

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *employee voice behavior* pada karyawan Gen Z perusahaan *startup* di Jabodetabek berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwasanya karyawan Gen Z perusahaan *startup* di Jabodetabek cenderung proaktif dan responsif dalam menyampaikan pendapat baik berupa saran, ide, ataupun kritikan. Kemudian kedua dimensi *employee voice behavior*, yaitu *promotive voice* dan *prohibitive voice*, berada pada kategori tinggi. Namun, berdasarkan perolehan rata-rata empirik didapatkan hasil bahwa *promotive voice* cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan *prohibitive voice*. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Gen Z di perusahaan *startup* lebih cenderung melakukan *promotive voice* atau memberikan masukan, ide dan saran dibandingkan *prohibitive voice* berupa kritikan atau penolakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang diajukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut.

5.2.1 Saran Metodologis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran metodologis sebagai pertimbangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua dimensi *employee voice behavior*, yaitu *promotive voice* dan *prohibitive voice* sama-sama berada pada kategori tinggi tanpa adanya perbedaan yang berarti. Maka penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif lanjutan seperti uji korelasi, uji regresi, dan uji perbedaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan pada masing-masing dimensi.

2. Penelitian ini merupakan kontribusi awal dalam melihat gambaran *employee voice behavior* berdasarkan karakteristik demografis responden. Oleh sebab itu, peneliti yang memiliki ketertarikan pada topik ini dapat lebih mengkaji serta mempelajari variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi *employee voice behavior* pada karyawan seperti *psychological safety*, *leadership style* dan *perceived organizational support* sehingga dapat memperkaya data penelitian khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran praktis sebagai pertimbangan *employee voice behavior* pada karyawan Gen Z perusahaan *startup* di Jabodetabek, antara lain:

1. Bagi Karyawan

Hasil penelitian yang dilihat berdasarkan mean masing-masing aitem, diperoleh bahwa karyawan cenderung lebih nyaman dalam menyampaikan saran demi kemajuan perusahaan dibandingkan dengan

menyampaikan kritik yang berpotensi menyinggung orang lain, walaupun kritik tersebut penting dalam meningkatkan efisiensi kerja. Oleh sebab itu karyawan perlu meningkatkan *psychological empowerment* dan *self-efficacy* dengan cara mempelajari bagaimana menyampaikan kritik konstruktif tanpa menimbulkan konflik interpersonal dan menyadari bahwa kritik yang disampaikan secara tepat akan berpengaruh pada perbaikan dan efisiensi perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *promotive voice* dan *prohibitive voice* berada pada kategori tinggi, namun mean *promotive voice* menunjukkan nilai yang lebih tinggi. Oleh sebab itu perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat *employee voice behavior* khususnya pada *prohibitive voice* dengan cara mendorong peningkatan *self-awareness* karyawan di semua jenjang jabatan, terutama pada jabatan *staff* dan *supervisor* dengan cara memfasilitasi komunikasi terbuka dan membangun budaya *feedback* yang positif agar karyawan lebih terbuka dalam mengungkapkan kekhawatiran dan kritikan di perusahaan. Kemudian perusahaan diharapkan dapat memberi wadah program pengembangan diri dan menciptakan lingkungan yang terbuka agar dapat meningkatkan perasaan aman karyawan secara psikologis dalam bersuara.