

## ANALISIS PEMBERIAN MOTIVASI PADA MEMBER PT. SRIKANDHI JAYATAMA INDONESIA

Rahmawati Riantisari<sup>1)</sup>, Nur Rokhman<sup>2)</sup>, Buya Al Ghazali<sup>3)</sup>

Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Klaten<sup>1</sup>

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta<sup>2</sup>

Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Klaten<sup>3</sup>

email: [rahmawatiriantisari17@gmail.com](mailto:rahmawatiriantisari17@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

*Pemberian motivasi menjadi sesuatu hal yang mutlak bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja membernya, namun motivasi dari internal masing-masing member menjadi syarat yang tidak bisa diabaikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberian motivasi pada member yang dilakukan oleh PT. Srikandhi Jayatama Indonesia. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Data didapat melalui hasil wawancara secara langsung oleh pemilik dari PT. Srikandhi Jayatama Indonesia. Analisis pemberian motivasi didasarkan pada teori David McClelland. Adapun hasilnya adalah klasifikasi member, pemberian bonus, rumah, dan reward akan menaikkan kebutuhan prestasi. PT. SJI menyediakan complaint member center untuk member terkait dengan perilaku leader yang tidak sesuai dengan SOP, member bisa langsung melaporkan ke perusahaan dan adanya pertemuan berkala antar para member. Kebutuhan akan kekuasaan diberikan oleh PT. SJI untuk leader-leader seperti pelatihan focus meeting, pelatihan leadership program dan seminar penjualan untuk menginspirasi orang lain. Implikasinya pemberian motivasi yang dilakukan bukan hanya untuk meningkatkan kinerja tetapi untuk tetap mempertahankan kinerja yang tinggi dari member PT.SJI.*

**Kata Kunci :** Motivasi, Member, PT. Srikandhi Jayatama Indonesia

### PENDAHULUAN

*Multi Level Marketing (MLM)* merupakan strategi bisnis yang sistem penjualan berstrata. Dikatakan berstrata karena struktur penjualannya berbentuk piramida yang artinya untuk tingkatan paling atas memiliki kedudukan yang paling tinggi dan bertugas untuk memasarkan produk atau barang ke calon anggota dan seterusnya sampai anggota yang paling atas bisa mendapatkan jaringan-jaringan pemasaran dari anggota lain yang berada dibawahnya. Sekilas bisa terbaca pada bisnis MLM konsumen bukan hanya sebagai pengguna akhir, tetapi ada maksud lain yaitu sebagai alat distribusi dari produk/barang tersebut.

Bisnis MLM di Indonesia terus mengalami kenaikan, seperti yang di ungkapkan oleh Ketua Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung (AP2LI) sepanjang tahun penjualan bisnis MLM mengalami kenaikan sebesar 10% (Kontan, 20 Februari 2020). Hal tersebut memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. Menteri Perdagangan RI dalam *event* APLI Exhibition 2022 mengungkapkan bahwa 5,01% bisnis MLM meyumbang untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Peningkatan bisnis MLM ini tentunya dikarenakan bisnis MLM memiliki suatu kemudahan untuk menjalankannya di *era digital* seperti sekarang ini. Adapun kemudahannya untuk menjadi anggota MLM yaitu bisnis MLM dapat dijalankan oleh

berbagai latar belakang pendidikan, bisa dijalankan oleh berbagai latar belakang profesi mulai dari ibu rumah tangga, remaja sampai karyawan, bisa dijalankan oleh pria maupun wanita, tidak memerlukan stok barang dan modal usaha kecil. Selain faktor kemudahan, ada faktor lain yang menjadi daya tarik dalam bisnis MLM tersebut salah satunya adalah pemberian motivasi cara kepada member atau anggota untuk semangat dalam berjualan dan mencari member lain.

Pemberian motivasi menjadi kunci dari keberhasilan bisnis MLM. Motivasi yang diberikan harus motivasi yang berhasil meningkatkan penjualan member atau anggotanya. Terkait dengan pemberian motivasi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Srikandhi Jayatama Indonesia (PT.SJI). Penelitian ini akan mengkaji terkait pemberian motivasi apa saja yang diberikan untuk member PT. SJI.

### **Motivasi**

Motivasi merupakan kekuatan yang ada dalam diri seseorang yang dapat dikembangkan oleh dirinya sendiri atau diluar dirinya, yang bisa dipengaruhi oleh faktor finansial dan faktor non finansial (Hamali, 2016). Motivasi dapat diartikan sebagai energi seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan antusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam individu itu sendiri maupun dari luar individu (Titisari, 2014). Motivasi yang tinggi dipengaruhi oleh beberapa alasan sehingga menimbulkan kekuatan yang mengarahkan perilaku seseorang untuk berperilaku sesuai dengan tujuan tertentu (Edison, 2018).

### **Siklus Motivasi**

Siklus motivasi terdiri dari kebutuhan (*needs*), dorongan (*drives*) dan tujuan (*goals*) (Edison, 2018) Berikut penjelasannya.

- a) Kebutuhan (*needs*)  
Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai kekurangan. Kekurangan yang dimaksud dalam hal ini merupakan kondisi ketidakseimbangan secara psikologis.
- b) Dorongan (*drives*)  
Dorongan dapat didefinisikan sebagai suatu aksi dan memberikan dorongan energi ke arah tujuan penyelesaian. Contohnya kebutuhan untuk minum maka dorongannya adalah rasa haus. Kebutuhan untuk berteman, dorongannya berkumpul dan bersosialisasi.
- c) Tujuan (*Goals*)  
Tujuan merupakan akhir dari siklus motivasi. Tujuan sebagai sesuatu yang dapat meringankan kebutuhan dan dorongan. Oleh karena ini tujuan dapat mengembalikan keseimbangan fisiologis individu. Contoh makan, minum dan lain sebagainya.

### **Prinsip-Prinsip Motivasi**

Dalam memberikan motivasi, tentunya harus mengetahui terlebih dahulu terkait prinsip-prinsip motivasi. Menurut (Hamali, 2016) prinsip-prinsip motivasi sebagai berikut:

- a) Prinsip partisipasi  
Dalam memotivasi, pegawai perlu diberikan kesempatan untuk ikut serta dalam menentukan tujuan yang akan dicapai.
- b) Prinsip komunikasi  
Pimpinan perlu mengkomunikasikan ke bawahan terkait tujuan apa yang akan dicapai dengan informasi yang jelas.

- c) Prinsip mengakui andil bawahan  
Seorang pimpinan harus mempunyai rasa, bahwa bawahan turut andil dalam pencapaian tujuan organisasi.
- d) Prinsip pendelegasian wewenang  
Pimpinan memberikan wewenang kepada bawahan untuk wewenang dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pekerjaannya.
- e) Prinsip memberi perhatian  
Pimpinan memberikan perhatian terhadap apa yang diinginkan pegawai, akan memotivasi karyawan bekerja apa yang diharapkan oleh pimpinan.

### **Penelitian Terdahulu**

David McClelland mengemukakan bahwa motivasi seorang individu didasarkan pada kebutuhan prestasi, kebutuhan kekuasaan dan kebutuhan afiliasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Baptista, Formigoni, Silva, Stettiner, & Novais, 2021) teori tersebut terbukti bermanfaat dan dapat diterapkan dalam perusahaan dan menjadi alat yang paling kuat untuk menganalisis kebutuhan tim, karena pemahamannya yang mudah dan dapat mencapai hubungan yang baik antar karyawan. Dalam penelitian (Herliana & Suhendi, 2021) menemukan bahwa didalam teori motivasi David McClelland terdapat faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam individu seperti kepuasan kerja, tanggung jawab, harga diri, prestasi dan harapan. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar individu meliputi hubungan interpersonal, kerja tim, kondisi kerja, dan jenis sifat pekerjaan. Kebutuhan kekuasaan merupakan penggerak motivasi yang merangsang dan menjadi penggerak karyawan untuk bersemangat dalam bekerja dan menjadi penggerak kemampuannya untuk mencapai kepuasan (Romawati, Supriadi, & Setyadi, 2022). Kebutuhan prestasi merupakan penggerak potensi individu untuk mencapai prestasi yang setinggi-tingginya. Kebutuhan berafiliasi merupakan kekuatan internal individu untuk menjali hubungan dengan orang lain seperti hubungan pertemanan, kerjasama bisnis dan lain sebagainya (Asari1, 2021).

### **METODOLOGI**

#### **Batasan Masalah**

Penelitian ini membatasi masalah pada pemberian motivasi PT. Srikandhi Jayatama Indonesia (PT.SJI).

#### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah dan hasil penelitiannya lebih kepada makna atau arti. Dalam metode penelitian ini terdiri dari jenis penelitian, definisi konsep dan definisi operasional.

- a) Jenis penelitian, termasuk penelitian analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena maupun fakta dari populasi atau sampel yang diteliti (Syahza, 2021)
- b) Definisi Konsep  
Menurut David McClelland (Edison, 2018) motivasi berkaitan erat dengan konsep belajar. Banyak kebutuhan diperoleh melalui kebudayaan
- c) Definisi Operasional

Pengukuran motivasi menurut David McClelland (Edison, 2018) ada 3 diantaranya sebagai berikut:

- 1) **Kebutuhan akan prestasi (*Need for achievement*)**  
Kebutuhan berprestasi adalah kebutuhan seseorang untuk mencapai prestasi yang signifikan, menguasai berbagai keterampilan dan memiliki keahlian yang tinggi. Orang dengan *n-ach* yang tinggi biasanya ingin menghadapi tantangan yang baru dan berjuang untuk kebebasan yang besar. Seseorang dengan *n-ach* yang tinggi disebabkan antara lain tingkat pujian, penghargaan yang lebih tinggi, emosi positif, kepuasan, bekerja keras dan kemauan untuk menghadapi tantangan. **Kebutuhan Rasa Aman**  
Kebutuhan rasa aman meliputi semua kebutuhan terhadap lingkungan yang aman dan terlindungi baik secara fisik maupun secara emosional.
- 2) **Kebutuhan Afiliasi (*Need for affiliation*)**  
Kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan yang didasari oleh keinginan untuk mendapatkan atau menjalankan hubungan yang baik dengan orang lain.
- 3) **Kebutuhan kekuasaan (*Need for power*)**  
Kebutuhan akan kekuasaan didasarkan pada keinginan seseorang untuk mengendalikan dan memimpin orang lain.

### **Obyek dan Subyek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah mekanisme pemberian motivasi member yang diberikan oleh PT. SJI. Sedangkan subyek penelitian ini adalah *owner* dari PT. SJI dan member PT. SJI.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Non probability sampling* digunakan karena penelitian ini tidak memberikan kesempatan anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2018). *Purposive sampling* dipilih karena sampel yang dipilih karena berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut diantaranya untuk *owner* didasarkan pada kepemilikan. Sedangkan untuk member didasarkan pada tingkatan tertinggi dari level member. Berdasarkan metode tersebut maka yang akan dijadikan sampel adalah *owner* PT.SJI dan member pada level Saphire yang berjumlah 5 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Berikut penjelasan dari metode pengumpulan data. Wawancara akan dilakukan ke *owner* dan member saphire PT. SJI untuk mengetahui *gap* penelitian.

- a) **Wawancara terstruktur**  
Wawancara terstruktur dilakukan dengan menyiapkan instrumen-instrumen pertanyaan tertulis.
- b) **Wawancara tidak terstruktur**  
Wawancara tidak terstruktur digunakan sebelum wawancara terstruktur dimulai. Wawancara terstruktur dapat berupa pertanyaan pendahuluan sebelum masuk ke inti masalah.
- c) **Dokumentasi**

Untuk mendukung keakuratan dari penelitian ini, maka diperlukan bukti dokumentasi dalam bentuk tulisan dan rekaman suara.

### **Metode Analisis**

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif digunakan untuk mencari gambaran terhadap obyek yang diteliti yaitu motivasi apa yang diberikan oleh *owner* PT.SJI.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

PT. Srikandhi Jayatama Indonesia adalah suatu Perseroan Terbatas yang didirikan berdasarkan ketentuan Hukum Negara Republik Indonesia yang berkedudukan di Sukoharjo, Jawa Tengah. Perusahaan memasarkan produk dengan penjualan system penjualan langsung. Surat Ijin Penjualan Langsung (SIUPL) memiliki nomor sertifikat 40/SIPT/SIUPL/06/2019. Terdaftar menjadi anggota Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia (AP2LI). Pada awalnya *owner* 8 tahun menjadi member di perusahaan MLM. Awalnya membuka perusahaan konvensional, pertama membuka bimbingan belajar seperti Ganesha Operation dan Primagama namun tidak laku karena para orang tua lebih percaya pada bimbel GO dan primagama. Usaha yang kedua yaitu membuka usaha penjualan jaket angkatan. Kemudian membuat distro sendiri utamanya adalah clothing. Mengumpulkan penjahit-penjahit kain perca untuk diberdayakan, kemudian diajarkan untuk membuat jaket. Kemudian ada satu pelanggan yang datang memesan kemeja jumlah 80 pcs dan ternyata pelanggan tersebut adalah seorang pebisnis MLM, kemudian tertarik juga untuk bergabung di perusahaan MLM tersebut untuk mencari member. Pertama hanya coba-coba dan tidak terduga 2 minggu dijalankan sudah ada perkembangan member. Akhirnya mencoba untuk membuat perusahaan MLM sendiri. Tahun 2018 setelah terjadi kasus first travel yang mencuat, keluar aturan pemerintah untuk seluruh bisnis MLM harus mempunyai produk ril. Akhirnya memutuskan untuk membuat produk kosmetik. Dipilih produk kosmetik karena repeat order-nya cepat. Tahun 2019 izin SIUPL keluar dari yang awalnya 2 produk sampai sekarang sudah 24 produk.

PT. SJI awalnya bergerak dibidang kosmetik, pangsa pasarnya adalah wanita karena wanita tidak bosan cantik, wanita membeli kosmetik karena keinginan saja, bisa karena diskon, ikut teman dll. Wanita cenderung konsumtif, setelah sandang, pangan dan papan selanjutnya adalah skincare. Bahkan saat krisis moter tahun 1998 bisnis kosmetik tetap bisa bertahan. Dari awalnya kosmetik, kemudian pada saat pandemi covid-19 muncul, banyak obat-obat yang dipalsukan, vitamin yang dipalsukan. Dari situ pemilik sadar kebutuhan paling dasar manusia adalah kesehatan, maka bisnis mulai melebarkan ke arah suplemen kesehatan seperti vitamin dan biopropolis. Kesimpulannya sampai saat ini PT. SJI mempunyai 2 core bisnis yaitu kosmetik dan kesehatan. PT. SJI sudah memiliki izin SIUPL (Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung) PT. SJI sudah mempunyai ijin tersebut, sudah mempunyai ijin AP2LI (Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia) dan terdaftar di KADIN. Dari sisi produk sudah ada ijin BPOM .

### **Analisis Pemberian Motivasi Pada Member PT. Srikandhi Jayatama Indonesia (PT.SJI)**

Hasil analisis motivasi PT. SJI didasarkan pada teori David McClland, yang berpendapat bahwa seseorang termotivasi untuk mencapai tujuan didasarkan pada kebutuhan prestasi, kebutuhan afiliasi dan kebutuhan kekuasaan.

**a) Kebutuhan akan prestasi (*Need for achievement*)**

Kebutuhan berprestasi adalah kebutuhan seseorang untuk mencapai prestasi yang signifikan, menguasai berbagai keterampilan dan memiliki keahlian yang tinggi. Orang dengan *n-ach* yang tinggi biasanya ingin menghadapi tantangan yang baru dan berjuang untuk kebebasan yang besar. Seseorang dengan *n-ach* yang tinggi disebabkan antara lain tingkat pujian, penghargaan yang lebih tinggi, emosi positif, kepuasan, bekerja keras dan kemauan untuk menghadapi tantangan. Dalam hal ini PT. SJI memenuhi motivasi tersebut dengan cara membuat klasifikasi member yaitu:

- 1) *New member*, yaitu member yang membeli produk Le diamond hanya untuk dikonsumsi pribadi.
- 2) *Gold leader*, yaitu member yang memperoleh keuntungan 10 juta - 40 juta.
- 3) *Emerald leader* yaitu member dengan keuntungan 40 juta - 100 juta.
- 4) *Sapphire leader* yaitu member dengan keuntungan 100 juta – 500 juta.

Klasifikasi member tersebut didasarkan pada penjualan produk terbanyak, jaringan terbanyak dan bonus yang diterima. Terdapat 2 bonus yang diberikan oleh PT. SJI yaitu bonus sponsor dan bonus pasangan. Bonus sponsor yaitu bonus yang diberikan apabila menjual satu produk untuk menarik member lainnya. Sedangkan bonus pasangan merupakan bonus yang diberikan apabila member atau jaringan yang berada dibawahnya menjual produknya ke calon member baru. Selain bonus untuk meningkatkan prestasi membernya, PT SJI memberikan reward atau penghargaan meliputi dana kepemimpinan, trip ke Thailand, motor, *handphone*, top omset nasional dan rumah. Semakin naik posisi keanggotaan, semakin meningkat pula bonus yang diberikan. Klasifikasi member tersebut diharapkan dapat menjadi tantangan bagi member dan memicu member untuk bekerja keras dalam meningkatkan prestasinya.

**b) Kebutuhan Afiliasi (*Need for affiliation*)**

Kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan yang didasari oleh keinginan untuk mendapatkan atau menjalankan hubungan yang baik dengan orang lain. Didalam PT. SJI biasanya setiap leader sapphire mereka akan membentuk tim tim sendiri seperti famous team, desavior team, mahkota team, eagle team dll. Sebenarnya hanya untuk menandai siapa leadernya. Terkadang memang akhirnya bersaing secara tim/komunitas. Namun karena PT. SJI ini ada program *pull sharing nasional*, dimana omset nasional 1% akan menjadi milik mereka (para leader sapphire) sehingga persaingan tersebut dapat dihindari. Selain adanya program *pull sharing nasional*, PT. SJI menyediakan *complaint member center* untuk member terkait dengan perilaku leader yang tidak sesuai dengan SOP, member bisa langsung melaporkan ke perusahaan. Selain itu, PT. SJI juga sering mengadakan pertemuan berkala antar member untuk membangun tali silaturahmi. Hal tersebut dilakukan oleh PT. SJI dengan harapan hubungan antar member dapat terjalin dengan baik.

**c) Kebutuhan kekuasaan (*Need for power*)**

Kebutuhan akan kekuasaan didasarkan pada keinginan seseorang untuk mengendalikan dan memimpin orang lain. PT. SJI memberikan kewenangan lebih bagi member yang sudah berada posisi leader untuk mengendalikan jaringan-jaringan atau orang-orang yang berada dibawahnya. Tentunya untuk mengendalikan jaringan yang berada dibawahnya, PT SJI memberikan bekal untuk leader-leader menjadi seorang pemimpin seperti pelatihan *focus meeting* , pelatihan *leadership program* dan seminar penjualan untuk menginspirasi orang lain. Kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan akan interaksi sosial, saling memotivasi dan

kebersamaan. Kebutuhan afiliasi menjadi dasar untuk kebutuhan *need of power* karena, syarat *need of power* harus ada *need afiliasi*. Klasifikasi member tentunya terbentuk dari adanya *leader-leader* yang menaungi para member. *Leader* membutuhkan anggota tim yang saling membantu, menguatkan dan memotivasi untuk pencapaian tujuan. *Leader* bukan hanya memiliki kekuasaan. Namun *leader* harus mampu mengarahkan dan menyusun strategi untuk mencapai tujuan. Maka, kekuasaan atau power tidak cukup untuk menjadi seorang *leader*. *Leader* harus memiliki kemampuan yang lebih dan prestasi yang lebih unggul maka, *leader* memiliki syarat kebutuhan yaitu *need achievement*.

## SIMPULAN

Hasil analisis penelitian memberikan kesimpulan bahwa sebenarnya motivasi untuk berbisnis sudah ada dari dalam individu masing-masing. Sehingga dalam hal tersebut, pemberian motivasi yang dilakukan oleh PT. SJI hanya menjadi sarana para member untuk mencapai tujuan. Seperti yang sudah dibahas bahwa dengan adanya klasifikasi member, reward, bonus dan hubungan yang baik antar anggota, dapat meningkatkan prestasi baik finansial maupun non finansial. Peningkatan prestasi tentunya akan berimbas pada kenaikan kebanggaan member menjadi pimpinan (*leader*).

## Saran

Selama ini PT.SJI sudah melakukan motivasi dengan baik misalnya, melalui pemberian reward, bonus, tour ke luar negeri, pemberian handphone dan pemberian rumah. Namun, tidak cukup dengan pemberian motivasi saja. Hal terpenting selain motivasi adalah bagaimana PT.SJI bisa mempertahankan motivasi member-membarnya untuk tetap terus meningkatkan kinerjanya. Misalnya membuat analisis kinerja member yang terukur dan melakukan evaluasi kinerja dari member.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asari1, A. R. (2021). The discourse of organization change at the perspective of david mc clelland ' s achievement motivation theory. *International Journal of Multi Science*, 2(6), 56–62. Retrieved from <https://multisciencejournal.com/index.php/ijm/issue/view/20>
- Baptista, J. A. D. A., Formigoni, A., Silva, S. A. da, Stettiner, C. F., & Novais, R. A. B. de. (2021). Analysis of the Theory of Acquired Needs from McClelland as a Means of Work Satisfaction. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 3, 54–59. <https://doi.org/10.51703/bm.v3i2.48>
- Edison, E. dkk. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Herliana, N., & Suhendi, A. (2021). Factors of Personal Motivation in Eric Ramiro Kirsten'S Movie Script Midnight Sun. *Journal of Language*, 3(2), 196–207. <https://doi.org/10.30743/jol.v3i2.4550>
- Romawati, N., Supriadi, B., & Setyadi, M. C. S. (2022). Analysis of Transformational Leadership Style and Job Motivation on Employee Performance with Job Satisfaction as Intervening Variables in Ijen Suites Resort and Convention Hotel Malang. *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 5(8), 215–222. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2022.v05i08.003>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*.
- Titisari, P. (2014). *Peran Organizational Citizenship Behavior (OCB) Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.