

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Definisi Loneliness

Beberapa ahli mendefinisikan *psychological empowerment* dengan berbedabeda. Diawali oleh Conger dan Kanungo yang mendefinisikan *empowerment* sebagai “*empowerment is defined here as a process of enhancing feelings of self-efficacy among organizational members through the identification of conditions that foster powerlessness and through their removal by both formal organizational practices and informal techniques of providing efficacy information*” (Conger & Kanungo, 1988, p. 474) Inti dari definisi tersebut merujuk pada proses meningkatkan kepercayaan diri anggota organisasi terhadap kemampuannya dengan menghilangkan rasa ketidakberdayaannya.

Kemudian Thomas dan Velthous mendefinisikan *psychological empowerment* sebagai “*empowerment is defined as increased intrinsic task motivation, and our subsequent model identifies four cognitions (task assessments) as the basis for worker empowerment: sense of impact, competence, meaningfulness, and choice*” (Thomas & Velthouse, 1990, p. 666). *Empowerment* didefinisikan lebih luas lagi oleh mereka, yaitu adanya empat persepsi yang menggambarkan fokus individu dalam peran pekerjaan yang mereka lakukan: *meaning, competence, self-determination, dan impact*. Setelah itu pada tahun 1995, Spreitzer mengubah definisi *psychological empowerment* sebagai sebagai “*psychological empowerment is defined as a motivational construct manifested in four cognitions: meaning, competence, self-determination, and impact*” (Spreitzer, 1995, p. 1444).

Berdasarkan definisi yang sudah dijelaskan diatas, peneliti dalam penelitian ini akan menggunakan teori untuk definisi utama yang dikemukakan oleh Spreitzer (1995), karena definisi tersebut sudah dikembangkan lebih lanjut dan menjadi

definisi terbaru dibandingkan dua tokoh sebelumnya. Selain itu, peneliti juga memilih teori (Spreitzer, 1995), dalam penelitian ini karena terdapat beberapa penelitian yang juga memilih menggunakan teorinya. Penelitian tersebut dilakukan oleh Cristy et al., (2023), Amalia & Handoyo (2018), dan Juyumaya (2022).

2.1.2 Dimensi *Psychological Empowerment*

Menurut Spreitzer (1995), terdapat 4 (empat) dimensi dalam *psychological empowerment*:

a. *Meaning*

Meaning merupakan makna pekerjaan yang dinilai berdasarkan kesesuaian standar pribadi individu, yaitu kesesuaian antara tuntutan peran kerja dengan keyakinan nilai-nilai, dan perilaku individu itu sendiri.

b. *Competence*

Competence merupakan keyakinan yang dimiliki oleh individu terhadap kemampuannya sendiri untuk melakukan berbagai aktivitas dengan keterampilan yang dimilikinya.

c. *Self-determination*

Self-determination merupakan bagaimana individu memiliki kebebasan untuk memilih dalam memulai dan mengatur tindakannya, yang meliputi otonomi dalam memulai dan melaksanakan proses pekerjaannya.

d. *Impact*

Impact merupakan sejauh mana individu mempengaruhi keputusan strategis, administratif, atau operasional dalam lingkungan kerjanya, sehingga mereka mampu berkontribusi pada hasil yang dicapai oleh organisasi.

2.1.3 Faktor *Psychological Empowerment*

Menurut Spreitzer (1995), terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi *psychological empowerment*:

a. *Self-esteem*

Seseorang yang memiliki *self-esteem* tinggi, berkemungkinan akan memperluas perasaannya tersebut ke rasa kemampuan atau kompetensi spesifik dalam konteks pekerjaan. Mereka memandang diri sendiri sebagai aset berharga dengan kemampuan yang layak untuk dikontribusikan dan mendorong mereka lebih proaktif dalam divisi dan pekerjaan mereka. Begitu juga sebaliknya, individu dengan *self-esteem* rendah cenderung meragukan kemampuan mereka sendiri untuk memberikan kontribusi di tempat kerjanya.

b. *Locus of control*

Locus of control menunjukkan sejauh mana individu meyakini dirinya sendiri tanpa pihak eksternal untuk menentukan apa saja hal yang mungkin akan terjadi pada hidup mereka. Keyakinan ini mencerminkan tingkat kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuan internalnya untuk mengelola situasi dan menghadapi tantangan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

c. *Information*

Untuk memberikan pemberdayaan, organisasi perlu menyediakan informasi lebih banyak di berbagai tingkatan melalui beragam perangkat. Tanpa informasi yang memadai, individu sulit untuk bertanggung jawab dan tidak menggunakan energi serta kreativitas mereka secara optimal.

d. *Reward*

Faktor lain yang penting untuk memberikan pemberdayaan, yaitu diberikannya insentif sebagai penghargaan (*reward*) terhadap kinerja yang sudah diberikan. Hal ini juga tentunya dapat meningkatkan motivasi dan komitmen individu.

2.2 Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kerja, di mana strategi pemasaran konvensional mulai bergeser ke arah digital. Perubahan ini membawa dampak yang signifikan terhadap cara pegawai pemasaran berinteraksi dengan tugas mereka, baik di pemasaran konvensional ataupun digital. Dalam konteks ini, penelitian ini berfokus pada perbedaan *psychological empowerment* (PE) antara pegawai yang bekerja dalam pemasaran konvensional dan pemasaran digital, mengingat karakteristik pekerjaan yang sangat berbeda diantara keduanya.

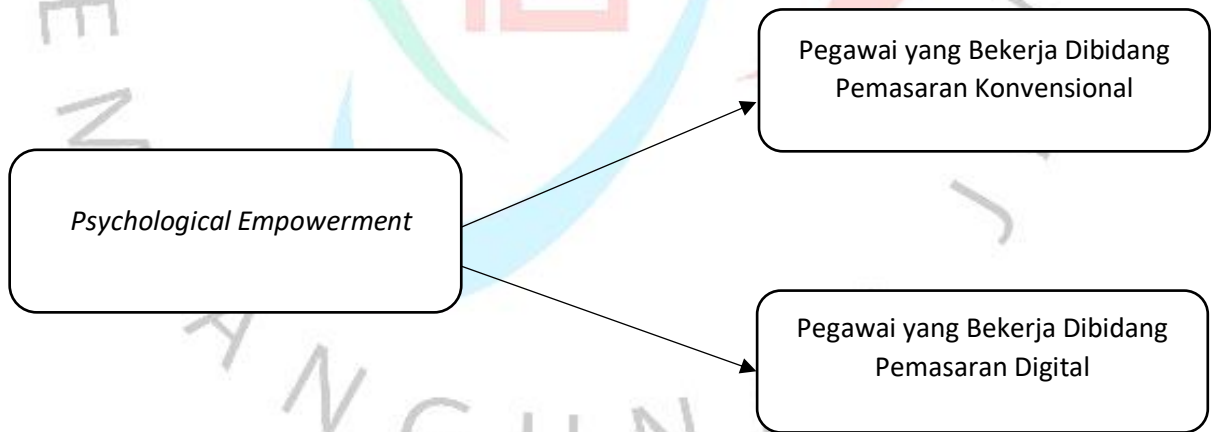
Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan berbagai proses yang bertujuan mengkomunikasikan, menciptakan dan memberikan nilai kepada klien serta mengelola relasi klien dengan cara yang bermanfaat untuk organisasi dan pemangku kepentingannya (American Marketing Association sebagaimana dikutip dalam Panjaitan, 2018). Dengan adanya pergeseran menuju pemasaran digital, pegawai pemasaran kini berhadapan dengan tantangan dan peluang yang berbeda. Transformasi ini membuat dunia pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang yang menguntungkan berbagai pihak (Putri, 2017). Perubahan ini bersamaan dengan perkembangan sektor ekonomi yang dapat dilihat dari peningkatan pekerja dalam sektor perdagangan dan jasa (Badan Pusat Statistik, 2023).

Sementara itu, *psychological empowerment* merujuk pada pandangan individu terhadap dirinya sendiri tentang seberapa besar dirinya merasa memiliki kendali dan kompetensi dalam pekerjaannya (Spreitzer, 1995). Adapun dimensi-dimensi dari PE, yaitu *meaning*, *competence*, *self-determination*, dan *impact* (Spreitzer, 1995). Pegawai pemasaran konvensional mungkin merasa tertinggal karena perubahan teknologi, sementara pegawai pemasaran digital cenderung terpapar pada perubahan teknologi yang cepat, yang membuat pemberdayaan psikologis menjadi faktor penting untuk adaptasi dan motivasi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zhang dan Bartol (2010), menyatakan bahwa *psychological empowerment* meningkatkan kreativitas dan

motivasi, meskipun penelitian tidak membandingkan antara pegawai pemasaran konvensional dan pemasaran digital.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat urgensi untuk membandingkan *psychological empowerment* antara pegawai pemasaran konvensional dan digital. Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber dari kedua jenis pekerjaan tersebut, terlihat bahwa masing-masing pekerjaan memberikan tingkat pemberdayaan yang berbeda terkait dengan empat dimensi PE. Sebagai contoh, narasumber yang bekerja dalam pemasaran digital cenderung merasa tidak begitu percaya diri pada kompetensinya namun merasa dampaknya besar untuk perusahaan, sementara narasumber dari pemasaran konvensional merasa memiliki kendali penuh dan berkompoten di bidangnya.

Dengan begitu, maka peneliti dalam penelitian ini ingin meneliti lebih dalam terkait perbedaan *psychological empowerment* antara pegawai yang bekerja dibidang pemasaran konvensional dan pemasaran digital. Berikut alur kerangka berpikir yang tertera pada **Gambar 2.1**.



Gambar 2.1 Gambar Alur Kerangka Berpikir

2.3 Hipotesis

- a. Hipotesis null (H_0): Tidak ada perbedaan *psychological empowerment* antara pegawai yang bekerja dibidang pemasaran konvensional dan pemasaran digital.
- b. Hipotesis null (H_a): Ada perbedaan *psychological empowerment* antara pegawai yang bekerja dibidang pemasaran konvensional dan pemasaran digital.

