

BAB V

Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya dan perusahaan.

A. Kesimpulan

Penelitian ini menjadi penelitian pertama yang meneliti tentang hubungan *self congruity* dan *work engagement*, sehingga dapat disimpulkan beberapa kesimpulan tentang kedua variabel sebagai berikut:

1. Mayoritas karyawan PT. X memiliki tingkat *self congruity* yang berada pada tingkat sedang.
2. Mayoritas karyawan PT. X memiliki tingkat *work engagement* yang berada pada tingkat sedang.
3. Berdasarkan perolehan *mean* dimensi *self congruity*, karyawan PT. X dominan pada dimensi-dimensi *ideal congruency* (dimensi *ideal self congruity* dan *social ideal self congruity*).
4. Berdasarkan analisis variabel demografis, usia memengaruhi tingkat *self congruity* dan *work engagement* karyawan. Semakin tua usia karyawan, semakin tinggi tingkat *self congruity*. Semakin tua usia karyawan, semakin tinggi tingkat *work engagement*.
5. Berdasarkan perbandingan *mean* dimensi *work engagement*, karyawan PT. X memiliki rasa larut dalam pekerjaan (*absorption*) yang tinggi, terkonsentrasi dan cenderung sulit memisahkan diri dengan pekerjaannya.
6. *Self congruity* berhubungan dengan *work engagement* karyawan, namun hubungan kedua variabel tersebut hanya ada di kategori sedang, terdapat variabel lain yang memengaruhi *work engagement* yang tidak dipaparkan dalam penelitian ini.

7. Semakin tinggi kesesuaian antara *self image* karyawan dengan *brand image* perusahaan maka semakin tinggi rasa keterkaitan karyawan dengan pekerjaannya.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya:

1. Berdasarkan sampel dan *margin of error* penelitian, akan lebih baik jika jumlah sampel lebih banyak dan lebih dikerucutkan berdasarkan tingkat pendidikan tertentu, karena kemungkinan terdapat perbedaan *self congruity* pada karyawan dengan tingkat pendidikan tertentu.
2. Berdasarkan literatur *self congruity* dalam bidang sumber daya manusia yang masih sedikit, akan lebih baik jika penelitian selanjutnya membahas variabel *self congruity* secara menyeluruh di bidang sumber daya manusia, karena teori *self congruity* merupakan teori baru di bidang sumber daya manusia dan masih sangat jarang penelitiannya, sehingga masih diperlukan penelitian dasar.

Untuk perusahaan:

1. Berdasarkan analisis pada variabel *self congruity*, perusahaan sebaiknya memperjelas nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan dan terbuka tentang apa saja yang dapat diberikan oleh perusahaan pada karyawan.
2. Berdasarkan analisis variabel demografis, dalam membuat program perusahaan sebaiknya memperhatikan perbedaan usia karyawan.
3. Berdasarkan perbedaan dimensi *work engagement*, untuk meningkatkan semangat atau *vigor* karyawan, PT. X hendaknya membuat tugas atau kegiatan karyawan yang lebih menantang, memperjelas *job description* dan SOP (*Standard Operational Procedure*) karyawan, dan membuat tugas atau kegiatan yang dapat membuat karyawan menuangkan kreativitasnya, memberikan *feedback* dari atasan yang membangun, dan membuat kegiatan

yang akan membuat karyawan memiliki interaksi yang bermakna dengan rekan kerja.

4. Penelitian ini dapat dijadikan dasar acuan untuk mengetahui gambaran untuk merencanakan program perusahaan selanjutnya dalam rangka meningkatkan *work engagement* dan *self congruity* di perusahaan, sehingga memperoleh *brand image* yang lebih baik dan menekan angka *turnover*.