam menjaga karyawan tetap terlibat dan termotivasi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan penerbangan, Gapura Angkasa sangat bergantung pada kinerja karyawan yang memiliki komitmen afektif untuk memastikan bahwa semua layanan ground handling berjalan dengan lancar dan sesuai standar industri. Karyawan yang memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan organisasi menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi dan memiliki motivasi intrinsik untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan perusahaan.

Salah satu fenomena yang mencerminkan komitmen afektif di PT. Gapura Angkasa adalah keterlibatan karyawan dalam program-program internal perusahaan yang mendukung pengembangan karier dan peningkatan keterampilan. Banyak karyawan merasa bahwa perusahaan tidak hanya memberikan kompensasi yang layak, tetapi juga menawarkan kesempatan untuk berkembang secara profesional, yang membantu meningkatkan rasa memiliki terhadap organisasi. Hal ini menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa diakui dan dihargai, sehingga memperkuat keterikatan emosional mereka dengan perusahaan.

Namun, tantangan tetap ada dalam mempertahankan tingkat komitmen afektif yang tinggi. Misalnya, di beberapa unit kerja, karyawan merasa bahwa beban kerja yang tinggi tidak selalu diimbangi dengan dukungan emosional atau pengakuan yang memadai dari manajemen. Hal ini dapat mengurangi perasaan keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi dan meningkatkan risiko *turnover*. Oleh karena itu, PT. Gapura Angkasa perlu terus mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa karyawan merasa didukung

secara emosional dan profesional, yang pada akhirnya akan meningkatkan komitmen afektif mereka terhadap organisasi.

Secara keseluruhan, *affective commitment* di PT. Gapura Angkasa memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi. Dengan memperkuat ikatan emosional antara karyawan dan perusahaan, Gapura Angkasa dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, mengurangi tingkat turnover, serta meningkatkan kinerja karyawan secara keseluruhan. Fenomena ini menunjukkan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia yang fokus pada pengembangan keterikatan emosional dan personal karyawan dengan perusahaan

Internal Branding adalah upaya yang dilakukan organisasi untuk memastikan bahwa karyawan memahami, menginternalisasi, dan mendukung nilai-nilai serta janji merek yang ditujukan kepada pemangku kepentingan eksternal. Proses ini melibatkan komunikasi internal yang intensif untuk menyelaraskan perilaku karyawan dengan citra dan tujuan organisasi yang diungkapkan melalui branding eksternal. Hatch dan Schultz (2008) menekankan bahwa program branding yang selaras dengan visi, nilai, dan budaya organisasi mampu membangun merek organisasi yang kuat. *Internal Branding* tidak hanya fokus pada kampanye eksternal yang ditujukan kepada pelanggan, tetapi juga mencakup bagaimana perusahaan menanamkan pesan-pesan merek kepada karyawan.

Salah satu tujuan utama dari *Internal Branding* adalah menciptakan keterhubungan yang mendalam antara karyawan dan organisasi sehingga mereka mampu memproyeksikan janji pada *brand* perusahaan kepada publik secara konsisten. Ind (2007)

menyatakan bahwa organisasi perlu menggunakan kampanye pemasaran internal dan eksternal untuk memastikan bahwa *brand* dihargai dan didukung secara efektif oleh karyawan. Artinya, karyawan bukan hanya sekadar penerima pesan, tetapi juga agen yang menghidupkan nilai-nilai merek dalam interaksi sehari-hari mereka dengan pelanggan dan rekan kerja.

Namun, banyak perusahaan mengalami keterputusan antara pesan merek eksternal yang disampaikan kepada pelanggan dan bagaimana nilai-nilai tersebut diinternalisasi oleh karyawan. Boone (2000) menyebutkan bahwa banyak perusahaan fokus pada pemasaran eksternal, tetapi mengabaikan employer branding, yang sangat penting untuk memastikan bahwa karyawan memiliki pemahaman dan keterlibatan yang kuat terhadap merek perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk menciptakan keseimbangan antara aktivitas branding yang ditujukan kepada pelanggan dan mekanisme Internal Branding yang mendorong karyawan untuk hidup sesuai dengan janji merek (Punjaisri & Wilson, 2017).

Internal Branding juga diyakini dapat memberikan keunggulan kompetitif melalui karyawan, karena keterlibatan mereka dalam proses ini sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain (Jacobs, 2003). Melalui program Internal Branding yang efektif, organisasi dapat membangun komitmen karyawan terhadap nilai-nilai dan tujuan perusahaan, sehingga mereka dapat memberikan pengalaman merek yang autentik kepada pelanggan. Selain itu, Internal Branding yang kuat dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung tercapainya sasaran dan tujuan organisasi secara lebih efektif (Asha, 2015; Hong & Kaur, 2008).

Maxwell dan Knox (2009) menegaskan bahwa karyawan harus mengenali peran mereka dalam organisasi, memahami standar merek yang diungkapkan, serta menghidupi dan menyampaikan pesan merek dengan sukses. Melalui program komunikasi internal, karyawan didorong untuk menjaga konsistensi antara nilai-nilai organisasi dan citra merek yang ditunjukkan kepada pelanggan (Dryl, 2017; Matansda & Ndubisi, 2013).

Pada PT. Garuda Angkasa, *Internal Branding* memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan bahwa nilai-nilai merek perusahaan dipahami dan dijalankan oleh karyawan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan ground handling penerbangan, Garuda Angkasa sangat mengandalkan karyawan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan standar internasional kepada maskapai dan penumpang. Keterlibatan karyawan dalam memahami dan menghidupi nilai-nilai merek menjadi kunci untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten.

Salah satu fenomena yang mencerminkan pentingnya *Internal Branding* di Garuda Angkasa adalah pelaksanaan program pelatihan internal yang intensif untuk karyawan. Dalam program ini, karyawan diajarkan tentang pentingnya menjaga reputasi perusahaan dan bagaimana mereka harus berperilaku saat berinteraksi dengan pelanggan. Melalui pelatihan ini, perusahaan memastikan bahwa nilai-nilai seperti profesionalisme, tanggung jawab, dan komitmen terhadap pelayanan ditanamkan secara mendalam pada setiap karyawan.

Namun, tantangan yang dihadapi PT. Garuda Angkasa dalam *Internal Branding* adalah memastikan bahwa semua karyawan, dari level manajemen hingga staf

operasional, memiliki pemahaman yang sama tentang nilai-nilai merek perusahaan. Seperti yang disebutkan oleh Boone (2000), sering kali perusahaan hanya fokus pada branding eksternal dan melupakan pentingnya *Internal Branding*. Di Gapura Angkasa, fenomena ini terlihat pada beberapa divisi di mana terdapat perbedaan dalam pemahaman karyawan tentang standar layanan yang harus diberikan. Beberapa karyawan mungkin merasa tidak terhubung dengan visi dan misi perusahaan karena kurangnya komunikasi internal yang efektif.

Untuk mengatasi hal ini, Gapura Angkasa telah meningkatkan fokus pada *employer branding*, yaitu dengan meningkatkan keterlibatan karyawan dalam proses branding melalui kampanye internal dan program komunikasi. Dengan cara ini, perusahaan berharap dapat membangun kohesi yang lebih kuat antara nilai-nilai merek dan perilaku karyawan. Hal ini penting karena karyawan yang memahami dan mendukung janji merek akan lebih mampu memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, *Internal Branding* di PT. Gapura Angkasa memiliki dampak yang signifikan dalam menjaga konsistensi antara janji merek yang diungkapkan kepada pelanggan dan perilaku karyawan dalam operasional sehari-hari. Dengan memperkuat Internal Branding, Gapura Angkasa dapat memastikan bahwa nilai-nilai merek perusahaan dipahami, dihidupi, dan diterapkan oleh seluruh karyawan, sehingga mendukung tercapainya tujuan perusahaan dalam menyediakan layanan ground handling terbaik.

Work Environment atau lingkungan kerja mengacu pada kondisi fisik, sosial, dan psikologis di tempat kerja yang mempengaruhi bagaimana karyawan menjalankan tugas-tugas mereka. Menurut Ferawati (2017), lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar pekerja dan berdampak langsung pada pelaksanaan tugas yang diberikan. Lingkungan kerja yang baik tidak hanya mencakup aspek fisik seperti pencahayaan, kebersihan, suhu, dan fasilitas, tetapi juga interaksi sosial dan budaya kerja di dalam organisasi. Semakin baik lingkungan kerja yang diciptakan, semakin optimal kinerja karyawan, karena mereka merasa nyaman, aman, dan termotivasi untuk bekerja.

Dalam konteks manajemen sumber daya manusia, lingkungan kerja memainkan peran penting dalam mempengaruhi efisiensi kerja dan kesejahteraan karyawan. Farizki (2017) menyatakan bahwa lingkungan kerja yang baik mempercepat proses penyelesaian tugas, sementara lingkungan yang buruk dapat memperlambat pekerjaan. Perusahaan yang berhasil menciptakan lingkungan kerja yang positif akan mendapatkan manfaat berupa peningkatan produktivitas dan kualitas kinerja karyawan. Lingkungan yang kondusif dapat menciptakan hubungan kerja yang harmonis antara karyawan dan perusahaan, serta memotivasi karyawan untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaannya.

Lebih lanjut, Lewa dan Subono (2015) menekankan pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang mendukung interaksi positif antara karyawan dan lingkungan sekitarnya. Lingkungan kerja yang ideal adalah yang aman, sehat, nyaman, dan mendukung produktivitas. Ketika karyawan merasa nyaman dengan lingkungan kerjanya, mereka cenderung lebih fokus pada tugas-tugas yang diberikan, sehingga meningkatkan

efektivitas dan efisiensi kerja. Sebaliknya, lingkungan kerja yang buruk dapat menyebabkan stres, ketidaknyamanan, dan penurunan motivasi, yang akhirnya berdampak negatif pada produktivitas dan kualitas kerja.

Lingkungan kerja yang mendukung juga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan. Kohun (1992) menyatakan bahwa lingkungan kerja berfungsi sebagai jembatan antara karyawan dan organisasi, dan memainkan peran penting dalam memperkuat komitmen karyawan terhadap perusahaan. Rani dan Devi (2016) menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang positif berpengaruh langsung terhadap peningkatan kepuasan kerja, mengurangi tingkat turnover, dan meningkatkan efisiensi kerja. Sebuah lingkungan kerja yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kompetensi karyawan dalam menjalankan tugas mereka dan membantu mereka memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan (Salunke, 2015).

Selain itu, desain fisik lingkungan kerja yang nyaman, fleksibel, dan estetik juga berkontribusi pada hasil yang lebih positif dalam organisasi. Gladys et al. (2017) menekankan bahwa lingkungan kerja yang dirancang secara ergonomis dan estetik dapat mendorong karyawan untuk bekerja dengan lebih produktif dan efisien. Dengan demikian, perusahaan yang berinvestasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang baik tidak hanya akan melihat peningkatan dalam kinerja karyawan, tetapi juga peningkatan dalam kepuasan dan keterlibatan karyawan terhadap organisasi.

Di PT. Gapura Angkasa, lingkungan kerja memiliki peranan yang sangat penting mengingat perusahaan ini bergerak dalam layanan ground handling penerbangan, yang membutuhkan efisiensi, ketepatan, dan kualitas layanan yang tinggi. Lingkungan kerja di

Gapura Angkasa mencakup berbagai aspek, mulai dari kondisi fisik di lapangan hingga interaksi sosial antara karyawan dan atasan, serta kebijakan dan prosedur operasional yang diterapkan di perusahaan. Mengingat sifat pekerjaan yang seringkali melibatkan tekanan tinggi dan tuntutan untuk bekerja dalam waktu yang ketat, penting bagi perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas dan kesejahteraan karyawan.

Salah satu fenomena yang dapat dilihat di PT. Gapura Angkasa adalah usaha perusahaan untuk meningkatkan kenyamanan dan keselamatan karyawan di tempat kerja. Misalnya, perusahaan telah memperkenalkan program peningkatan keselamatan kerja dengan tujuan menciptakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawan yang bekerja di area airside atau area ground handling. Ini mencakup penerapan standar keamanan internasional dan pelatihan keselamatan secara berkala. Upaya ini dilakukan untuk meminimalkan risiko kecelakaan di tempat kerja dan memastikan bahwa karyawan merasa aman dalam menjalankan tugas mereka.

Selain itu, Gapura Angkasa juga memberikan perhatian pada aspek psikologis dan sosial dari lingkungan kerja. Mengingat bahwa karyawan di perusahaan ini bekerja dalam tim yang terdiri dari berbagai divisi, penting bagi perusahaan untuk menciptakan budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan komunikasi yang efektif. Perusahaan menyadari bahwa lingkungan kerja yang buruk dapat mempengaruhi moral karyawan, sehingga mereka berupaya menciptakan atmosfer yang positif melalui pelatihan soft skills, program pengembangan karyawan, dan kegiatan tim building. Dengan cara ini, Gapura Angkasa berusaha menciptakan lingkungan kerja yang mendukung interaksi sosial yang

sehat di antara karyawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Namun, tantangan yang dihadapi Gapura Angkasa dalam hal lingkungan kerja adalah bagaimana menciptakan lingkungan kerja yang optimal di berbagai lokasi operasional yang tersebar di seluruh Indonesia. Setiap bandara memiliki kondisi dan tuntutan yang berbeda, sehingga perusahaan perlu menyesuaikan kebijakan lingkungan kerja dengan kebutuhan spesifik di setiap lokasi. Misalnya, di bandara dengan cuaca ekstrem atau volume lalu lintas yang tinggi, perusahaan perlu memastikan bahwa fasilitas dan kondisi kerja mendukung karyawan untuk tetap produktif dan sehat.

Dengan demikian, lingkungan kerja di **PT. Gapura Angkasa** menjadi salah satu faktor kunci dalam memastikan bahwa karyawan dapat bekerja dengan efisien, aman, dan nyaman. Melalui investasi dalam lingkungan kerja yang baik, perusahaan berharap dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada maskapai dan penumpang, serta memastikan bahwa karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan di PT. Gapura Angkasa, ditemukan beberapa temuan yang menggambarkan kondisi terkini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di perusahaan ini. Temuan-temuan tersebut memberikan gambaran yang jelas tentang tantangan yang dihadapi perusahaan dalam upayanya meningkatkan kinerja, keterlibatan, dan kepuasan karyawan. Pada tahap pra-survei yang dilakukan di PT. Gapura Angkasa, data dikumpulkan untuk menganalisis beberapa variabel penting yang mempengaruhi kinerja karyawan, yaitu *Internal*

Branding, Affective Commitment, Employee Engagement, Job Satisfaction, Work Environment, dan Employee Performance. Hasil dari pra-survei ini memberikan gambaran awal mengenai kondisi yang ada di perusahaan dan mengindikasikan adanya beberapa permasalahan yang mendasari perlunya penelitian lebih lanjut. Berikut adalah hasil pra-survei yang digambarkan dalam bentuk tabel:

Tabel 1. 1 Pra-survey PT. Gapura Angkasa

Variabel	Rata-rata Skor	Standar Deviasi	Deskripsi Temuan
<i>Internal Branding</i>	03.02	00.06	Rata-rata skor untuk <i>Internal Branding</i> menunjukkan angka yang rendah, menunjukkan bahwa upaya Internal Branding di perusahaan belum cukup efektif dalam membangun identitas yang kuat dan meningkatkan komitmen karyawan. Banyak karyawan merasa kurang memahami visi dan nilai perusahaan.

<i>Affective Commitment</i>	03.05	00.05	Skor rata-rata menunjukkan tingkat komitmen afektif yang cukup rendah. Karyawan merasa tidak sepenuhnya terikat emosional dengan perusahaan, yang dapat berdampak pada motivasi dan keterlibatan mereka dalam pekerjaan.
<i>Employee Engagement</i>	03.06	00.07	Keterlibatan karyawan tergolong sedang. Karyawan tidak merasa terlibat secara penuh dalam pekerjaan mereka, yang dapat mengarah pada penurunan produktivitas dan kualitas kerja. Beberapa karyawan merasa tidak dihargai dalam pekerjaan mereka.

<i>Job Satisfaction</i>	03.03	00.06	Kepuasan kerja di perusahaan cenderung rendah. Banyak karyawan merasa tidak puas dengan kondisi kerja mereka, yang dapat berkontribusi pada tingkat motivasi yang rendah dan meningkatkan kemungkinan turnover.
<i>Work Environment</i>	03.07	00.05	Lingkungan kerja mendapat skor cukup baik, namun ada indikasi adanya beberapa faktor yang masih perlu diperbaiki, seperti hubungan antar rekan kerja, keseimbangan kehidupan kerja, dan komunikasi dengan manajemen.

<i>Employee Performance</i>	03.04	00.08	Kinerja karyawan berada pada tingkat sedang, yang mencerminkan bahwa meskipun ada upaya yang dilakukan, hasilnya belum optimal. Penurunan kinerja ini bisa jadi akibat dari rendahnya tingkat keterlibatan, komitmen, dan kepuasan kerja.
---	--------------	--------------	--

Sumber : Data Olahan 2024

Hasil pra-survei yang dilakukan di PT. Gapura Angkasa, terdapat beberapa temuan penting yang menggambarkan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah berusaha menciptakan lingkungan kerja yang baik, masih ada beberapa area yang memerlukan perhatian lebih untuk mendukung peningkatan kinerja.

Dimulai dengan *Internal Branding*, hasil pra-survei menunjukkan skor yang relatif rendah dengan rata-rata 3.2. Hal ini menandakan bahwa upaya *Internal Branding* perusahaan belum cukup efektif dalam membangun pemahaman yang kuat mengenai nilai-nilai dan identitas perusahaan di kalangan karyawan. *Internal Branding* yang lemah berisiko menyebabkan karyawan kurang merasa terhubung dengan perusahaan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi tingkat komitmen dan loyalitas mereka. Karyawan

yang tidak merasa menjadi bagian dari sebuah organisasi yang memiliki identitas dan visi yang jelas cenderung kurang termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat komunikasi mengenai misi dan visi organisasi serta memastikan bahwa setiap karyawan merasa dihargai dan terlibat dalam perjalanan perusahaan.

Affective Commitment, yang menunjukkan rata-rata skor 3.5, juga menjadi area yang perlu perhatian. Meskipun angka ini sedikit lebih tinggi dibandingkan *Internal Branding*, hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan belum sepenuhnya merasa terikat secara emosional dengan perusahaan. Komitmen afektif yang rendah ini berpotensi menyebabkan rendahnya motivasi dan produktivitas, karena karyawan yang tidak merasa memiliki hubungan emosional dengan perusahaan mungkin tidak berusaha maksimal dalam pekerjaan mereka. Hal ini juga bisa berhubungan dengan tingkat turnover yang tinggi, karena karyawan yang tidak merasa terikat secara emosional cenderung lebih mudah berpindah ke perusahaan lain. Untuk itu, perusahaan perlu memperkenalkan kebijakan yang dapat meningkatkan rasa kepemilikan karyawan terhadap organisasi, seperti program pengembangan karir, pengakuan atas pencapaian individu, serta komunikasi yang lebih personal antara manajemen dan karyawan.

Terkait dengan *Employee Engagement*, yang mendapatkan skor rata-rata 3.6, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun karyawan terlibat dalam beberapa aspek pekerjaan, tingkat keterlibatan mereka belum optimal. Karyawan yang merasa tidak terlibat sepenuhnya dalam pekerjaan mereka cenderung tidak menunjukkan inisiatif atau kreativitas yang diperlukan untuk mendorong perubahan positif dalam organisasi. Hal ini

dapat mempengaruhi kualitas hasil kerja dan produktivitas keseluruhan. Keterlibatan yang lebih tinggi diperlukan untuk mendorong karyawan agar lebih proaktif, berinovasi, dan bekerja dengan lebih efisien. Salah satu cara yang dapat diambil perusahaan adalah dengan mengembangkan program pelatihan dan pemberdayaan yang memungkinkan karyawan untuk merasa lebih diberdayakan dalam membuat keputusan dan berkontribusi pada tujuan perusahaan.

Job Satisfaction, yang memperoleh skor rata-rata 3.3, menunjukkan adanya ketidakpuasan yang signifikan di kalangan karyawan. Kepuasan kerja yang rendah ini bisa berasal dari beberapa faktor, seperti kondisi kerja, pengakuan, keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, serta peluang untuk pengembangan diri. Karyawan yang tidak puas dengan pekerjaan mereka cenderung memiliki motivasi yang lebih rendah dan bahkan dapat mengurangi kinerja mereka. Beberapa karyawan melaporkan ketidakpuasan terkait dengan kebijakan internal perusahaan yang kurang mendukung kesejahteraan karyawan atau penghargaan atas kontribusi mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengidentifikasi dan memperbaiki faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan, dengan fokus pada peningkatan kualitas lingkungan kerja, penghargaan yang lebih baik, serta pemberian ruang bagi pengembangan karir.

Work Environment, dengan skor rata-rata 3.7, mendapatkan penilaian yang lebih baik dibandingkan dengan variabel lainnya, namun masih ada beberapa ruang untuk perbaikan. Meskipun secara keseluruhan lingkungan kerja dianggap cukup baik, beberapa aspek penting masih perlu perhatian, seperti hubungan antar rekan kerja, komunikasi internal yang lebih terbuka, serta keseimbangan kehidupan kerja. Lingkungan kerja yang

sehat dan mendukung sangat berpengaruh pada kesejahteraan karyawan dan kinerja mereka. Jika faktor-faktor ini tidak diperhatikan, maka dapat terjadi penurunan semangat dan produktivitas kerja. Oleh karena itu, perusahaan perlu menilai lebih lanjut faktor-faktor spesifik dalam lingkungan kerja yang mungkin memengaruhi kesejahteraan dan kinerja karyawan secara keseluruhan.

Terakhir, *Employee Performance*, dengan skor rata-rata 3.4, menggambarkan bahwa meskipun ada upaya yang dilakukan oleh karyawan untuk memenuhi ekspektasi, hasilnya masih belum optimal. Ini mencerminkan adanya hubungan yang erat antara rendahnya tingkat kepuasan kerja, keterlibatan, dan komitmen dengan kinerja karyawan yang sedang. Kinerja karyawan yang rendah dapat disebabkan oleh faktor-faktor eksternal dan internal, seperti kurangnya motivasi, dukungan yang tidak memadai, serta komunikasi yang terbatas mengenai ekspektasi perusahaan terhadap mereka. Karyawan yang tidak merasa dihargai atau terlibat cenderung tidak memiliki inisiatif yang cukup untuk menunjukkan kinerja terbaik mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan dukungan terhadap karyawan melalui berbagai kebijakan, termasuk pengakuan atas pencapaian mereka, penyediaan sumber daya yang memadai untuk mendukung pekerjaan mereka, dan penguatan komunikasi antara manajemen dan karyawan.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa PT. Gapura Angkasa menghadapi beberapa tantangan dalam hal *Internal Branding*, *affective commitment*, *employee engagement*, *job satisfaction*, dan kinerja karyawan. Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah rendahnya tingkat keterlibatan karyawan, ketidakpuasan kerja, dan

komitmen afektif yang lemah, yang semuanya dapat berdampak langsung pada kinerja karyawan. Berdasarkan temuan ini, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja karyawan dan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan faktor-faktor tersebut. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memberikan wawasan yang dapat membantu perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat untuk meningkatkan kinerja karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan menyenangkan.

Berdasarkan hasil pra-survei di PT. Gapura Angkasa, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa permasalahan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerja karyawan. Permasalahan utama terletak pada rendahnya *Internal Branding*, *affective commitment*, *employee engagement*, dan *job satisfaction*. Hal ini dapat berkontribusi pada rendahnya *Employee Performance* yang tercatat dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja karyawan di PT. Gapura Angkasa. Penelitian ini juga penting untuk merumuskan kebijakan yang dapat memperbaiki keterlibatan karyawan, kepuasan kerja, dan budaya organisasi yang mendukung kinerja yang lebih baik.

Berdasarkan kesenjangan penelitian dan fenomena yang terjadi maka penelitian ini Akan Meneliti Mengenai “**Analisis Pengaruh *Internal Branding*, *Affective Commitment*, dan *Employee Engagement* Terhadap *Employee Performance* Dengan Moderasi Lingkungan Kerja Pada PT. Gapura Angkasa**”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah telah dijelaskan di atas, maka disusunlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Internal Branding* berpengaruh positif terhadap *employee engagement*?
2. Apakah *Internal Branding* berpengaruh positif terhadap *job satisfaction*?
3. Apakah *Internal Branding* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* karyawan?
4. Apakah *Internal Branding* berpengaruh positif terhadap lingkungan kerja ?
5. Apakah *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *employee engagement*?
6. Apakah *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *job satisfaction*?
7. Apakah *employee engagement* berpengaruh positif terhadap *Employee Performance*?
8. Apakah *job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Employee Performance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa tujuan penelitian, antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif *Internal Branding* dengan *employee engagement*.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif *Internal Branding* terhadap *job satisfaction*.

3. Untuk menganalisis pengaruh positif *Internal Branding* memengaruhi *affective commitment* karyawan.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif *Internal Branding* dengan lingkungan kerja.
5. Untuk menganalisis pengaruh positif *affective commitment* dengan *employee engagement*.
6. Untuk menganalisis pengaruh positif *affective commitment* memiliki pengaruh positif terhadap *job satisfaction*.
7. Untuk menganalisis pengaruh positif *employee engagement* berpengaruh terhadap *Employee Performance*.
8. Untuk menganalisis pengaruh positif *job satisfaction* terhadap *Employee Performance*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti berharap untuk memberikan manfaat yang dapat diperoleh dari skripsi ini, baik dalam konteks praktis maupun akademik, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu PT. Gapura Angkasa, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan dalam meningkatkan *Employee Performance*. di PT. Gapura Angkasa.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi PT. Gapura Angkasa dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan *Internal Branding*, *Affective commitment*, *Employee engagement*, *Job satisfaction*, *Work environment*, dan *Employee Performance*.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. Gapura Angkasa dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Akademik

Manfaat Akademis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan beberapa teori tentang *Internal Branding*, *Affective commitment*, *Employee engagement*, *Job satisfaction*, *Work environment*, dan *Employee Performance*.
3. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan *Internal Branding*, *Affective commitment*, *Employee engagement*, *Job satisfaction*, *Work environment*, dan *Employee Performance*.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian adalah struktur atau tata cara yang digunakan untuk mengorganisir dan menguraikan komponen utama dalam sebuah penelitian. Sistematika penelitian dapat membantu dalam memberikan panduan yang jelas kepada pembaca atau peneliti lainnya tentang bagaimana penelitian tersebut diorganisir dan bagaimana setiap bagian penelitian saling terkait. Sistematika penelitian saat ini adalah sebagai berikut:

BAB I - PENDAHULUAN

Bab pertama dari penelitian ini menyajikan pendahuluan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai tujuan dan konteks dari penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II - KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua dari penelitian ini berisi tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III - METODE PENELITIAN

Bab ketiga ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variable juga metode analisis data.

BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat dalam penelitian ini memaparkan hasil analisis data yang telah dilakukan untuk menyelidiki hubungan antar variabel yang diteliti. Hasil pembahasan pada bab ini bertujuan menjawab pertanyaan - pertanyaan penelitian.

BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima dalam penelitian ini menguraikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa.

