

Person-Job Fit Dengan Work Engagement Pada Karyawan Marketing & Sales PT.Z

Ressy Mardiyanti¹

Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra

Email: ressymardiyanti@uwp.ac.id

Submitted 17 Oktober 2023 revised 19 Oktober 2023 Accepted 25 Oktober 2023

DOI:10.38156/psikowipa.v4i2.121

Abstract

The aim of this research is to determine the relationship between Person Job Fit and work engagement in PT. Z. The compatibility between employees and the work they do is very important. With this compatibility, employees can carry out their work well, be immersed or have a strong attachment to their work, so that employees can stay in the company for a long time and can reduce the budget for the recruitment, selection and training process. The subject is an employee of the marketing & sales division of PT. Z, totaling 32 people and aged 19-45 years. This research uses quantitative methods, sampling using purposive sampling techniques, using measuring instruments with questionnaire models on the variables of person job fit and work engagement. The results of this research show a correlation value of $0.029 < 0.05$, and if seen from the calculated correlation value it is $0.598 > 0.362$, which means that there is a relationship between Person Job Fit and work engagement in employees of the Marketing & Sales Division of PT. Z. The higher a person's suitability for the job they are working on, the higher their work engagement. Matching between individuals and jobs at the start is very effective in reducing employee turnover, especially in marketing and sales functions.

Keywords: *person-job fit, work engagement, employee.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara Person Job Fit dengan work engagement pada karyawan PT. Z. Kecocokan antara karyawan dengan pekerjaan yang dikerjakan merupakan hal yang sangat penting. Dengan adanya kecocokan itu maka karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik, tenggelam atau memiliki keterikatan kuat pada pekerjaannya tersebut, sehingga karyawan pun dapat bertahan lama di perusahaan dan dapat menekan anggaran proses rekrutmen, seleksi serta training. Subjek merupakan karyawan divisi marketing & sales PT. Z yang berjumlah 32 orang dan berusia 19-45 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengambilan sample dengan menggunakan teknik purposive sampling, menggunakan alat ukur dengan model kuesioner pada variabel person job fit dan work engagement. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai korelasi sebesar $0,029 < 0,05$, dan bila dilihat dari nilai korelasi hitung sebesar $0,598 > 0,362$, yang artinya bahwa terdapat hubungan antara Person Job Fit dengan work engagement pada karyawan Divisi Marketing & sales PT. Z. Semakin tinggi kecocokan seseorang dengan pekerjaan yang ditekuninya, maka semakin tinggi pula keterikatan kerja yang dimilikinya. Kecocokan antara individu dengan pekerjaan diawal sangat efektif untuk menekan keluar masuknya karyawan terutama pada fungsi marketing and sales.

Kata Kunci: *person-job fit, keterlibatan kerja, karyawan.*

Pendahuluan

Setiap perusahaan selalu menginginkan karyawannya dapat bekerja secara maksimal untuk mencapai visi, misi dan tujuannya. Oleh karena itu dibutuhkan seorang karyawan yang benar-benar tangguh untuk bisa mewujudkan itu semua. Karyawan yang menyukai pekerjaan akan dengan penuh semangat menyelesaikan setiap tanggung jawabnya. Potensi karyawan yang baik dan mampu bertahan lama di perusahaan akan berdampak langsung

pada kinerja perusahaan, sehingga karyawan yang memiliki *engagement* sangat dibutuhkan. Karyawan yang memiliki *engagement* tinggi akan memberikan kontribusi pada kinerja dan *performance* karyawan akan menghasilkan kinerja secara optimal (Stephen & Judge, 2015). *Engagement* memiliki dampak pada sikap, intensi maupun perilaku karyawan terhadap perusahaan. Dimana karyawan yang memiliki *engagement* tinggi pada pekerjaannya akan termotivasi untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan, sehingga dapat menekan keluar-masuknya karyawan.

PT. Z merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor perawatan rumah tangga dan tubuh. Laju keluar masuk karyawan pada PT. Z cukup tinggi, terutama fungsi marketing dan sales. Hampir tiap bulan selalu ada yang keluar dan masuk, sehingga biaya rekrutmen, seleksi dan pelatihan pun cukup tinggi. Oleh karena itu perusahaan ingin mengetahui dan ingin melakukan evaluasi terkait tingkat keluar masuk karyawan yang cukup sering tersebut. Marketing dan sales merupakan fungsi yang cukup krusial dalam perusahaan, karena ujung tanduk perusahaan. Pekerjaan utama marketing dan sales adalah memberikan berbagai informasi dan memasarkan barang yang dibutuhkan oleh customer. Selain itu setiap pekerja di fungsi marketing dan sales memiliki target penjualan yang cukup tinggi yang harus dipenuhi, baik itu target bulanan, semester ataupun tahunan. Hal ini lah yang menjadi salah satu penyebab tekanan pekerjaan pada fungsi marketing dan sales cukup tinggi, yang terkadang beberapa karyawan tampak menyerah jika merasa tidak bisa menyelesaikan target tersebut yang berakibat pada pemikiran keluar dari perusahaan. Keluar dari perusahaan merupakan salah satu pertanda bahwa karyawan tidak memiliki *work engagement* yang tinggi. *Engagement* merupakan keadaan dimana karyawan mempersepsikan dirinya, pekerjaannya dan hubungan keduanya (Luthans dalam N, Shandy Olivia & Prihatsanti, 2017). Seorang karyawan yang memiliki *work engagement* maka akan memiliki kerelaan bekerja keras, terlibat dengan sepenuh hati dalam tugas yang diberikan, mengambil tindakan sukarela dan menunjukkan sedikit atau tidak ada hal yang tidak disukai perusahaan.

Konsep *work engagement* sangat luas, yang terdiri dari berbagai konsep multidimensional dan pengalaman yang melibatkan perasaan, kognisi, dan perilaku. Karyawan yang memiliki keterlibatan tinggi, memiliki tingkat energi dan antusias yang tinggi untuk terlibat dalam pekerjaan mereka (Bakker, A. B., & Leiter, 2014). Selain itu mereka juga menyukai pekerjaan, terlibat dalam pekerjaan, dan melihat masalah sebagai tantangan. Setiap karyawan memiliki tingkat terikatannya yang berbeda tergantung pada level *trait* atau pandangan seseorang yang akan berbeda satu sama lain (Bakker, A. B., & Leiter, 2014). Seperti penelitian yang dilakukan oleh N, Shandy Olivia & Prihatsanti (2017) yang menunjukkan bahwa *work engagement* berkorelasi secara positif dengan iklim organisasi. Semakin positif iklim organisasi yang ada maka semakin tinggi pula *work engagement* yang dimiliki. Semakin banyak aspek pekerjaan yang sesuai dengan karyawan semakin tinggi tingkat keterikatannya. *Work engagement* terbentuk karena karyawan merasa sesuai dengan pekerjaan yang ia tekuni.

Pekerjaan yang sesuai dengan karakteristik karyawan diharapkan dapat membuat karyawan merasa betah berada di perusahaan dan memiliki keterikatan. *Job fit* bagi karyawan dapat dilihat dari *skill*, *ability* dan *knowledge* yang dimiliki karyawan dalam kaitannya dengan tugas pekerjaannya atau biasanya dikenal dengan *person-job fit (P-J Fit)*.

Person-Job Fit adalah suatu kondisi yang menggambarkan kesesuaian antara keterampilan dan persyaratan pekerjaan karyawan, kebutuhan karyawan dan apa yang dapat ditawarkan pekerjaan kepada karyawan (Cable & DeRue, 2002). Menurut Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D. (2005) kesesuaian dapat dilihat secara objektif maupun subjektif. Kecocokan objektif mengacu pada seberapa cocok karakteristik individu dengan pekerjaan mereka, sementara kesesuaian subjektif memeriksa kecocokan antara pandangan masing-masing karyawan tentang seberapa cocok perasaan mereka dengan pekerjaan mereka. Efek positif dari kesesuaian (Edward dalam Sekiguchi, 2004) adalah peningkatan efisiensi kerja karyawan, penurunan niat karyawan untuk keluar dari pekerjaannya, dan ini termasuk kepuasan kerja. Efek buruk dari ketidakcocokan antara pekerjaan dengan individu memiliki intensi mengundurkan diri yang tinggi (Ilmiah et al., 2019). Hal ini juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti & Ratnaningsih (2020), dimana *Person job fit* memberikan sumbangan efektif terhadap kepuasan kerja karyawan karena telah sesuai dengan karakteristik yang karyawan mau.

Karyawan perlu untuk memahami dan mencocokkan karakteristik serta persepsi dengan pekerjaan, agar memperoleh *performa* yang tinggi dan dapat menikmati apa yang dilakukannya dalam pekerjaan. Jika karyawan merasa telah sesuai dengan pekerjaannya, maka ia akan bisa memaknai pekerjaannya dengan baik. Kebermaknaan kerja didefinisikan sebagai persepsi seseorang terhadap pekerjaannya yang memberikan peran sebagai pemberi tujuan yang lebih tinggi (Dik et al., 2009) dan dimaknai dalam konteks yang lebih spesifik sebagai "panggilan". Pekerja yang memandang pekerjaan mereka sebagai panggilan menunjukkan kepuasan kerja yang lebih tinggi dan menghabiskan lebih banyak waktu di tempat kerja, bahkan ketika pekerjaan itu tidak dibayar (Wrzesniewski et al., 1997). Selain kemajuan profesional dalam organisasi, Anda juga dapat memberikan pengaruh positif yang lebih baik pada lingkungan sosial (Fairlie, 2011).

Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Wardani & Sawitri, (2023) dimana hasil uji hipotesis menggunakan teknik analisis Rank Spearman, menunjukkan angka koefisien korelasi 0,699 dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), maka terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara P-O Fit dan keterikatan kerja pada karyawan milenial BPJS Ketenagakerjaan Pusat. Hubungan yang positif artinya semakin tinggi P-O fit maka semakin tinggi pula keterikatan kerja pada karyawan milenial dan sebaliknya, semakin rendah P-O Fit maka semakin rendah pula keterikatan kerja karyawan milenial. Hasil analisis Rank Spearman menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti, yaitu terdapat hubungan positif yang signifikan antara P-O Fit dan keterikatan kerja pada karyawan milenial BPJS Ketenagakerjaan dapat diterima. Penelitian lain yang dilakukan oleh Noerchoidah et al. (2023) tentang *person-job fit* dengan komitmen karir bahwa mengungkapkan bahwa personal job fit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan kerja dan komitmen karir. Keterlibatan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen karir. Keterlibatan kerja memediasi hubungan antara *personal job fit* dan komitmen karir. Penelitian ini memberikan implikasi bagi semua institusi yang ingin meningkatkan *person-organization fit* dan komitmen karyawannya. Implikasi ini membantu institusi untuk mengambil inisiatif khusus untuk meningkatkan *person job fit* bagi para dosennya, yang selanjutnya akan meningkatkan tingkat komitmen dosennya untuk tetap bertahan di institusinya.

Metode Penelitian

Sesuai jenis data, penelitian ini masuk jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan salah satu penelitian yang sering digunakan dalam sebuah penelitian (Sugiono, 2016). Metode kuantitatif menganalisis data menggunakan statistic karena data dalam penelitian merupakan angka-angka. Selain itu, metode ini juga disebut metode discovery, karena melalui metode ini berbagai iptek baru dapat ditemukan dan dikembangkan.

Lokasi penelitian ini di daerah Surabaya, di PT. Z yang bergerak dalam bidang distributor produk salah satu perawatan rumah tangga dan tubuh. Core bisnisnya adalah melayani berbagai kebutuhan baik dalam bentuk informasi dan barang kepada pelanggan terkait dengan produk perawatan rumah dan tubuh. Sampel penelitian ini adalah karyawan marketing dan sales PT. Z yang berjumlah 32 orang. Teknik pengambilan sampel menurut Margono (2014) ialah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu, diantaranya :

1. Karyawan memiliki masa kerja minimal 6 bulan
2. Berada pada fungsi kerja marketing & sales
3. Pada usia produktif kerja yaitu 20-44 tahun

. Metode pengumpulan data yang terdiri dari kuisisioner/ angket yang diadaptasi dari peneliti terdahulu, observasi, dan wawancara dengan beberapa responden. Untuk kuisisioner person-job fit terdiri dari 7 aitem dengan reliabilitas sebesar 0,86, Work Engagement yang terdiri dari 32 aitem dengan nilai reliabilitas sebesar 0,876. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistic korelasi untuk mengetahui hubungan antar variable, dengan bantuan software SPSS 23.

Hasil Penelitian

Setelah proses pengambilan data dan proses tabulasi data, maka diperoleh subjek penelitian sebanyak 32 orang, dengan komposisi sebagai berikut:

Table 1. Gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin

| Jenis kelamin | Jumlah | Prosentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki-laki | 15 | 46,87% |
| Perempuan | 17 | 53,13% |
| Total | 32 | 100% |

Jika dilihat dari table 1 maka dapat diketahui bahwa jumlah subjek yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 15 orang (46,87%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 17 orang (53,13%). Dan kebanyakan dari subjek penelitian adalah lulusan SMA, seperti yang terlihat pada table dibawah ini:

Tabel 2. Gambaran Subjek penelitian berdasarkan tingkat pendidikan

| Pendidikan | Jumlah | Prosentase |
|-------------------|---------------|-------------------|
| Sarjana | 7 | 21,87% |
| SMA | 25 | 78,13% |
| Total | 32 | 100% |

Bila dilihat dari usia subjek penelitian, rata-rata berada di usia 19 tahun – 28 tahun. Hal ini dikarenakan rata-rata karyawan marketing & sales pada PT. Z merupakan fresh graduate, dengan prosentasi usia 19-23 tahun sebanyak 10 orang dengan prosentase 31,25% , usia 24-28 tahun sebanyak 10 orang (31,25%), dan usia 29-33 tahun sebanyak 5 orang (15,63%), usia 34-38 tahun sebanyak 4 orang (12,5%), serta usia diatas 40 tahun sebanyak 3 orang (9,37%).

Tabel 3. Gambaran Subjek penelitian berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Prosentase |
|------------------------|---------------|-------------------|
| 19-23 tahun | 10 | 31,25% |
| 24-28 tahun | 10 | 31,25% |
| 29-33 tahun | 5 | 15,63% |
| 34-38 tahun | 4 | 12,5% |
| Diatas 40 tahun | 3 | 9,37% |
| Total | 32 | 100% |

Jika dilihat lama masa bekerjanya maka dapat terlihat seperti table dibawah ini:

Table 4. Gambaran subjek penelitian berdasarkan masa kerja

| Masa kerja | Jumlah | Prosentase |
|---------------------|---------------|-------------------|
| < 1 tahun | 5 | 15,63% |
| 1-3 tahun | 5 | 15,63% |
| 4-6 tahun | 10 | 31,25% |
| 7-9 tahun | 9 | 28,12% |
| >10 tahun | 3 | 9,37% |
| Total | 32 | 100% |

Paling banyak bearada pada masa kerja 4-6 tahun dengan jumlah prosentase sebesar 31,25%, dilanjutkan masa kerja 7-9 tahun sebanyak 28,12%, masa kerja 1-3 tahun dan kurang dari 1 tahun sama jumlahnya yaitu sebanyak 15,63% dan masa kerja lebih dari 10 tahun tahun sebanyak 3 orang atau 9,37%. Selanjutnya peneliti melakukan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS 23, dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Table 5. Output pengolahan SPSS korelasi Correlations

| | | person job fit | work engagement |
|-----------------|---------------------|----------------|-----------------|
| person job fit | Pearson Correlation | 1 | .598 |
| | Sig. (2-tailed) | | .029 |
| | N | 32 | 32 |
| work engagement | Pearson Correlation | .598 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .029 | |
| | N | 32 | 32 |

Berdasarkan table output diatas diperoleh nilai sig, (2-tailed) sebesar $0,029 < 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang signifikan, artinya hipotesis yang diajukan diterima, yaitu terdapat hubungan antara *person-job fit* dengan *work engagement* pada karyawan marketing dan sales PT. Z. Selain itu jika dilihat dari hasil r hitung diperoleh nilai sebesar 0,598, jika dibandingkan dengan r table dengan subyek sebanyak 32 orang, didapat nilai sebesar 0,361. Nilai r hitung lebih besar dari r table ($0,598 > 0,362$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan pada kedua variable. Selain itu nilai yang didapat positif, yang artinya terdapat hubungan yang positif antara *person-job fit* dengan *work engagement*, semakin tinggi kecocokan seseorang dengan pekerjaannya maka semakin tinggi pula keterikatan kerja yang dimiliki oleh karyawan.

Pembahasan

Jika melihat pada hasil yang diperoleh di lapangan, maka rata-rata karyawan PT. Z pada fungsi marketing dan sales banyak berjenis kelamin Perempuan, Pendidikan minimal karyawan fungsi ini adalah SMA, usia kebanyakan berada pada rentang 19-28 tahun, dan masa kerja 4-6 tahun. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa karyawan yang memiliki masa kerja yang lama jumlahnya sangat sedikit, hal ini menandakan bahwa memang sering terjadi pergantian karyawan pada divisi tersebut. Hal ini juga senada dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh bagian HRD, dimana fungsi yang sering direkrut dan seleksi adalah fungsi marketing dan sales, karena sering sekali karyawan keluar dan masuk pada bagian tersebut.

Ketika dilakukan wawancara lebih mendalam terkait alasan karyawan fungsi marketing dan sales banyak keluar dikarenakan mereka diterima bekerja pada perusahaan lain dengan fungsi administrasi, atau fungsi lain yang bersifat *backoffice*. Selain itu, beberapa diantaranya ada yang mengatakan alasan keluar karena target di perusahaan baru tidak terlalu besar, perhitungan insentif lebih banyak dan fasilitas yang diterima karyawan lebih baik lagi. Ada beberapa karyawan yang kebetulan akan mengundurkan diri menghadap pada bagian HRD saat peneliti melakukan penelitian, dan diketahui bahwa banyak dari mereka tidak cocok dengan pekerjaan marketing dan sales. Mereka menerima pekerjaan tersebut secara terpaksa agar dapat segera bekerja dan mendapatkan penghasilan. Pada dasarnya mereka tidak suka dan tidak cocok dengan pekerjaan itu, namun terpaksa. Ketika individu memiliki bakat yang tepat untuk pekerjaan itu, ada sedikit keinginan untuk berganti

pekerjaan dan sebaliknya. Karyawan yang memiliki tanggung jawab yang sesuai dengan keahliannya juga menunjukkan hasil yang terbaik dan akan memiliki keterikatan dengan pekerjaan, seperti yang diungkap oleh penelitian yang dilakukan oleh Arum (2022) tentang Person Job Fit dengan Turnover intention.

Bukan hanya itu saja, diketahui pada fungsi marketing dan sales ini ternyata juga kurang memperhatikan keterampilan yang ada pada karyawan, sehingga kurang adanya peningkatan. Keadaan ini sangat berbanding terbalik dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Cable & DeRue (2002) bahwasanya orang yang merasa pendidikan dan keterampilannya jauh melebihi kebutuhan pekerjaan merasa kurang dimanfaatkan dan menganggap remeh pekerjaan tersebut. Oleh karena itu, diharapkan organisasi mengidentifikasi individu-individu yang *low demand* dan memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, sehingga lebih mudah menemukan kecocokan antara orang tersebut dengan pekerjaan. Pelatihan untuk meningkatkan Kompetensi secara positif mempengaruhi keterikatan kerja melalui kepuasan mereka karena mereka merasa bahwa kompetensi mereka menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi untuk berkembang (Nasrul et al., 2020).

Organisasi berperan dalam menetapkan aturan kerja yang harus diikuti karyawan. Karakteristik pekerjaan yang tepat dapat memengaruhi makna karyawan, yang memengaruhi keterlibatan karyawan dengan pekerjaannya. Keterikatan kerja adalah keadaan pikiran terkait pekerjaan yang positif dan memuaskan yang ditandai dengan semangat, dedikasi, dan kepemilikan pekerjaan (Bakker et al., 2014). Keterikatan kerja dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu sumber daya profesional dan sumber daya pribadi. Sumber daya pekerjaan mengacu pada aspek fisik, sosial, atau organisasi pekerjaan yang dapat mengurangi tuntutan pekerjaan dan efek fisik dan psikologis yang terkait pada karyawan (Bakker, 2014). Lingkungan kerja berhubungan positif dengan keterikatan kerja dan prestasi kerja (Sawir et al., 2021). Keterikatan kerja dapat muncul ketika pembagian kerja yang sesuai dengan pekerjaan masing-masing, keterampilan yang sesuai dan kenyamanan saat bekerja.

Secara fisik karyawan berada pada pekerjaannya dan menyenangi pekerjaan tersebut, menjalankan dengan senang hati dan didukung oleh lingkungan sekitarnya yang ada diperusahaan, maka ia pun akan merasakan kesesuaian dan timbulnya keterikatan kerja. Selain itu komitmen organisasi pada pekerja/ *normative commitment* juga akan mempengaruhi keterikatan kerja seperti yang diungkapkan oleh penelitian Batubara et al. (2022). Tingginya *work engagement* akan membuat para karyawan marketing dan sales tetap antusias menjalankan pekerjaannya, meskipun pekerjaan yang dijalannya memiliki target dan mobilitas yang tinggi, Namun hal tersebut bukan dijadikan suatu permasalahan yang berarti.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Person-job fit memiliki hubungan dengan work engagement. Seseorang yang telah cocok karakteristik dalam dirinya dengan pekerjaan akan memunculkan dan meningkatkan work engagement. Semakin tinggi kesesuaian seseorang dengan pekerjaan maka akan semakin tinggi work engagement yang dimilikinya. Besaran korelasi person job fit dengan work engagement sebesar $0,029 < 0,05$.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan pada hasil penelitian yaitu karyawan lebih memahami kecocokan dirinya dengan pekerjaan agar bisa menikmati perannya sebagai sales & marketing sehingga memiliki keterikatan kerja. Perusahaan dapat mengerti peta karyawannya, sehingga bisa memikirkan langkah selanjutnya untuk membuat karyawan memiliki keterikatan. Selain itu perlu adanya evaluasi lebih mendalam mengenai syarat/ kriteria untuk menjadi marketing dan sales, missal terkait gender, agar lebih bisa bertahan lama, proses rekrutment dan seleksi lebih spesifik dan mengedepankan kecocokan antara individu dengan pekerjaan, dan juga mulai untuk mengembangkan keterampilan karyawan dengan memberikan pelatihan/ training, agar karyawan lebih meningkatkan kemampuan dan keterampilannya.

Daftar Pustaka

- Arum, A. I. (2022). Pengaruh Person Organization Fit Terhadap Turnover Intention: Person Job Fit Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 634–647.
- Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2014). *Work engagement: a handbook of essential theory and research*. Psychology press. Psychology press.
- Batubara, M., Aprilingga, F. H., & Fadlillah, A. B. (2022). Organizational Commitment as a Personal Resource in Forming of Work Engagement. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 11(2), 259. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v11i2.7526>
- Cable, D. M., & DeRue, D. S. (2002). The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 875–884. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.5.875>
- Fairlie, P. (2011). Meaningful work, employee engagement, and other key employee outcomes: implications for human resource development. *Advances in Developing Human Resources*, 13(4), 508–525. <https://doi.org/10.1177/1523422311431679>
- Ilmiah, J. P., Isnayni, A., & Salendu, N. A. (2019). Hubungan Antara Kesesuaian Pekerjaan-Individu Terhadap Intensi Mengundurkan Diri Pada Hotel X: Intervensi Job Crafting. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, 11(2), 114–121.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & J. E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: a meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit'. *Personnel Psychology*, (58) 2, 281–342.
- Margono, S. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Rineka Cipta.
- N, Shandy Olivia & Prihatsanti, U. (2017). HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN WORK ENGAGEMENT PADA ANGGOTA SABHARA POLDA JATENG SEMARANG Shandy Olivia N., Unika Prihatsanti. 6(Nomor 4), 354–361.
- Nasrul, E., Masdupi, E., & Syahrizal. (2020). *The Effect of Competencies and Job Stress on Work*

- Engagement with Job Satisfaction as Mediating Variable*. 124(2016), 717–730. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.138>
- Noerchoidah, N., Aripriabowo, T., Nurdina, N., & Alfia, N. (2023). Person Job Fit dan Komitmen Karir: Peran Keterlibatan Kerja. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 20(1), 76. <https://doi.org/10.30651/blc.v20i1.16415>
- Sawir, M., Yasri, & Abror. (2021). The Effect of Stress, Work Environment and Work Engagement on Employee Performance. *Proceedings of the Sixth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2020)*, 179(Piceeba 2020), 606–611. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210616.093>
- Sekiguchi, T. (2004). Person-Organization fit and Person-Job fit in employee selection: A review of the literature. *Osaka Keidai Ronshu*, 54(6), 179–196.
- Stephen, R., & Judge, T. A. (2015). Perilaku organisasi. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Wardani, N. R., & Sawitri, D. R. (2023). Hubungan antara Person-Organization Fit dan Keterikatan Kerja pada Karyawan Milenial BPJS Ketenagakerjaan Pusat. *Jurnal EMPATI*, 12(4), 313–318. <https://doi.org/10.14710/empati.2023.27466>
- Widyastuti, T., & Ratnaningsih, I. Z. (2020). Hubungan Antara Person Job-Fit Dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan Kantor Pusat Bank Jateng Semarang. *Jurnal EMPATI*, 7(3), 907–913. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21746>
- Arum, A. I. (2022). Pengaruh Person Organization Fit Terhadap Turnover Intention: Person Job Fit Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 634–647.
- Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2014). *Work engagement: a handbook of essential theory and research*. Psychology press. Psychology press.
- Batubara, M., Aprilingga, F. H., & Fadlillah, A. B. (2022). Organizational Commitment as a Personal Resource in Forming of Work Engagement. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 11(2), 259. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v11i2.7526>
- Cable, D. M., & DeRue, D. S. (2002). The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 875–884. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.5.875>
- Fairlie, P. (2011). Meaningful work, employee engagement, and other key employee outcomes: implications for human resource development. *Advances in Developing Human Resources*, 13(4), 508–525. <https://doi.org/10.1177/1523422311431679>
- Ilmiah, J. P., Isnayni, A., & Salendu, N. A. (2019). Hubungan Antara Kesesuaian Pekerjaan-Individu Terhadap Intensi Mengundurkan Diri Pada Hotel X: Intervensi Job Crafting. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, 11(2), 114–121.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & J. E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: a meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit'. *Personnel Psychology*, (58) 2, 281–342.
- Margono, S. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Rineka Cipta.
- N, Shandy Olivia & Prihatsanti, U. (2017). HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN WORK ENGAGEMENT PADA ANGGOTA SABHARA POLDA JATENG SEMARANG Shandy Olivia N., Unika Prihatsanti. 6(Nomor 4), 354–361.
- Nasrul, E., Masdupi, E., & Syahrizal. (2020). *The Effect of Competencies and Job Stress on Work Engagement with Job Satisfaction as Mediating Variable*. 124(2016), 717–730.

- <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.138>
- Noerchoidah, N., Aripabowo, T., Nurdina, N., & Alfia, N. (2023). Person Job Fit dan Komitmen Karir: Peran Keterlibatan Kerja. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 20(1), 76. <https://doi.org/10.30651/blc.v20i1.16415>
- Sawir, M., Yasri, & Abror. (2021). The Effect of Stress, Work Environment and Work Engagement on Employee Performance. *Proceedings of the Sixth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2020)*, 179(Piceeba 2020), 606–611. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210616.093>
- Sekiguchi, T. (2004). Person-Organization fit and Person-Job fit in employee selection: A review of the literature. *Osaka Keidai Ronshu*, 54(6), 179–196.
- Stephen, R., & Judge, T. A. (2015). Perilaku organisasi. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Wardani, N. R., & Sawitri, D. R. (2023). Hubungan antara Person-Organization Fit dan Keterikatan Kerja pada Karyawan Milenial BPJS Ketenagakerjaan Pusat. *Jurnal EMPATI*, 12(4), 313–318. <https://doi.org/10.14710/empati.2023.27466>
- Widyastuti, T., & Ratnaningsih, I. Z. (2020). Hubungan Antara Person Job-Fit Dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan Kantor Pusat Bank Jateng Semarang. *Jurnal EMPATI*, 7(3), 907–913. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21746>