

Identifikasi Tingkat *Burnout* Tenaga *Marketing* sebuah Perusahaan *Real Estate* Menengah ke Atas

Daniel Christanto¹, Nyoman Sutapa²

Abstract: The existence of the COVID-19 pandemic has made real estate companies experience obstacles or difficulties in selling their properties, so they are more focused on promoting and marketing the company through an online system. This has an impact on increasing the work of marketing personnel because they focus more on online systems in promoting and marketing the company. This study aims to determine the level of burnout of marketing personnel during the COVID-19 pandemic. The data collection technique was carried out using a questionnaire distributed online in the form of a google form. Data processing was carried out using descriptive statistics and ANOVA to analyze the differences and calculate the burnout weights of workers in real estate companies. The level of heavy burnout consists of workers with the most female sex with staff positions aged 25-40 years. Most of the workers are married with 1 child. Education of graduates at most diploma-S1 majoring in business management, marketing, design, communication science, industrial engineering with a length of work < 6 years.

Keywords: marketing personnel; real estate; burnout rate

Pendahuluan

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *real estate* yaitu perusahaan developer yang bergerak dalam bidang *real estate*. Adanya pandemi COVID-19 ini membuat perusahaan mengalami kendala dalam menjualkan propertinya karena menurunnya pasar properti, menurunnya pasar properti dikarenakan masyarakat lebih sensitif dalam mengeluarkan uang di masa pandemi ini. Perusahaan lebih fokus mempromosikan dan memasarkan propertinya melalui sistem *online*, oleh karena adanya usaha mengurangi penyebaran virus COVID-19. Hal ini berdampak pada menambahnya pekerjaan para pekerja *marketing*. Pekerjaan tambahan seperti pengumpulan ide-ide konten dan promosi yang menarik, serta *editing* untuk mempromosikan perusahaan melalui sistem *online*. Ide-ide promosi yaitu seperti inovasi dari perusahaan yang cocok dalam masa pandemi COVID-19 yaitu berupa promosi properti dengan harga yang terjangkau. Oleh karena dengan adanya promosi properti dengan harga yang terjangkau, maka otomatis pekerja harus fokus memikirkan

promosi dengan harga rumah yang lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas. Pekerjaan tambahan ini dapat menyebabkan para pekerja mengalami *burnout* karena bekerja hingga larut malam atau lembur.

Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan di dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *analysis of variance* (ANOVA). Proses-proses metode dari ANOVA adalah sebagai berikut.

Membuat Kuesioner

Dalam membuat kuesioner diperlukan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik dengan tujuan mendukung dan menunjang penelitian. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai karakteristik dan indikator *burnout*. Pertanyaan mengenai karakteristik yaitu seperti jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, bidang pendidikan, status, jumlah anak, posisi pekerja dan lama bekerja. Pertanyaan mengenai indikator *burnout* terdiri dari 4 dimensi yaitu kelelahan fisik, kelelahan emosional, depersonalisasi dan rendahnya penghargaan terhadap diri sendiri (Tully *et al.*[1]). Setelah proses ini, penelitian akan dilanjutkan ke tahap penyebaran kuesioner.

^{1,2} Fakultas Teknologi Industri, Program Studi Teknik Industri, Universitas Kristen Petra. Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236. Email:christantodaniel1500@gmail.com, mantapa@petra.ac.id

Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner yang sudah dibuat akan disebar kepada para pekerja bagian *marketing* di perusahaan *real estate*. Kuesioner disebar kepada para pekerja melalui *google form*. Setelah peneliti melakukan tahap menyebar kuesioner, maka penelitian akan dilanjutkan ke tahap uji validitas dan reliabilitas.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk dapat mengetahui pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuesioner valid dan reliabel atau konsisten untuk disebar kepada responden yaitu para pekerja. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS statistics 21. Data yang valid, jika memiliki nilai r hitung *pearson correlation* lebih besar dari pada r tabel (r hitung $>$ r tabel). Data yang reliabel, jika nilai pada *cronbach alpha* $>$ 0,6 (Mudiantono [2]). Jika data masih dinyatakan belum valid dan reliabel, maka dilakukan revisi atau pembuangan pada soal yang tidak valid. Setelah data sudah valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya yaitu dengan mendeskripsikan jawaban responden yang sudah didapat.

Mendeskripsikan Jawaban Responden

Dari data-data yang sudah didapat melalui menyebarkan kuesioner, maka akan dilakukan pendeskripsian jawaban dari responden. Pendeskripsian jawaban responden berupa pengelompokan setiap pertanyaan indikator dimensi masing-masing, frekuensi jawaban dari seluruh responden dan mean. Analisa deskriptif jawaban responden bertujuan untuk dapat mendeskripsikan dan menyimpulkan dari berbagai jawaban responden yang sudah didapatkan. Analisa deskriptif jawaban responden terdiri dari 4 dimensi yaitu dimensi kelelahan fisik, kelelahan emosional, depersonalisasi dan rendahnya terhadap penghargaan diri sendiri. Setelah mendeskripsikan jawaban responden, maka langkah selanjut yaitu mengolah kuesioner.

Mengolah Kuesioner

Pada tahap ini, dilakukan pengolahan data dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada pekerja di perusahaan *real estate*. Dari data-data yang sudah didapatkan melalui kuesioner, maka dapat terlihat keluhan dari para pekerja. Mengolah kuesioner dilakukan dengan menggunakan software IBM

SPSS statistics 21. Pengolahan kuesioner berupa uji ANOVA dilakukan dengan tujuan untuk dapat menguji perbedaan antara pertanyaan karakteristik dengan seluruh pertanyaan indikator. Melalui uji ANOVA, maka dapat dilihat terdapat perbedaan atau tidak antara pertanyaan karakteristik responden dan seluruh pertanyaan indikator. Setelah mengolah data berdasarkan metode uji ANOVA, maka langkah selanjutnya yaitu menghitung bobot tingkat *burnout* setiap pekerja tenaga *marketing* di perusahaan *real estate*.

Identifikasi Tingkat *Burnout*

Pada tahap ini, dilakukan perhitungan tingkat *burnout* untuk setiap pekerja di perusahaan *real estate*. Data responden yang sudah didapat akan digunakan untuk melakukan perhitungan tingkat *burnout* setiap pekerja. Hasil ini dapat menggambarkan seberapa besar tingkat *burnout* pada pekerja di perusahaan *real estate*. Sehingga dapat dilakukan pengecekan tingkat *burnout* lebih lanjut. Pengecekan tingkat *burnout* dilakukan dengan mengelompokan tingkat *burnout* menjadi 3 kelompok yaitu kelompok ringan, sedang dan berat. Identifikasi tingkat *burnout* akan diurutkan dari yang paling ringan hingga paling berat. Setelah dikelompokan, maka akan dilakukan identifikasi mengenai tingkat *burnout* kelompok ringan, sedang dan berat berdasarkan karakteristik responden.

Hasil dan Pembahasan

Persiapan Pembuatan Kuesioner

Dalam membuat pertanyaan-pertanyaan didalam kuesioner diperlukan pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu sebelum disebar secara menyeluruh. Pertanyaan-pertanyaan didalam kuesioner terdiri dari 30 soal. Terdapat 4 dimensi pertanyaan yaitu kelelahan fisik, kelelahan emosional, depersonalisasi dan rendahnya harga diri. Pengujian validitas dan reliabilitas ini akan dilakukan secara terbatas terlebih dahulu. Pengujian dilakukan secara terbatas dalam arti penyebaran pertanyaan pada kuesioner akan disebar kepada 10-15 responden saja. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan terlebih dahulu apakah pertanyaan-pertanyaan yang ada didalam kuesioner sudah valid dan reliabel, agar mendapatkan hasil yang akurat. Jika terdapat pertanyaan-pertanyaan yang tidak valid di dalam kuesioner, maka yang akan dilakukan revisi atau pembuangan pada pertanyaan-

pertanyaan yang tidak valid tersebut. Berikut merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui apakah kuesioner yang sudah dibuat dan disebar telah tepat dan sesuai dengan penelitian. Uji validitas dilakukan terlebih dahulu kepada 10-15 responden. Dapat dilihat bahwa setiap pertanyaan memiliki nilai *r* hitung *pearson correlation* lebih besar dari pada *r* tabel (*r* hitung > *r* tabel). Sehingga kuesioner yang disebar dapat memberikan hasil yang akurat dan tepat.

Tabel 1. Hasil uji validitas

Pertanyaan	Nilai R Tabel	Nilai R hitung	Keterangan	Pertanyaan	Nilai R Tabel	Nilai R hitung	Keterangan
1	0,632	0,946	Valid	16	0,632	0,976	Valid
2		0,914	Valid	17		0,884	Valid
3		0,914	Valid	18		0,882	Valid
4		0,943	Valid	19		0,750	Valid
5		0,878	Valid	20		0,685	Valid
6		0,896	Valid	21		0,810	Valid
7		0,821	Valid	22		0,976	Valid
8		0,939	Valid	23		0,847	Valid
9		0,939	Valid	24		0,841	Valid
10		0,926	Valid	25		1,000	Valid
11		0,702	Valid	26		0,901	Valid
12		0,670	Valid	27		0,741	Valid
13		0,976	Valid	28		0,968	Valid
14		0,774	Valid	29		0,727	Valid
15		0,769	Valid	30		0,949	Valid

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of item
.971	30

Tabel 2 merupakan hasil dari uji reliabilitas yang terdiri dari 30 pertanyaan indikator *burnout*. Uji reliabilitaas. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan terlebih dahulu kepada 10-15 responden. Dapat dilihat bahwa nilai pada *cronbach alpha* yang didapatkan yaitu sebesar 0,971. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pada *cronbach alpha* > 0,6 maka kuesioner dapat

dinyatakan reliabel. Sehingga kuesioner yang disebar dapat dipercaya dan memiliki konsistensi.

Profil Responden

Tabel 3. Profil responden

Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	46,9 %
	Perempuan	53,1 %
Umur	15 – 24 tahun	12,5 %
	25 - 40 tahun	75,0 %
	41 - 56 tahun	12,5 %
	56 ke atas	0,0 %
Tingkat Pendidikan	SD - SMA	0,0 %
	Diploma – S1	93,8 %
	S2 - ke atas	6,3 %
Bidang Pendidikan	Manajemen Bisnis, Marketing, Desain, Ilmu komunikasi, Teknik Industri	59,4 %
	Teknik Sipil, Teknik Elektro, Arsitek	25,0 %
	Selain yang diatas	15,6 %
Status	Sudah Berkeluarga	43,8 %
	Belum Berkeluarga	56,3 %
Jumlah Anak	0	62,5 %
	1	21,9 %
	2	9,4 %
	3	6,3 %
	atau 4 lebih	0,0 %
Posisi di Perusahaan	Staff	93,8 %
	Manajer	6,3 %
Lama Bekerja	< 6 tahun	75,0 %
	6 – 10 tahun	18,8 %
	> 6 tahun	6,3 %

Responden penelitian ini terdiri dari 32 pekerja *marketing* di perusahaan *real estate* yang berada di provinsi Jawa Timur. Profil responden berisikan pengelompokan dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, bidang pendidikan, status, jumlah anak, posisi di perusahaan dan lama bekerja. Karakteristik responden dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.

Profil responden merupakan karakteristik responden yang sudah dikategorikan berdasarkan persentasenya. Pada profil responden dapat dilihat bahwa untuk kategori jenis kelamin lebih banyak perempuan yaitu sebesar 53,1% dan laki-laki yaitu sebesar 46,9 %. Kategori umur mayoritas adalah generasi Z yaitu dengan rentang umur antara 25 – 40 tahun yaitu sebesar 75%. Kategori tingkat pendidikan mayoritas dengan lulusan pendidikan diploma-S1 yaitu sebesar 93,8% dan S2-ke atas yaitu sebesar 6,3%. Kategori bidang

pendidikan mayoritas dalam jurusan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi dan teknik industri yaitu sebesar 59,4%.

Kategori status pekerja yang sudah berkeluarga yaitu sebesar 43,8% dan yang belum berkeluarga yaitu sebesar 56,3%. Pekerja yang sudah berkeluarga mayoritas belum memiliki anak yaitu sebesar 62,5%, yang memiliki anak sebanyak 1 yaitu sebesar 21,9%, yang memiliki anak sebanyak 2 yaitu sebesar 9,4% dan yang memiliki anak sebanyak 3 yaitu sebesar 6,3%. Untuk kategori posisi di perusahaan, mayoritas pekerja berposisi sebagai *staff* yaitu sebesar 93,8% dan berposisi sebagai manajer yaitu sebesar 6,3% dengan lama bekerja terbanyak < 6 tahun.

Analisa Deskriptif Jawaban Responden

Analisa deskriptif jawaban responden berisikan pertanyaan-pertanyaan dan jawaban yang ada di dalam kuesioner penelitian. Analisa deskriptif jawaban responden bertujuan untuk dapat mendeskripsikan dan menyimpulkan dari berbagai jawaban responden yang sudah didapatkan. Analisa deskriptif jawaban responden terdiri dari 4 dimensi yaitu dimensi kelelahan fisik, kelelahan emosional, depersonalisasi dan rendahnya terhadap penghargaan diri sendiri.

Analisa deskriptif jawaban responden merupakan deskripsi jawaban responden untuk setiap pernyataan, penyebaran jawaban responden dalam persentase setiap skor jawaban 1 sampai dengan 5 dan mean atau rata-ratanya. Dari dimensi kelelahan fisik dapat dilihat bahwa indikasi kelelahan fisik tenaga *marketing* adalah tinggi, dengan sebaran jawaban pada skor 4 dan 5 lebih dari 50% dan rata-rata lebih dari 3,00, ditandai dengan mengantuk (indikator nomor 11), kurang tidur (indikator 12), sakit punggung (indikator 5), dan merasakan tegang pada otot leher dan bahu (indikator 6). Sementara itu indikasi kelelahan fisik tenaga *marketing* adalah rendah, dengan sebaran jawaban pada skor 1 dan 2 lebih dari 50% dan rata-rata kurang dari 3,00, ditandai dengan penglihatan kabur (indikator 10), tekanan darah meningkat (indikator 9), merasakan pilek (indikator 2), batuk (indikator 3), dan merasakan demam (indikator 4). Sedangkan indikasi kelelahan fisik tenaga *marketing* adalah sedang, dengan sebaran jawaban pada skor 3, 2 dan 4 lebih dari 50% dan rata-rata sekitar 3,00, ditandai dengan detak jantung meningkat (indikator 8), lemas (indikator 7), dan kepala pusing (indikator 1).

Dimensi kelelahan emosional dapat dilihat bahwa indikasi kelelahan emosional tenaga *marketing* adalah sedang, dengan sebaran jawaban pada skor 3, 2 dan 4 lebih dari 50% dan rata-rata sekitar 3,00, ditandai mudah marah (indikator 13), suasana hati sering berubah (indikator 14), mudah bosan (indikator 15), sedih (indikator 16), tertekan (indikator 17), frustrasi (indikator 18), sulit konsentrasi (indikator 19), mudah gelisah (indikator 20), pola tidur terganggu (indikator 21) dan pola makan tidak sesuai (indikator 22).

Dimensi depersonalisasi dapat dilihat bahwa indikasi depersonalisasi tenaga *marketing* adalah rendah, dengan sebaran jawaban pada skor 1 dan 2 lebih dari 50% dan rata-rata kurang dari 3,00, ditandai dengan bersikap masa bodoh (indikator 23) dan mengonsumsi rokok (indikator 25). Sedangkan indikasi kelelahan fisik tenaga *marketing* adalah sedang, dengan sebaran jawaban pada skor 3, 2 dan 4 lebih dari 50% dan rata-rata sekitar 3,00, ditandai dengan bersikap cuek atau sedikit berbicara (indikator 24).

Dimensi rendahnya penghargaan terhadap diri sendiri dapat dilihat bahwa indikasi rendah diri tenaga *marketing* adalah rendah, dengan sebaran jawaban pada skor 1 dan 2 lebih dari 50% dan rata-rata kurang dari 3,00, ditandai dengan pekerja tidak pernah melakukan suatu hal yang bermanfaat bagi orang lain (indikator 28) dan merasa tidak berharga pada saat bekerja (indikator 30). Sedangkan indikasi kelelahan fisik tenaga *marketing* adalah sedang, dengan sebaran jawaban pada skor 3, 2 dan 4 lebih dari 50% dan rata-rata sekitar 3,00, ditandai dengan pekerja merasakan tidak pernah puas dengan kinerja diri sendiri (indikator 26), tidak pernah melakukan suatu hal yang bermanfaat bagi diri sendiri (indikator 27) dan tidak percaya diri pada saat bekerja (indikator 29).

Uji Perbedaan Tingkat *Burnout* Berdasarkan Beberapa Kelompok Demografi

Uji beda dilakukan pada perbedaan antara 2 sampel data atau lebih kelompok demografi atau karakteristik responden. Uji beda dilakukan untuk dapat mengetahui rata-rata tingkat *burnout* (beberapa indikator, dimensi dan seluruh indikator *burnout*) diantara 2 atau lebih kelompok demografi berbeda. Metode uji ANOVA dilakukan untuk dapat menguji perbedaan tingkat *burnout* berdasarkan kelompok demografi atau karakteristik responden tertentu. Uji perbedaan tingkat

burnout berdasarkan kelompok jenis kelamin dan status. Berikut merupakan hasil uji ANOVA antara dimensi-dimensi *burnout* dan kelompok jenis kelamin dan status.

Uji Perbedaan Dimensi Kelelahan Fisik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi kelelahan fisik terhadap kelompok karakteristik jenis kelamin, didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,884 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat kelelahan fisik antara tenaga *marketing* jenis kelamin laki-laki dan perempuan saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Kelelahan Emosional Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi kelelahan emosional terhadap kelompok karakteristik jenis kelamin, didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,555 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat kelelahan emosional antara tenaga *marketing* jenis kelamin laki-laki dan perempuan saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Depersonalisasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi depersonalisasi terhadap kelompok karakteristik jenis kelamin, didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,594 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat depersonalisasi antara tenaga *marketing* jenis kelamin laki-laki dan perempuan saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Rendah Diri Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi rendah penghargaan terhadap diri sendiri terhadap kelompok karakteristik jenis kelamin, didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,813 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat rendahnya penghargaan terhadap diri sendiri antara tenaga *marketing* jenis kelamin laki-laki dan perempuan saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Jenis Kelamin Terhadap Total *Burnout*

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam total *burnout* terhadap kelompok karakteristik jenis kelamin, didapatkan nilai sig sebesar $0,754 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata tingkat total *burnout* antara tenaga *marketing* jenis kelamin laki-laki dan perempuan saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Kelelahan Fisik Berdasarkan Status

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi kelelahan fisik terhadap kelompok karakteristik status, didapatkan nilai sig sebesar $0,754 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat kelelahan fisik antara tenaga *marketing* yang sudah berkeluarga dan belum berkeluarga saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Kelelahan Emosional Berdasarkan Status

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi kelelahan emosional terhadap kelompok karakteristik status, didapatkan nilai sig sebesar $0,256 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat kelelahan emosional antara tenaga *marketing* yang sudah berkeluarga dan belum berkeluarga saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Depersonalisasi Berdasarkan Status

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi depersonalisasi terhadap kelompok karakteristik status, didapatkan nilai sig sebesar $1 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat depersonalisasi antara tenaga *marketing* yang sudah berkeluarga dan belum berkeluarga saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Dimensi Rendah Diri Berdasarkan Status

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam dimensi rendah diri terhadap kelompok karakteristik status, didapatkan nilai

sig sebesar $0,135 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata terhadap tingkat rendah diri antara tenaga *marketing* yang sudah berkeluarga dan belum berkeluarga saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Perbedaan Status Terhadap Total *Burnout*

Dari hasil metode uji ANOVA untuk seluruh indikator dalam total *burnout* terhadap kelompok karakteristik status, didapatkan nilai sig sebesar $0,372 > 0,05$ gagal tolak H_0 , yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan atau nyata tingkat total *burnout* antara tenaga *marketing* yang sudah berkeluarga atau belum berkeluarga saat bekerja di masa pandemi ini.

Uji Beda Beberapa Indikator *Burnout* Berdasarkan Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil olah data ANOVA pada *software* SPSS statistics 21, didapatkan perbedaan signifikan antara beberapa pertanyaan karakteristik dengan beberapa pertanyaan indikator *burnout*. Pertanyaan katakarakteristik yaitu seperti jenis kelamin laki-laki memiliki pengaruh lebih tinggi dalam mengonsumsi rokok lebih dari 1 kotak per hari, bidang pendidikan teknik sipil, teknik elektro dan arsitek memiliki pengaruh lebih tinggi dalam merasakan kepala pusing akibat bekerja dan merasakan tidak pernah puas dengan kinerja diri sendiri, bidang pendidikan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi dan teknik Industri memiliki pengaruh lebih tinggi dalam merasakan kurang tidur akibat bekerja dan merasakan tertekan akibat bekerja, pekerja yang memiliki 1 anak memiliki pengaruh lebih tinggi dalam merasakan kepala pusing akibat bekerja, posisi perusahaan sebagai manager memiliki pengaruh lebih tinggi dalam merasakan bosan akibat bekerja dan merasakan tidak berharga pada saat bekerja. Untuk karakteristik jenis kelamin dan status dengan keseluruhan indikator *burnout* tidak terdapat perbedaan signifikan.

Dari Tabel 2 dapat dilihat untuk urutan tingkat *burnout* dari yang paling ringan sampai paling berat. Tabel 2 terdiri dari 3 kelompok tingkat *burnout* yaitu ringan, sedang dan berat. Untuk mendapatkan *range* nilai kelompok tingkat *burnout* ringan adalah dengan cara selisih antara 5 dan 1 yaitu 4, dan setelah itu dibagi dengan 3 kelompok sehingga didapatkan nilai sebesar 1,3. Untuk mendapatkan *range* nilai

kelompok tingkat *burnout* sedang adalah dengan cara 1,3 dijumlahkan dengan 1 sehingga didapatkan nilai sebesar 2,3. Untuk mendapatkan *range* nilai kelompok tingkat *burnout* berat adalah dengan cara 1,3 dijumlahkan dengan 2,3 sehingga didapatkan nilai sebesar 3,6. Jadi untuk *range* tingkat *burnout* ringan yaitu 1,3–2,2, *range* tingkat *burnout* sedang yaitu 2,3–3,5, *range* untuk tingkat *burnout* berat yaitu 3,6 ke atas. Berdasarkan hasil perhitungan bobot tingkat *burnout* terdapat 10 pekerja yang mengalami *burnout* dengan tingkat ringan, 18 pekerja yang mengalami *burnout* dengan tingkat sedang dan 4 pekerja yang mengalami *burnout* dengan tingkat berat.

Dari pengelompokan tingkat *burnout* dengan karakteristik responden, tingkat *burnout* ringan terdiri dari 4 pekerja dengan jenis kelamin laki-laki lebih dan 6 jenis kelamin perempuan. Untuk umur 15-24 tahun yaitu sebanyak 1 pekerja, umur 25-40 tahun yaitu sebanyak 7 pekerja, umur 41-56 tahun yaitu sebanyak 2 pekerja. Untuk tingkat pendidikan yaitu diploma-S1 sebanyak 9 pekerja dan tingkat pendidikan S2 ke atas sebanyak 1 pekerja. Untuk bidang pendidikan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri yaitu sebanyak 4 pekerja, teknik sipil, teknik elektro, arsitek yaitu sebanyak 2 pekerja dan selain yang disebutkan yaitu sebanyak 4 pekerja. Untuk status yang sudah memiliki keluarga yaitu sebanyak 5 pekerja dan yang belum memiliki keluarga yaitu sebanyak 5 pekerja. Untuk pekerja yang sudah memiliki keluarga yang memiliki jumlah anak 0 yaitu sebanyak 6 pekerja, 1 anak yaitu sebanyak 1 pekerja, 2 anak yaitu sebanyak 2 pekerja dan 3 anak yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk posisi di perusahaan yaitu *staff* saja. Untuk lama pekerja yang bekerja < 6 tahun yaitu sebanyak 8 pekerja dan 6-10 tahun yaitu sebanyak 2 pekerja.

Tingkat *burnout* sedang terdiri dari 10 pekerja dengan jenis kelamin laki-laki dan 8 jenis kelamin perempuan. Untuk umur 15-24 tahun yaitu sebanyak 2 pekerja, umur 25-40 tahun yaitu sebanyak 14 pekerja, umur 41-56 tahun yaitu sebanyak 2 pekerja. Untuk tingkat pendidikan yaitu diploma-S1 sebanyak 17 pekerja dan tingkat pendidikan S2 ke atas sebanyak 1 pekerja. Untuk bidang pendidikan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri yaitu sebanyak 11 pekerja, teknik sipil, teknik elektro, arsitek yaitu sebanyak 6 pekerja dan selain yang

disebutkan yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk status yang sudah memiliki keluarga yaitu sebanyak 6 pekerja dan yang belum memiliki keluarga yaitu sebanyak 12 pekerja. Untuk pekerja yang sudah memiliki keluarga yang memiliki jumlah anak 0 yaitu sebanyak 13 pekerja, 1 anak yaitu sebanyak 4 pekerja, 2 anak yaitu sebanyak 0 pekerja dan 3 anak yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk posisi di perusahaan sebagai *staff* yaitu sebanyak 17 pekerja dan manajer yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk lama pekerja yang bekerja < 6 tahun yaitu sebanyak 13 pekerja, 6-10 tahun yaitu sebanyak 3 pekerja dan > 6 tahun yaitu sebanyak 2 pekerja.

Tabel 4. Karakteristik responden dengan tingkat *burnout*

Jenis Kelamin		Umur			Tingkat Pendidikan		Bidang Pendidikan		Status			Jumlah Anak						Posisi			Lama Bekerja																				
L	P	15-24	25-40	41-56	S1	S2	M	T	S	Y	B	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	<6	6-10	>6						
4	6	1	7	2	9	1	4	2	4	5	5	6	1	2	1	10	0	8	2	0	10	8	2	14	2	17	1	11	6	1	6	12	13	4	0	1	17	1	13	3	2
1	3	1	3	0	4	0	4	0	0	3	1	1	2	1	0	3	1	3	1	0	3	1	3	1	0	1	3	1	0	3	1	0	3	1	0	3	1	0			

Tabel 4 merupakan karakteristik-karakteristik responden dengan tingkat *burnout* yang sudah di urutkan dari yang paling rendah sampai paling berat. Tingkat *burnout* berat terdiri dari 1 pekerja dengan jenis kelamin laki-laki lebih dan 3 jenis kelamin perempuan. Untuk umur 15-24 tahun yaitu sebanyak 1 pekerja dan umur 25-40 tahun yaitu sebanyak 3 pekerja. Untuk tingkat pendidikan yaitu semua diploma-S1. Untuk bidang pendidikan semua manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri. Untuk status yang sudah memiliki keluarga yaitu sebanyak 3 pekerja dan yang belum memiliki keluarga yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk pekerja yang sudah memiliki keluarga yang memiliki jumlah anak 0 yaitu sebanyak 1 pekerja, 1 anak yaitu sebanyak 2 pekerja dan 2 anak yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk posisi di perusahaan sebagai *staff* yaitu sebanyak 3 pekerja dan manajer yaitu sebanyak 1 pekerja. Untuk lama pekerja yang bekerja < 6 tahun yaitu sebanyak 3 pekerja dan 6-10 tahun yaitu sebanyak 1 pekerja.

Dari 3 kelompok tingkat *burnout* yaitu ringan, sedang dan berat. Tingkat *burnout* yang harus diperhatikan yaitu tingkat *burnout* berat. Tingkat *burnout* berat terdiri dari pekerja dengan paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan posisi *staff* yang memiliki umur 25-40 tahun. Mayoritas pekerja sudah berkeluarga dengan jumlah 1 anak. Lulusan

pendidikan paling banyak diploma-S1 jurusan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri dengan lama bekerja < 6 tahun.

Tabel 5. Tingkat *burnout*

Tingkat <i>Burnout</i>	Range
Ringan	1,4 - 2,3
Sedang	2,4 - 3,6
Berat	> 3,6

Simpulan

Identifikasi tingkat *burnout* pada pekerja *marketing* di perusahaan *real estate* tingkat menengah ke atas, dimana pekerja *marketing* bekerja secara *online* pada masa pandemi ini. Pekerja *marketing* yang mengalami tingkat *burnout* ringan terdiri dari pekerja dengan paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan posisi *staff* yang memiliki umur 25-40 tahun. Mayoritas pekerja yang sudah dan belum memiliki keluarga dengan jumlah 0 anak. Lulusan pendidikan yang paling banyak yaitu diploma-S1 dengan jurusan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri dengan lama bekerja < 6 tahun. Pekerja *marketing* yang mengalami tingkat *burnout* sedang terdiri dari pekerja dengan paling banyak berjenis kelamin laki-laki dengan posisi *staff* yang memiliki umur 25-40 tahun. Mayoritas pekerja belum memiliki keluarga. Lulusan pendidikan paling banyak yaitu diploma-S1 dengan jurusan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri dengan lama bekerja < 6 tahun.

Pekerja *marketing* yang mengalami tingkat *burnout* berat terdiri dari pekerja dengan paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan posisi *staff* yang memiliki umur 25-40 tahun. Mayoritas pekerja sudah memiliki keluarga dengan jumlah 1 anak. Lulusan pendidikan paling banyak yaitu diploma-S1 dengan jurusan manajemen bisnis, *marketing*, desain, ilmu komunikasi, teknik industri dengan lama bekerja < 6 tahun.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-NYA yang telah memberikan kelancaran, sehingga tugas akhir dapat selesai tepat waktu. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang

terlibat dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, antara lain adalah:

1. Dr. Drs. I Nyoman Sutapa, M.Sc.nat selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu dan memberikan arahan kepada penulis dari awal hingga akhir Tugas Akhir ini.
2. Pihak perusahaan *real estate* yang telah ikut membantu penulis dalam penyebaran kuesioner Tugas Akhir ini.
3. Seluruh dosen dan segenap *staff* tata usaha Program Studi Teknik Industri Universitas Kristen Petra yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Daftar Pustaka

1. Tully, N. P., Tiwa, T. M., and Hartati, M. E., Pengaruh Manajemen Diri Terhadap *Burnout* pada Karyawan Marketing Funding Bank Sinarmas di Kota Ternate, *Journal of Psikologi*, 2(1), 2021, pp. 55-64.
2. Mudiantono, D. C., Analisis Perbedaan Respon Sikap Audience atas Strategi Promosi Product Placement dalam Film Habibie dan Ainun, *Journal of Management*, 2(2), 2013, pp. 1-9.