

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada 31 orang karyawan *staff marketing* PT “X” di Bandung dan pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Karyawan *staff marketing* PT “X” di Bandung sebagian besar menunjukkan derajat *self-compassion* yang rendah yaitu sebanyak 67.7% dari 31 orang karyawan *staff marketing*.
2. Karyawan *staff marketing* PT “X” yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 80% menunjukkan derajat *self-compassion* yang rendah. Hal ini dikarenakan adanya kecenderungan untuk terpacu dan memikirkan masalah atau kegagalan yang dialami dalam jangka waktu yang lama.
3. Sebanyak 66.7% karyawan *staff marketing* PT “X” dengan derajat *conscientiousness* yang tinggi menunjukkan derajat *self-compassion* yang tinggi. Sebaliknya, sebanyak 89.5% karyawan *staff marketing* PT “X” dengan derajat *conscientiousness* yang rendah menunjukkan derajat *self-compassion* yang rendah. Derajat *conscientiousness* yang tinggi dapat membuat karyawan *staff marketing* lebih bijaksana dalam menghadapi masalah dan kegagalan yang dialami.
4. Sebanyak 73.9% karyawan *staff marketing* PT “X” yang mengalami *secure attachment* dengan kedua orangtuanya menunjukkan derajat *self-*

compassion yang rendah. Karyawan *staff marketing* yang mengalami *secure attachment* lebih memilih untuk menceritakan masalah atau kegagalan yang dialami pada kedua orangtuanya, dibandingkan ke rekan kerjanya.

5. Karyawan *staff marketing* PT “X” yang mengalami *modeling parents* yang positif dengan kedua orangtuanya sebanyak 73.9% menunjukkan derajat *self-compassion* yang rendah. Hal ini mungkin dipengaruhi pada dasarnya karyawan *staff marketing* belum memenuhi tugas perkembangan secara optimal.
6. Sebanyak 76% karyawan *staff marketing* PT “X” yang berstatus *single* menunjukkan derajat *self-compassion* yang rendah. Hal ini terkait dengan masih belum terpenuhinya secara optimal semua tugas perkembangan yang dimiliki karyawan *staff marketing*.
7. Derajat *self-compassion* karyawan *staff marketing* PT “X” yang rendah membuatnya belum dapat melakukan *compassion for others* dengan optimal.
8. Faktor lainnya yaitu jenis kelamin laki-laki, *personality* tipe *extraversion*, *agreeableness*, *neurotic*, *openness*, budaya, *attachment insecure*, *maternal condition*, dan *modeling parents* negatif dirasakan kurang berkaitan dengan derajat *self-compassion* yang dimiliki karyawan *staff marketing* PT “X”.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoritis

1. Dilakukan penelitian lanjutan mengenai hubungan antara derajat *self-compassion* dan status marital.
2. Dilakukan penelitian lanjutan mengenai hubungan antara derajat *self-compassion* dan usia.
3. Dilakukan penelitian mengenai derajat *self-compassion* pada karyawan divisi lain selain karyawan *staff marketing*.
4. Penambahan item kuesioner data penunjang, agar dapat lebih menggali secara mendalam mengenai komponen-komponen faktor-faktor yang mempengaruhi derajat *self-compassion*. Misalnya penghayatan perasaan dan reaksi ketika mengalami kegagalan atau masalah.
5. Lebih merinci mengenai jenis-jenis kebudayaan yang dimiliki sampel penelitian, misalnya budaya Sunda, Jawa, dan Batak.

5.2.2. Saran Praktis

1. Karyawan *staff marketing* PT “X” disarankan untuk melakukan *group counseling* dengan rekan kerjanya. Hal ini akan membuat karyawan *staff marketing* bertukar cerita dan berdiskusi dengan karyawan lain.
2. Karyawan *regional marketing* lebih memperhatikan dalam memberikan kritik atas kinerja karyawan *staff marketing* PT “X”, serta diimbangi dengan pujian. Hal ini akan membuat lebih memotivasi dan meningkatkan kinerja karyawan *staff marketing*.

3. Karyawan HRD PT "X" dapat mengadakan beberapa seminar dan *training* yang dapat meningkatkan derajat *self-compassion* yang dimiliki karyawan *staff marketing* PT "X", misalnya mengenai *emotional stability*. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan *staff marketing* dan meningkatkan kinerja karyawan tersebut.