

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Melalui *Elektronik Word of Mouth* Pada Toko Sinar Kosmetik Sragen

Larasati Putri Sigitaningsih
S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti Surakarta
e-mail: larasatiputrisigitaningsih@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bermula dari fenomena yang muncul di lingkungan Toko Sinar Kosmetik Sragen yaitu tentang bagaimana menciptakan strategi yang tepat dalam meningkatkan kinerja karena dirasa belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dengan melakukan evaluasi *Electronic Word Of Mouth* yang memperhatikan aspek Kemampuan Pemasaran dan Komitmen Afektif pada karyawan Toko Sinar Kosmetik Sragen. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji linieritas, analisis regresi, analisis jalur, uji t, uji F, uji koefisien determinasi dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemampuan Pemasaran berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Electronic Word Of Mouth* karyawan. Komitmen Afektif berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Electronic Word Of Mouth* pegawai. Kemampuan pemasaran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan. Komitmen Afektif berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai. *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dari analisis jalur diketahui bahwa jalur langsung Kemampuan Pemasaran terhadap kinerja merupakan jalur yang dominan atau efektif untuk meningkatkan kinerja. Sehingga lebih efektif melalui jalur langsung.

Kata Kunci: Kemampuan Pemasaran, Komitmen Afektif, *Electronic Word Of Mouth*, Kinerja

Abstract

This research begins with a phenomenon that appears in the Sinar Kosmetik Store environment, Sragen, which is about how to create the right strategy in improving performance because it is felt that it is not fully optimal. Based on this, the purpose of this research is to find out how the right strategy is to improve performance by evaluating *Electronic Word Of Mouth* which pays attention to aspects of Marketing Ability and Affective Commitment for employees of Sinar Kosmetik Shop Sragen. The analytical technique used is to use an instrument test which includes validity and reliability tests, linearity tests, regression analysis, path analysis, t test, F test, coefficient of determination test and correlation analysis. The results showed that Marketing Ability had a negative and insignificant effect on the employee's *Electronic Word Of Mouth*. Affective Commitment has a positive and insignificant effect on employees' *Electronic Word Of Mouth*. Marketing ability has a positive and insignificant effect on employee performance. Affective Commitment has a negative and insignificant effect on employee performance. *Electronic Word Of Mouth* has a positive and significant effect on employee performance. From the path analysis, it is known that the direct path of Marketing Ability to performance is the dominant or effective path to improve performance. So that it is more effective through the direct route.

Keywords: Marketing Ability, Affective Commitment, *Electronic Word Of Mouth*, Performance

PENDAHULUAN

Salah satu upaya untuk mencapai tujuan-tujuan Toko Sinar Kosmetik Sragen adalah melalui peningkatan kemampuan marketing. Kemampuan marketing merupakan upaya untuk pengembangan sumber daya manusia terutama untuk pengembangan aspek kemampuan marketing intelektual dan kepribadian manusia (Sutianingsih et al., 2022; Sutianingsih & Yasin, 2021). Teknologi informasi dan kemampuan marketing telah merangsang perubahan hubungan antar bangsa yang tidak bisa lagi dibatasi dengan tembok tapal batas di suatu Negara (Almaidah, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Taryanti, (2016) (Budiyono & Sutianingsih, 2021) menunjukkan bahwa kemampuan marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnomo, (2016) menunjukkan bahwa kemampuan marketing berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2015) menunjukkan bahwa kemampuan marketing berpengaruh tidak signifikan terhadap *Elektronik Word Of Mouth*. Atas dasar fenomena dan *reseach gap* yang terjadi, maka perlu dikaji lebih mendalam yang berkaitan dengan kemampuan marketing terhadap kinerja karyawan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja diantaranya adalah komitmen afektif. Komitmen afektif merupakan segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka (Handoko, 2017: 45). Balas jasa yang diberikan kepada karyawan dapat berbentuk uang (*financial*) maupun bentuk lainnya yang bukan *financial*, seperti penghargaan dalam jabatan, promosi, dan aktivitas lainnya. Komitmen afektif sering juga disebut sebagai penghargaan yang didefinisikan sebagai setiap bentuk penghargaan yang diberikan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang mereka berikan kepada organisasi (Rini & Sutianingsih, 2010). Peran komitmen afektif sangat mempengaruhi pencapaian visi dan misi dan tujuan suatu organisasi, karena dengan adanya komitmen afektif karyawan akan merasa semangat bekerja dan memberikan hasil yang maksimal (Sutianingsih, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnomo, (2016), Karmin, (2022), Gama.,*et.,al* (2017), Rhay & Ching, (2016), Kartiningsih, (2017), Blau, B.A and Boal, B.K, (2017) menunjukkan bahwa komitmen afektif berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Taryanti, (2016) menunjukkan bahwa komitmen afektif berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja. Atas dasar fenomena dan *reseach gap* yang terjadi, maka perlu dikaji lebih mendalam yang berkaitan dengan komitmen afektif terhadap kinerja karyawan.

Faktor *Elektronik Word Of Mouth* juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja. *Elektronik Word Of Mouth* merupakan keinginan dari dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut melakukan tindakan. *Elektronik Word Of Mouth* merupakan kondisi pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan dalam organisasi.

Hasil penelitian yang dilakukan Rhay & Ching, (2016), Kartiningsih, (2017) menunjukkan bahwa *Elektronik Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnomo, (2016), Karmin, (2022) menunjukkan bahwa *Elektronik Word Of Mouth* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja. Atas dasar fenomena dan *reseach gap* yang terjadi, maka perlu dikaji lebih mendalam yang berkaitan dengan *Elektronik Word Of Mouth* terhadap kinerja karyawan.

Fenomena yang terjadi pada Toko Sinar Kosmetik Sragen yaitu kurangnya kemampuan marketing khususnya jika ada karyawan baru hal ini membuat proses pekerjaan membutuhkan waktu yang lama, dan terkadang karyawan lama harus mengajari sampai bisa, dan hal ini terkadang tidak dilakukan dengan senang hati, selain itu faktor komitmen afektif merupakan hal yang sangat penting, karena adanya tingkat pendidikan yang berbeda membuat komitmen

afektif yang dimiliki juga berbeda, selain itu masih terdapat karyawan yang belum taat terhadap peraturan yang telah ditetapkan. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya karyawan maupun karyawan yang datang dan pulang tidak tepat waktu dan hasil kinerja yang dihasilkan belum

tepat dengan waktu yang telah ditetapkan. Sehingga hal ini membuktikan bahwa karyawan membutuhkan *Elektronik Word Of Mouth* yang tinggi untuk menghasilkan kinerja yang optimal.

Berdasarkan uraian di atas, menarik untuk dianalisis dalam suatu tinjauan empiris terutama bila dikaitkan kondisi Pada Toko Sinar Kosmetik Sragen di mana dalam menghadapi persaingan saat ini di Toko Sinar Kosmetik Sragen diharapkan mampu bersaing dan meningkatkan kinerja karyawan dalam mencapai tujuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.191	2.319		-.514	.610
	Kemampuan_marketing	.366	.153	.256	2.397	.021
	Komitmen_afektif	.692	.116	.640	5.989	.000

a. Dependent Variable: EWOM

Hasil Analisis Jalur Persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.357	2.481		.547	.587
	Kemampuan_marketing	.507	.172	.342	2.941	.005
	Komitmen_afektif	.237	.164	.211	1.447	.155
	EWOM	.378	.156	.364	2.431	.019

a. Dependent Variable: Kinerja

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.440	3	60.813	31.883	.000 ^b
	Residual	87.740	46	1.907		
	Total	270.180	49			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), EWOM, Kemampuan_marketing, Komitmen_afektif

Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Correlations

		Kemampuan _marketing	Komitmen_af ektif	EWOM	Kinerja
Kemampuan_marketing	Pearson Correlation	1	.642**	.667**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50
Komitmen_afektif	Pearson Correlation	.642**	1	.804**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50
EWOM	Pearson Correlation	.667**	.804**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50
Kinerja	Pearson Correlation	.720**	.723**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kemampuan marketing dengan Kinerja melalui *Elektronik Word Of Mouth*

Berdasarkan hasil analisis jalur, pengaruh langsung kemampuan marketing terhadap kinerja karyawan di Toko Sinar Kosmetik Sragen adalah positif signifikan. Artinya apabila semakin tinggi kemampuan marketing, maka semakin tinggi kinerja karyawan di Toko Sinar Kosmetik Sragen. Hal ini didukung oleh hasil analisis jalur juga menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih efektif dibandingkan pengaruh tidak langsung.

Upaya untuk meningkatkan kinerja dalam menggunakan pengaruh langsung yaitu peningkatan perilaku kemampuan marketing untuk meningkatkan perilaku kinerja. Peningkatan perilaku kemampuan marketing untuk meningkatkan perilaku kinerja secara kongkrit dilakukan dengan melihat skor uji validitas kemampuan marketing yaitu:

- a. Karyawan memiliki kemampuan administrasi dengan cepat, misalnya karyawan melayani kebutuhan konsumen dengan cepat dan melayani dengan rasa senang hati.
- b. Karyawan memiliki kemampuan fisik yang memadai, misalnya berpenampilan menarik dan sopan.
- c. Karyawan memiliki kemampuan intelektual yang tidak diragukan, misalnya menguasai jenis-jenis produk dan dapat menyampaikan manfaat produk dengan baik dan benar.

2. Pengaruh Komitmen afektif dengan Kinerja melalui *Elektronik Word Of Mouth*

Berdasarkan analisis jalur diketahui pengaruh langsung komitmen afektif terhadap kinerja karyawan adalah positif tetapi tidak signifikan. Artinya komitmen afektif tidak mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan Toko Sinar Kosmetik Sragen. Komitmen afektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Elektronik Word Of Mouth*. Hasil analisis jalur juga menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih efektif dibandingkan pengaruh langsung.

Temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra (2016), Eustarini (2016), Sardani (2016), Rindang (2015), Kaelan (2015), Usop (2014) bahwa komitmen afektif berpengaruh signifikan terhadap *Elektronik Word Of Mouth*. Peningkatan komitmen afektif untuk meningkatkan *Elektronik Word Of Mouth* secara kongkrit dilakukan dengan melihat skor uji validitas komitmen afektif yaitu:

- a. Karyawan merasa terikat secara emosional pada organisasi, misalnya karyawan

mempunyai rasa bahwa masalah organisasi juga menjadi masalah bersama dan diselesaikan secara bersama-sama.

- b. Karyawan merasa sangat loyal terhadap organisasi karena merupakan *kewajiban* moral, misalnya tidak merasa keberatan apabila dihimbau untuk lembur.
- c. Meningkatkan kesadaran bahwa organisasi ini merupakan bagian dari kebutuhan sekaligus juga keinginan karyawan, sehingga karyawan bekerja dengan ikhlas dan senang hati.

Upaya ini diharapkan akan berakibat pada peningkatan perilaku *Elektronik Word Of Mouth* dan nantinya akan berdampak pada kinerja karyawan pada Toko Sinar Kosmetik Sragen. Upaya untuk meningkatkan *Elektronik Word Of Mouth* agar kinerja karyawan pada Toko Sinar Kosmetik Sragen meningkat adalah dengan melihat skor tertinggi dalam uji validitas *Elektronik Word Of Mouth* terletak yaitu:

- a. Konsumen membaca review produk secara online ketika membeli produk, agar keputusan konsumen tepat.
- b. Konsumen sering berkonsultasi secara online dengan karyawan mengenai review sebuah produk untuk membantu memilih produk yang tepat.
- c. Untuk memastikan konsumen membeli produk yang tepat, konsumen sering membaca ulasan karyawan secara online.

KESIMPULAN

1. Kemampuan marketing berpengaruh signifikan terhadap *Elektronik Word Of Mouth* Toko Sinar Kosmetik Sragen.
2. Komitmen afektif berpengaruh signifikan terhadap *Elektronik Word Of Mouth* Toko Sinar Kosmetik Sragen.
3. Kemampuan marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Toko Sinar Kosmetik Sragen.
4. Komitmen afektif berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan Toko Sinar Kosmetik Sragen.
5. *Elektronik Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Toko Sinar Kosmetik Sragen.
6. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa:
 - a. Jalur langsung kemampuan marketing terhadap kinerja, merupakan jalur yang dominan atau efektif untuk meningkatkan kinerja. Artinya variabel *Elektronik Word Of Mouth* bukan merupakan variabel mediasi bagi variabel kemampuan marketing.
 - b. Komitmen afektif lebih efektif melalui jalur tidak langsung, karena hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung. Artinya variabel *Elektronik Word Of Mouth* merupakan variabel mediasi bagi variabel komitmen afektif .

DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah, S. (2019). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar pada Keunggulan Bersaing dan Dampaknya terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UKM. *Research Fair Unisri*, 3(1), 448–455.
- Budiyono, B., & Sutianingsih, S. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memoderasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(4), 445–469. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104>
- Rini, & Sutianingsih. (2010). *Analisis kualitas informasi keuangan terhadap kinerja dan kemampuan perusahaan mengakses modal eksternal*.
- Sutianingsih, S. (2018). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH

- DAN IKLIM KERJA SEKOLAH TERHADAP KINERJA GURU. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 7(2), 115–131.
- Sutianingsih, Sriyanto, & Marli'aini, N. T. (2022). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pada CV Rizki Barokah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 3(2), 26–34.
- Sutianingsih, & Yasin, S. (2021). Peran Loyalitas Pelanggan Pada Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 12(November), 56–67.
- Blau, B.A and Boal, B.K, 2017, "Conceptualizing How Job Involvement and Motivation Affect Turnover and Absenteeism," *Academy of Management Review*, 12, 288-302
- Danang Purnomo, (2016). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kompetensi Serta Dampaknya Pada Kinerja Pramuwisata Bali. *Jurnal IPTA Vol. 4 No. 2, 2016 ISSN : 2338-8633*
- Dhina Sari Taryanti, (2010). Pengaruh Kompetensi, Imbalan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PD BPR BKK Boyolali Kota, *Jurnal Riset Vol. 3 No.4 2010 Universitas Negeri Semarang*
- Ferry, 2016. *Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan (Diklat) terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (BPAD DIY)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Fikri Fahmi, 2014. Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Serta Promosi Jabatan Terhadap Elektronik Word Of Mouth Kerja Di PertaminaApepKamojang. *Proceeding Of The 5th Inaga Annual Scientific Conference & Exhibitions Yogyakarta, March 7 – 10, 2014*
- Kartiningasih, 2017. *Analisis Pengaruh kedisiplinan Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Elektronik Word Of Mouth Dalam Meningkatkan nKinerjaKaryawan (StudiPada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang)*. Tesis universitas diponegoro. Semarang.
- Luthans F., 2014, *Organizational Behavioural*, 7th Edition, McGraw-Hill, New York.
- Macy B. A., M. F. Peterson, & L. W. Norton, 1989, "A Test of Participation Theory in a Work Redesign Field Setting: Degree of Participation and Comparison Site Contracts", *Human Relation*, 42(12): 1095-1165.
- Rhay, Ching, Wen-Chen, Li-Yu, Syr-En, Mei-Ying Lee, 2017. Exploring the impact of mentoring functions on job satisfaction and organizational commitment of new staff nurses. *Department of International Business and Trade, Shu-Te University, Taiwan*
- Rini, & Sutianingsih. (2010). *Analisis kualitas informasi keuangan terhadap kinerja dan kemampuan perusahaan mengakses modal eksternal*.
- Sutianingsih, S. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Iklim Kerja Sekolah Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 7(2), 115–131.
- Sutianingsih, Sriyanto, & Marli'aini, N. T. (2022). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pada CV Rizki Barokah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 3(2), 26–34.
- Sutianingsih, & Yasin, S. (2021). Peran Loyalitas Pelanggan Pada Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 12(November), 56–67.
- Yoti Gama, Ari Pradhanawati, Wahyu Hidayat, 2017. Pengaruh Kompensasi Dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Elektronik Word Of Mouth Sebagai Intervening Variable Pada Perum Perhutani Unit 1 Jawa Tengah. *Jurnal Administras iBisnisF akultas Ilmu Sosial dan Politik. UMS Surakarta*