

Bab I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Karyawan merupakan sumber daya yang memiliki peran utama untuk mencapai tujuan dari sebuah organisasi atau perusahaan, sehingga diperlukan karyawan yang profesional dalam bidangnya. Kualitas karyawan merupakan salah satu hal utama yang dapat mendorong kinerja dari sebuah organisasi. Widjaja (2021) mengemukakan bahwa kinerja karyawan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kinerja dari sebuah perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu, suatu organisasi dapat mengalami perkembangan yang terus berkelanjutan tergantung pada kinerja dari karyawan. Kinerja dapat didefinisikan sebagai efektivitas perilaku karyawan dalam bekerja yang diukur berdasarkan kriteria keberhasilan tertentu, seperti kuantitas atau kualitas dari pekerjaan yang telah dilakukan (American Psychological Association [APA], 2015).

Kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kompetensi dan motivasi kerja. Hal tersebut dikemukakan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputri dan Rachman (2022), yaitu kompetensi dan motivasi kerja memengaruhi kinerja karyawan secara signifikan. Sejalan dengan hal tersebut, kesesuaian kompetensi dengan pekerjaan individu disebut juga *Person-Job Fit*. *Person-Job Fit* merupakan kecocokan antara individu dengan pekerjaan yang dimiliki atau kesesuaian antara tuntutan tugas dan kompetensi yang individu miliki (Spector, 2016).

Penjelasan sebelumnya menegaskan bahwasanya memiliki kompetensi memadai terhadap tuntutan pekerjaan merupakan hal yang perlu dimiliki karyawan. Namun, melihat data dari hasil Survei Angkatan Kerja Nasional



(dalam Zulfiyandi et. al. 2021) menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia yang bekerja berada pada level *semi-skilled* dengan persentase 70,08 persen dari total penduduk bekerja. Selanjutnya, terdapat 18,95 persen dari total penduduk bekerja pada level *basic-skilled* yang menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan pada tahun 2020 yang hanya mencapai 7,10 persen. Kemudian, adapun pekerja yang berada pada level *skilled* berada pada persentase 10,97 persen.

Selain itu, berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2023 diketahui bahwa jumlah angkatan kerja atau tenaga kerja di Indonesia mencapai 146,62 juta jiwa yang berarti naik 2,61 juta jiwa dibandingkan tahun 2022. Namun, peningkatan jumlah tenaga kerja tersebut tidak sejalan dengan jumlah lapangan kerja yang terbuka, sehingga menyebabkan tingginya angka pengangguran, yakni 5,45 persen. Oleh karena itu, beberapa individu memilih untuk melakukan pekerjaan apapun secara terpaksa agar tidak menjadi pengangguran, meskipun pekerjaan yang dikerjakan tidak sesuai dengan individu tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Mardiyanti (2023) menunjukkan bahwa beberapa karyawan yang bekerja di bidang *marketing* merasa terpaksa bekerja di bidang tersebut agar dapat segera mendapatkan penghasilan, meskipun pada dasarnya pekerjaan di bidang *marketing* dan *sales* tersebut tidak sesuai dan tidak disukai oleh individu.

Sejalan dengan penjelasan sebelumnya, Febriana dan Ariffin (2023) mengemukakan bahwa kinerja tenaga *marketing* menjadi kunci bagi sebuah perusahaan. Hal tersebut dikarenakan individu yang bekerja di bidang *marketing*



salesperson terlebih di perusahaan besar akan memiliki tekanan pekerjaan menjual suatu produk agar target penjualan dapat tercapai setiap bulannya,

sehingga prestasi kerja *salesperson* akan menentukan kinerja dari sebuah perusahaan (Ogilvie et al., 2018). Sementara itu, pada kenyataannya, tenaga *marketing* sering kali memiliki kinerja yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena pekerjaan yang dijalankan tidak sesuai *passion*, sehingga karakteristik yang sesuai bagi tenaga *marketing* tidak terpenuhi. Akan tetapi, karyawan tetap mengambil pekerjaan sebagai tenaga *marketing* dikarenakan oleh kondisi ekonomi yang tidak stabil, sehingga memerlukan pekerjaan apapun yang menghasilkan.

Penjelasan sebelumnya berkesenjangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tune (2024) yang mengemukakan bahwa peran karyawan *marketing* pada perusahaan yang berorientasi pada penjualan produk cukup penting terhadap peningkatan kinerja dari sebuah perusahaan. Hal tersebut karena karyawan di bidang *marketing* memiliki peran yang besar dalam menentukan strategi *marketing* yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, Arma et. al. (2017) juga mengemukakan bahwa tenaga *marketing* dituntut untuk memiliki kemampuan khusus agar berhasil dalam memasarkan produk untuk mencapai target penjualan dari perusahaan dan kinerja yang memuaskan. Oleh karena itu, karyawan di bidang *marketing* seharusnya individu yang memang sesuai di bidang tersebut, karena ketika individu memiliki kesesuaian atau kecocokan dengan pekerjaannya atau disebut juga *person-job fit* maka akan mendorong peningkatan kinerja. Hal tersebut didasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya yang mengemukakan hubungan antara *person-job fit* dan kinerja pada karyawan.

Melalui beberapa penelitian sebelumnya, *person-job fit* diketahui memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti bahwa semakin besar nilai *person-job fit* pada karyawan maka



akan semakin besar pula kinerja yang dimiliki (Lutfiyah et al., 2020; Rajper et al., 2020; Purnawati et al., 2021; Rifqi & Ningsih, 2022; Saputri et al., 2022). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Widayana dan Bagia (2022) mengemukakan sebuah hasil bahwa *person-job fit* yang ditinjau dari sudut pandang terkait keterampilan yang dimiliki karyawan, pengetahuan kerja karyawan, dan latar belakang pendidikan karyawan juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Selanjutnya, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (dalam Maga, 2022) sekitar 53,5 persen karyawan di Indonesia memiliki latar belakang Pendidikan yang tidak sesuai dengan pekerjaan yang sedang dikerjakan saat ini, sehingga sebagian besar karyawan melakukan pekerjaan di luar kompetensi yang dimiliki karena terdapat ketidakcocokan antara pendidikan yang ditempuh dengan pekerjaan yang dijalankan. Sejalan dengan hal tersebut, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti dan Ratnaningsih (2018) juga diketahui bahwa beberapa karyawan mengemukakan adanya ketidaksesuaian antara pendidikan dengan pekerjaan yang dilakukan, seperti penempatan pekerjaan yang berbeda jauh dari latar belakang pendidikan. Sedangkan, pendidikan merupakan aspek yang berhubungan dengan pengetahuan individu, sehingga dapat memengaruhi keterampilan dan kompetensi individu.

Sejalan dengan hasil penelitian yang diuraikan sebelumnya, Novalasari dan Pitri (2021) mengemukakan bahwa latar belakang pendidikan pada karyawan *marketing* di salah satu perusahaan perdagangan retail memiliki hubungan kuat dan bernilai positif terhadap kinerja karyawan. Namun, penelitian yang dilakukan



isna (2018) mengemukakan bahwa latar belakang pendidikan bukan aktor utama yang mendorong kinerja karyawan yang bekerja pada bidang

umum seperti *marketing*, karena biasanya karyawan pada bidang *marketing* akan diberikan pelatihan ketika akan memulai bekerja.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwasanya dalam mencapai tujuan dari sebuah perusahaan atau organisasi maka diperlukan karyawan yang memiliki kinerja yang baik sebagai penopang tercapainya tujuan tersebut. Kinerja karyawan sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kesesuaian antara individu dengan pekerjaannya. Hal tersebut berkaitan dengan *person-job fit* yang menjelaskan terkait kesesuaian antara tugas dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan. Namun, berdasarkan sebuah survey diketahui bahwasanya saat ini masih banyak karyawan yang bekerja pada level *basic skill*. Selain itu, di bidang *marketing* sendiri beberapa karyawan memilih pekerjaan di bidang tersebut secara terpaksa meskipun tidak sesuai dengan dirinya. Hal tersebut tentu berpengaruh terhadap kinerja yang dihasilkan. Selain itu, hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan yang tentunya berkaitan dengan kompetensi individu memiliki hubungan positif terhadap peningkatan kinerja pada karyawan *marketing* (Novalasari & Pitri, 2021). Namun, penelitian lainnya berkesimpulan sebaliknya, yakni latar belakang pendidikan bukan menjadi faktor utama dalam peningkatan kinerja karyawan karena karyawan pada bidang *marketing* biasanya akan diberikan pelatihan ketika akan memulai bekerja (Khusna, 2018). Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kontribusi *person-job fit* terhadap kinerja pada karyawan di bidang *marketing*.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu adakah kontribusi antara *person-job fit* terhadap Kinerja karyawan bidang *marketing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi *person-job fit* terhadap kinerja pada karyawan di bidang *marketing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoretis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan kajian teoritis di bidang psikologi industri dan organisasi, serta menjadi referensi acuan untuk melakukan riset lebih lanjut mengenai kontribusi *person-job fit* terhadap kinerja utamanya pada lingkup karyawan di bidang *marketing*.

1.4.2 Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya keilmuan peneliti, dan memberikan pengetahuan, serta pemahaman bagi peneliti mengenai fenomena *person-job fit* juga kontribusi yang diberikan terhadap kinerja pada karyawan sebagai pengembangan *insight* peneliti. Selanjutnya, temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran terkait kontribusi *person-job fit* terhadap kinerja karyawan bidang *marketing* dan dapat menjadi pembanding bagi hasil penelitian selanjutnya yang juga mengkaji terkait topik yang



Bab II. Tinjauan Pustaka

2.1 Kinerja

2.1.1 Definisi Kinerja

APA (2015) mendefinisikan kinerja sebagai efektivitas perilaku karyawan dalam bekerja yang diukur berdasarkan kriteria keberhasilan tertentu, seperti kuantitas atau kualitas dari pekerjaan yang telah dilakukan. Kemudian, Campbell (dalam Weiner, 2013) mengemukakan bahwa kinerja merupakan perilaku yang berhubungan dengan pencapaian atau tujuan dari pihak individu maupun organisasi. Selain itu, karena kinerja menjadi pengukuran dan penilaian terkait efektivitas kerja dari karyawan dalam sebuah perusahaan maka kinerja merujuk pada pengukuran yang membandingkan kinerja karyawan dengan standar yang telah ditentukan dari perusahaan (Riggio, 2013). Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan variabel yang menjadi tolok ukur penilaian perilaku karyawan yang berhubungan dengan tercapainya tujuan dari organisasi atau perusahaan.

Merujuk pada Weiner (2013), kinerja juga dapat didefinisikan sebagai total nilai yang diekspektasikan akan diberikan karyawan terhadap perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, kinerja tersebut akan menjadi pembeda antara serangkaian perilaku yang dilakukan oleh karyawan yang berbeda dalam suatu perusahaan. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari seberapa besar rangkaian perilaku yang dimunculkan oleh karyawan berkontribusi atau tidak pada efektivitas organisasi.



2.1.2 Dimensi Kinerja

Koopman (dalam Tria dan Rahmat, 2018) mengemukakan bahwa kinerja terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu:

a. *Task Performance*

Dimensi ini merujuk pada keahlian atau kompetensi karyawan untuk melaksanakan tugas utama yang diberikan. Selain itu, dimensi ini juga terdiri dari kompetensi karyawan dalam melakukan perencanaan dan pengorganisasian pekerjaan, kualitas kerja, berorientasi pada hasil, dan kompetensi karyawan bekerja secara efisien. Selanjutnya, dimensi ini juga berkontribusi terhadap aspek teknis perusahaan.

b. *Contextual Performance*

Dimensi ini merujuk pada perilaku yang dilakukan secara sukarela atau tindakan yang dilakukan oleh karyawan di luar dari tugas utama yang diberikan, seperti kompetensi dalam melakukan tugas tambahan, memiliki inisiatif, mengambil tugas yang menantang, mengembangkan pengetahuan, dan keterampilan.

c. *Counterproductive Work Behavior*

Dimensi ini merujuk pada perilaku karyawan yang kontras atau tidak relevan dengan tujuan dari organisasi. Bentuk perilaku yang termasuk dalam dimensi ini, seperti mengeluh, melakukan perilaku yang membahayakan organisasi, penyalahgunaan informasi, penyalahgunaan waktu dan sumber daya, perilaku yang membahayakan, dan kualitas pekerjaan yang buruk.

Robbins dan Judge (2013) mengemukakan tiga kriteria yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur atau menilai kinerja, yaitu:



↳ *Outcomes*

cakup output yang dihasilkan individu selama bekerja dalam bentuk jumlah, produksi, jumlah dan peningkatan penjualan, dan jumlah siklus pekerjaan

lesaikan.

b. *Behaviors*

Kriteria ini mencakup perilaku kerja karyawan seperti kedisiplinan dalam bekerja, keaktifan. Namun, tidak terbatas pada perilaku yang terkait langsung dengan produktivitas individu, dapat pula berupa perilaku membantu rekan kerja, mengerjakan tugas tambahan secara sukarela, berkontribusi dalam menciptakan kelompok kerja dan organisasi yang efektif.

c. *Traits*

Kriteria ini mencakup sifat-sifat atau karakteristik karyawan, contohnya seperti memiliki sikap yang baik, menunjukkan rasa percaya diri, dapat diandalkan, atau mungkin memiliki banyak pengalaman.

2.1.3 Faktor yang Memengaruhi Kinerja

Rachman dan Saputri (2022) mengemukakan beberapa faktor yang memengaruhi karyawan dalam pencapaian kinerja. Beberapa faktor tersebut, antara lain:

a. Kompetensi

Kompetensi merupakan kemampuan atau keterampilan yang dimiliki individu untuk melakukan suatu pekerjaan yang spesifik. Kompetensi tersebut dapat bersifat bawaan atau berkembang melalui pengalaman individu (APA, 2015). Kemudian, kompetensi juga dapat diartikan sebagai kemampuan atau keterampilan yang terletak di dalam diri individu dan membantu individu untuk mampu menyelesaikan tuntutan pekerjaan yang dimiliki dengan tujuan mencapai hasil akhir yang diinginkan (Rachman & Saputri, 2022).

b. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang memberikan arah dan tujuan pada perilaku individu dalam bekerja (APA, 2015). Merujuk pada Wade et. al. (2014), motivasi merupakan suatu proses yang menjadi sebab individu untuk bergerak mencapai tujuan. Terdapat dua jenis



motivasi intrinsik yang berasal dari dalam diri individu dan motivasi ekstrinsik luar diri individu (APA, 2015).

2.2 *Person-Job Fit*

2.2.1 Definisi *Person-Job Fit*

Person-Job Fit merupakan kesesuaian individu dengan pekerjaan yang dimiliki. Hal tersebut mencakup kesesuaian antara tuntutan tugas dan kompetensi pribadi. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan mengenai *person-job fit* menemukan sebuah korelasi antara pekerjaan yang diinginkan oleh individu dan keterampilan atau kompetensi yang dimilikinya (Spector, 2016). Selanjutnya, Cable dan DeRue (2002) juga mengemukakan hal yang sama, yaitu *person-job fit* mengacu pada penilaian terhadap kesesuaian keterampilan atau kompetensi yang dimiliki oleh karyawan dengan tuntutan atau karakteristik dari sebuah pekerjaan. Secara lebih spesifik, Lauver dan Kristof-Brown (2001) mengemukakan bahwa *person-job fit* merupakan kesesuaian antara keterampilan atau kompetensi dan kepribadian karyawan dengan tuntutan dari pekerjaan yang dilakukan.

2.2.2 Dimensi *Person-Job Fit*

Cable dan DeRue (2002) mengemukakan dua dimensi dari *Person-Job Fit*, yaitu:

a. *Demand Abilities*

Dimensi ini mengacu pada pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi karyawan terhadap tuntutan atau karakteristik pekerjaan. Maka dari itu, perusahaan perlu menyediakan sumber daya yang dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan pekerjaan dan pengembangan diri karyawan secara finansial, fisik, dan psikologis. Hal tersebut karena perusahaan membutuhkan kontribusi karyawan dalam hal pengetahuan, kompetensi, dan keahlian.

b. *Need Supply*

Dimensi ini mengacu pada kesesuaian kebutuhan dan sumber daya yang diperoleh karyawan. Hal tersebut dikarenakan karyawan mengharapkan hasil yang diperoleh sepadan dengan tenaga yang dihabiskan dalam menyelesaikan pekerjaan. Oleh karena itu, perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dari karyawan maka akan lebih produktif.



Namun, Lauver dan Kristof-Brown (2001) mengemukakan dua dimensi berbeda dari *Person-Job Fit*, yaitu:

a. Kesesuaian antara keterampilan dengan pekerjaan

Dimensi kesesuaian antara keterampilan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan ini menggambarkan terkait kesesuaian antara kemampuan dengan pekerjaan individu, ketepatan antara keterampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh individu dengan pekerjaannya, serta kesesuaian antara kualifikasi pekerjaan dengan keterampilan yang dimiliki.

b. Kepribadian/Temperamen

Kepribadian/temperamen merupakan gaya perilaku dan sikap individu dalam memberi tanggapan terhadap sesuatu. Dimensi ini menggambarkan terkait kecocokan antara kepribadian atau tipe individu dengan jenis pekerjaan yang dijalankan.

2.3 Social Desirability Bias

Social desirability merupakan kecenderungan yang muncul dari dalam diri individu untuk memberikan gambaran yang positif mengenai dirinya (Oktapialdi, 2018). Selain itu, *social desirability* juga dapat diartikan sebagai respon individu yang berusaha untuk meningkatkan kesamaan dirinya dengan karakteristik masyarakat dan menurunkan faktor dari dirinya yang tidak diharapkan oleh masyarakat. Sehingga, respon yang dikemukakan oleh individu tersebut tidak sesuai dengan keadaan diri individu yang sebenarnya (Oktapialdi, 2018).

Crowne dan Marlowe (dalam Oktapialdi, 2018) mengemukakan bahwa pengukuran terkait *social desirability* dapat digunakan sebagai salah satu upaya untuk mengontrol respon individu. Hal tersebut dikarenakan respon *social desirability* ini dapat menjadi bias dan



ngan semu (Van de Mortel, 2008; Widhiarso, 2011 dalam Oktapialdi, 2018).

ukuran respon *social desirability* telah banyak dilakukan untuk mereduksi subjektivitas *self-image* yang terdistorsi dan *self-presentation* yang tidak

dalam Oktapialdi, 2018). Oktapialdi et. al. (2018) menjelaskan bahwa pada

pengukuran variabel psikologi, individu biasanya memiliki kecenderungan untuk menjawab pertanyaan kuesioner dengan respon yang lebih memberikan penilaian positif bagi dirinya atau respon yang lebih dapat diterima oleh masyarakat. Namun, individu memberikan respon tersebut tidak selamanya karena ingin diterima masyarakat atau dengan sengaja melakukan kebohongan, melainkan karena individu biasanya tanpa sadar menjawab pertanyaan hanya berfokus pada hal-hal yang baik tentang dirinya.

Sejalan dengan penjelasan sebelumnya, penelitian ini akan melibatkan kuesioner *Individual Work Performance Questionnaire* (IWPQ) pada proses pengumpulan data. Dwiliesanti dan Yudiarso (2022) mengemukakan bahwa IWPQ tergolong dalam skala *self-report* karena dirancang untuk mengukur kinerja individu melalui penilaian diri sendiri dengan meminta individu untuk memberikan penilaian tentang kinerja dirinya sendiri dalam berbagai aspek seperti *task performance*, *contextual performance*, dan *counterproductive work behavior*. Widhiarso (dalam Oktapialdi et al., 2018) mengemukakan bahwa penelitian yang menggunakan kuesioner *self-report* berpeluang besar memunculkan adanya bias dimana responden memberikan informasi yang palsu tentang dirinya. Sejalan dengan hal tersebut, Supratiknya (2014) mengemukakan bahwasanya berbagai macam faktor subjektif yang berasal dari peneliti maupun subjek penelitian, dapat menjadi sumber error atau kesalahan yang dapat merusak validitas dan reliabilitas hasil pengukuran. Sehingga, faktor-faktor subjektif seperti itu harus dikontrol dan dikendalikan. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu mempertimbangkan kemungkinan terjadi *social desirability bias*.

Ciptadi dan Umar (2012) mengemukakan strategi yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bias penelitian, yaitu:

a. Metode *demand reduction*, yakni metode yang digunakan untuk mengurangi tekanan situasi saat pemberian tes berlangsung. Metode ini dilakukan dengan memberikan



bagi subjek untuk mengisi identitas dirinya secara anonimitas, dengan inisial atau tidak menambahkan nama pada lembar penelitian. Selain itu, ia dapat dilakukan dengan meminta responden untuk tidak memberikan

tidak sesuai dengan kondisi dirinya.

- b. Metode *rational technique*, yakni metode yang dilakukan dengan cara mengubah format aitem ke bentuk *forced-choice* dimana dua aitem yang dipasangkan dianggap memiliki tingkat *social desirability* sama, kemudian responden menjawab dengan memilih salah satu dari aitem yang dipasangkan. Namun, metode ini dianggap belum cukup efektif karena sulit untuk memasangkan aitem dengan tingkat *social desirability* yang sama. Selain itu, dapat pula berpeluang besar terjadi *missing response* akibat responden merasa kebingungan untuk memilih salah satu dari dua pilihan aitem yang tersedia.
- c. Metode *covariate technique*, yakni metode yang dilakukan dengan mengukur kecenderungan *social desirability* pada responden melalui alat ukur yang dibuat khusus untuk mengukur *social desirability*. Salah satu contoh dari alat ukur tersebut, yakni *Marlowe-Crowne Social Desirability Scale* (MCSDS). Skor yang dihasilkan dari pengolahan data pada alat ukur *social desirability* akan dikorelasikan dengan hasil pengukuran variabel penelitian yang tergolong dalam pengukuran *self-report*. Jika terdapat korelasi yang signifikan antara skor pengukuran *self-report* dengan skor pengukuran *social desirability*, maka hasil pengukuran *self-report* tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan dua metode dalam meminimalisir bias pada penelitian. Metode pertama, yakni metode *demand reduction*, dimana responden diizinkan untuk mengisi identitas pada lembar kuesioner hanya dengan menggunakan inisial responden. Selain itu, peneliti juga akan menyampaikan kepada responden terkait bahwa data yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian, serta tidak akan memengaruhi kehidupan kerja responden. Selanjutnya, metode kedua, yakni metode *covariate technique*, yakni penelitian ini akan menggunakan skala *social Desirability* yang telah diadaptasi oleh Oktapialdi et. al. (2018) sesuai konteks khas masyarakat Indonesia.



ntarvariabel

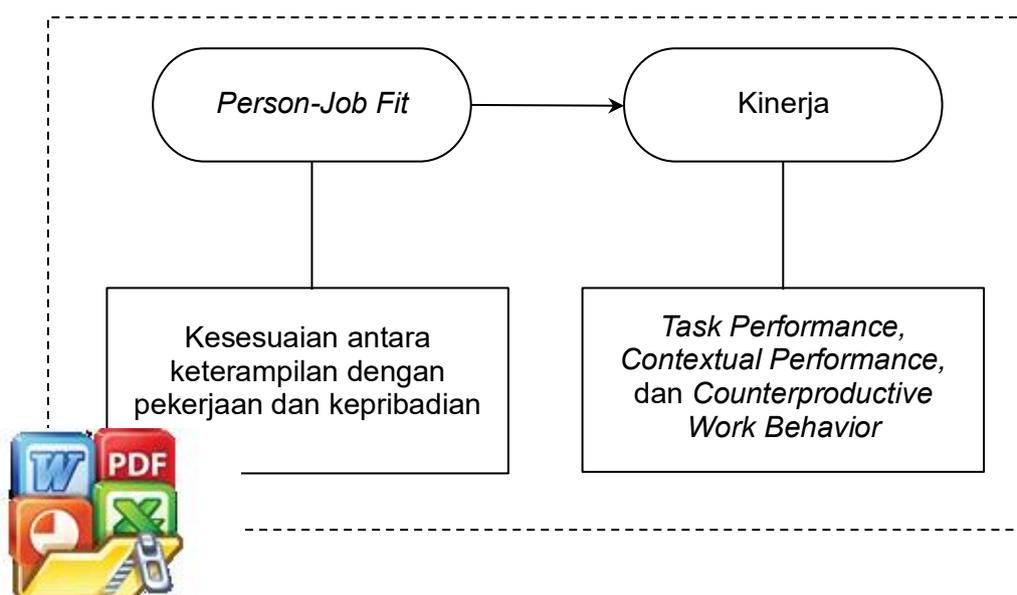
antarvariabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan teori *person-*

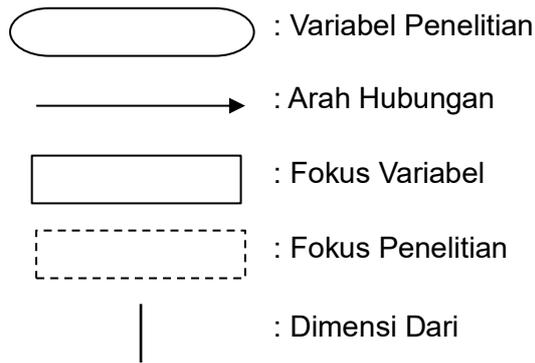
Person-environment fit merupakan kesesuaian individu dengan beberapa

aspek dari lingkungan kerja. Teori tersebut mencakup berbagai konsep, seperti kesesuaian antara nilai-nilai individu dengan budaya organisasi, kesesuaian preferensi individu dengan sistem organisasi, kesesuaian antara pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu dengan tuntutan pekerjaan, atau kesesuaian tujuan dan kepribadian antara individu (karyawan) dengan supervisor atau rekan kerjanya (Kristof-Brown & Guay, 2011).

Selanjutnya, penjelasan terkait *person-environment fit* juga menjelaskan terkait kesesuaian antara atribut personal dan atribut lingkungan. Dalam hal ini, atribut personal mencakup pengetahuan, keterampilan dan kemampuan (KSAs), kebutuhan, kepribadian, tujuan, dan nilai. Sedangkan, atribut lingkungan mencakup tuntutan pekerjaan, kondisi kerja dan *reward*, serta iklim dan budaya organisasi (Kristof-Brown & Guay, 2011). Kemudian, kesesuaian antara karakteristik individu seperti kemampuan profesional dan persyaratan dari lingkungan seperti tuntutan tugas akan dapat menjelaskan perbedaan signifikan terkait *task performance* antarindividu (Van Zyl et al., 2023). Adanya tingkatan kesesuaian yang tinggi antara individu dengan lingkungan akan memberikan perasaan terhubung dan berkomitmen terhadap organisasi, serta meningkatkan kinerja dalam menjalankan tugas dari pekerjaan yang dijalankan (Van Zyl et al., 2023).

2.5 Kerangka Konseptual





Berdasarkan kerangka konseptual di atas, dapat dilihat bahwa fokus utama yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu hubungan *person-job fit* dengan kinerja karyawan milenial di Kota Makassar. Adapun variabel pada penelitian yang akan dilakukan, yaitu *person-job fit* dan kinerja. *person-job fit* merupakan variabel independen yang terdiri dari dua dimensi, yaitu kesesuaian antara keterampilan dengan pekerjaan dan kepribadian. Kinerja merupakan variabel dependen yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu *task performance*, *contextual performance*, dan *counterproductive work behavior*.

Selanjutnya, melalui teori *person-job fit* yang dikemukakan oleh Lauver dan Kristof-Brown (2001) diketahui bahwa *person-job fit* merupakan kesesuaian antara keterampilan dan kepribadian karyawan dengan tuntutan pekerjaan. Adanya kesesuaian antara keterampilan dengan tuntutan pekerjaan karyawan dapat berpengaruh terhadap peningkatan kinerja. Hal tersebut didukung oleh Caldwell dan O'Reilly (1990) yang menemukan bahwa kinerja individu lebih tinggi ketika keterampilan dan kemampuan yang dimiliki sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan untuk pekerjaan yang dilakukan. Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa *person-job fit* diketahui memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut berarti bahwa semakin besar nilai *person-job fit* pada karyawan maka akan semakin besar pula kinerja yang dimiliki (Lutfiyah et al., 2020; Rajper et al., 2020; Purnawati et al., 2021; Rifqi & Ningsih, 2022; Saputri et al., 2022).



2.6 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan, pembahasan teori, dan kerangka konseptual dalam penelitian ini maka hipotesis penelitian yang diajukan, yaitu:

H₀: Tidak terdapat kontribusi *person-job fit* terhadap kinerja pada karyawan bidang *marketing*

H₁: Terdapat kontribusi *person-job fit* terhadap kinerja pada karyawan bidang *marketing*

