

Gambaran *Psychological Empowerment* pada Karyawan Perusahaan Retail di Samarinda

Tarisyia^{1*}, Evi Kurniasari Purwaningrum², Nuraida Wahyu Sulistyani³

^{1,2,3}Program Studi Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Indonesia

*Corresponding author : tarisyia.aprl@gmail.com

Article History:

Received : 06-06-2026

Accepted : 15-06-2026

Keywords:

Psychological Empowerment;
Karyawan; Perusahaan Retail;
Pemberdayaan Psikologis;
Psikologi Industri; Organisasi

ABSTRAK

Psychological empowerment merupakan kondisi psikologis yang mencerminkan persepsi individu mengenai makna pekerjaan, kompetensi, otonomi dalam bekerja, serta pengaruh yang dimiliki terhadap lingkungan kerja. Tingginya *psychological empowerment* dapat mendorong karyawan untuk bekerja secara lebih optimal, proaktif, dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan melibatkan 126 karyawan PT Ramayana Samarinda *Square* sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala *Psychological empowerment* yang mengacu pada teori Spreitzer (1995) yang terdiri atas empat dimensi, yaitu *meaning*, *competence*, *self-determination*, dan *impact*. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,850. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata, standar deviasi, skor minimum, dan skor maksimum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *psychological empowerment* karyawan berada pada kategori sedang hingga tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 40,21, standar deviasi sebesar 3,17, skor minimum 18, dan skor maksimum 48. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan memiliki persepsi yang positif terhadap kemampuan diri, makna pekerjaan, otonomi kerja, dan kontribusi yang diberikan kepada organisasi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan *psychological empowerment* karyawan guna mendukung efektivitas kerja dan pencapaian tujuan organisasi.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat dalam industri retail menuntut perusahaan untuk memiliki sumber daya manusia yang mampu beradaptasi, berinisiatif, dan memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Karyawan retail memiliki peran penting sebagai ujung tombak perusahaan karena berinteraksi secara langsung dengan konsumen, membantu proses penjualan, serta berkontribusi terhadap pencapaian target organisasi (Hartline & Ferrell, 1996). Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang mampu meningkatkan keterlibatan dan rasa memiliki karyawan terhadap pekerjaannya. Salah satu faktor psikologis yang berperan penting dalam mendukung efektivitas kerja karyawan adalah *psychological empowerment*.

Konsep *psychological empowerment* berkembang dari pandangan bahwa pemberdayaan tidak hanya berkaitan dengan pemberian wewenang secara struktural, tetapi

juga mencakup persepsi individu terhadap perannya dalam organisasi (Zimmerman, 1995). Conger & Kanungo (1988) mendefinisikan *empowerment* sebagai proses peningkatan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya (*self-efficacy*) melalui penghilangan kondisi-kondisi yang menyebabkan perasaan tidak berdaya. Sedangkan Zimmerman (1995) mendefinisikan *psychological empowerment* sebagai suatu konstruk psikologis yang menggambarkan hubungan antara perasaan memiliki kontrol terhadap kehidupan dan lingkungan, kesadaran kritis terhadap kondisi sosial yang dihadapi, serta keterlibatan aktif dalam aktivitas yang memungkinkan individu memengaruhi lingkungannya. *Psychological empowerment* mencerminkan bagaimana individu memandang kemampuan dirinya, memahami lingkungan sosial tempat ia berada, dan menggunakan kapasitas tersebut untuk berpartisipasi dalam berbagai tindakan yang bermakna.

Spreitzer (1995) menjelaskan bahwa *psychological empowerment* merupakan konstruk motivasional yang diwujudkan melalui empat dimensi kognitif, yaitu *meaning*, *competence*, *self-determination*, dan *impact*. *Meaning* mengacu pada sejauh mana individu memandang pekerjaannya sebagai sesuatu yang bermakna dan sesuai dengan nilai-nilai pribadinya. *Competence* menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas secara efektif. *Self-determination* berkaitan dengan kebebasan dalam mengatur dan menentukan cara melaksanakan pekerjaan, sedangkan *impact* menunjukkan persepsi individu mengenai pengaruh yang dimiliki terhadap hasil kerja maupun organisasi secara keseluruhan (Spreitzer, 1995).

Psychological empowerment telah menjadi salah satu topik penting dalam psikologi industri dan organisasi karena berkaitan dengan berbagai indikator positif di tempat kerja. Penelitian Spreitzer (1995) menunjukkan bahwa individu yang memiliki *psychological empowerment* yang tinggi cenderung menunjukkan efektivitas kerja yang lebih baik. Seibert dkk. (2011) melalui meta-analisis terhadap berbagai penelitian juga menemukan bahwa *psychological empowerment* berkorelasi positif dengan kepuasan kerja, komitmen organisasi, kinerja, serta perilaku kerja inovatif. Ketika diaplikasikan ke dalam kepemimpinan dapat mempengaruhi kepuasan kerja dan kreativitas (Amundsen & Martinsen, 2021). Meningkatkan kinerja karyawan (Doğan, 2023; Husna dkk., 2024; Latumahina, 2025). Meningkatkan komitmen organisasi dan kontribusi kerja yang lebih baik (Ibrahim dkk., 2024). Menjadi mediator antara *entrepreneurial leadership* dan *employee performance* (Dogan & Aykan, 2025). Meningkatkan *employee engagement* dan menurunkan *intention to leave* (Chompukum dkk., 2025). Meningkatkan *innovative work behavior* (Vu dkk., 2025). berperan dalam meningkatkan motivasi dan efektivitas kerja (Fan dkk., 2023).

Dalam konteks industri retail, *psychological empowerment* menjadi semakin penting karena karakteristik pekerjaan yang menuntut interaksi langsung dengan pelanggan, pencapaian target penjualan, serta kemampuan mengambil keputusan secara cepat dalam berbagai situasi pelayanan. Karyawan yang merasa memiliki kemampuan, otonomi, serta pengaruh terhadap pekerjaannya cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tuntutan kerja dan memberikan pelayanan yang lebih efektif kepada pelanggan. Sebaliknya, rendahnya *psychological empowerment* dapat menyebabkan karyawan kurang berinisiatif, kurang percaya diri, serta menunjukkan keterlibatan kerja yang rendah.

Meskipun *psychological empowerment* telah banyak diteliti dalam berbagai sektor organisasi, penelitian yang secara khusus menggambarkan kondisi *psychological*

empowerment pada karyawan perusahaan retail di Indonesia masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada pengujian hubungan *psychological empowerment* dengan variabel lain, seperti kepuasan kerja, komitmen organisasi, atau kinerja karyawan. Padahal, informasi mengenai tingkat *psychological empowerment* karyawan merupakan dasar yang penting bagi organisasi untuk menyusun program pengembangan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan karyawan.

Penelitian mengenai *psychological empowerment* di Indonesia menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki peran penting dalam meningkatkan berbagai indikator positif di tempat kerja. Penelitian Yusuf & Yuniasanti (2024) menemukan *psychological empowerment* berhubungan positif dengan *workforce agility* pada karyawan *startup*, yang menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki persepsi tinggi terhadap makna kerja, kompetensi, otonomi, dan dampak pekerjaannya cenderung lebih adaptif dalam menghadapi perubahan lingkungan kerja (Laschinger dkk., 2001).

Selain itu, penelitian Muchtadin (2024) pada pekerja milenial di Indonesia menunjukkan bahwa *psychological empowerment*, khususnya dimensi *meaning* dan *impact*, berpengaruh positif terhadap komitmen afektif karyawan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi karyawan mengenai kebermaknaan pekerjaan dan kontribusi yang diberikan kepada organisasi merupakan faktor penting dalam membangun sikap positif terhadap organisasi.

Meskipun berbagai penelitian di Indonesia telah menunjukkan pentingnya *psychological empowerment* dalam meningkatkan berbagai perilaku kerja positif, penelitian yang secara khusus menggambarkan kondisi *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik pekerjaan di sektor retail yang menuntut interaksi intensif dengan pelanggan, pencapaian target penjualan, serta kemampuan merespons kebutuhan konsumen secara cepat menjadikan *psychological empowerment* sebagai aspek yang penting untuk dipahami. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda.

PT Ramayana Samarinda Square sebagai salah satu perusahaan retail yang beroperasi di Kota Samarinda menghadapi tuntutan untuk mempertahankan kualitas pelayanan serta produktivitas karyawan dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana kondisi *psychological empowerment* yang dimiliki oleh karyawan sebagai salah satu modal psikologis yang dapat mendukung efektivitas kerja. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis karakteristik suatu populasi atau fenomena berdasarkan data yang diperoleh tanpa melakukan manipulasi variabel maupun pengujian hubungan sebab-akibat (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Ramayana Samarinda *Square* yang berjumlah 130 orang. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian (Creswell & Creswell, 2018). Berdasarkan proses pengumpulan data, diperoleh sebanyak 126 karyawan yang berpartisipasi sebagai responden penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *psychological empowerment scale* yang dikembangkan oleh Spreitzer (1995). Skala ini mengukur *psychological empowerment* melalui empat dimensi utama, yaitu *meaning*, *competence*, *self-determination*, dan *impact*. Dimensi *meaning* mengacu pada tingkat kesesuaian antara tuntutan pekerjaan dengan nilai, keyakinan, dan standar pribadi yang dimiliki individu. Dimensi *competence* menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan tugas serta mencapai kinerja yang diharapkan. Dimensi *self-determination* berkaitan dengan persepsi individu mengenai kebebasan dan otonomi dalam mengatur serta menentukan cara melaksanakan pekerjaannya. Sementara itu, dimensi *impact* merujuk pada persepsi individu mengenai sejauh mana dirinya mampu memberikan pengaruh terhadap hasil kerja maupun organisasi secara keseluruhan (Spreitzer, 1995).

Instrumen ini terdiri atas 12 aitem yang mewakili keempat dimensi *psychological empowerment*, dengan masing-masing dimensi terdiri atas tiga aitem. Setiap aitem diukur menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Setuju), dan 4 (Sangat Setuju). Skor total *psychological empowerment* diperoleh dengan menjumlahkan seluruh skor aitem yang dijawab oleh responden. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat *psychological empowerment* yang dimiliki oleh individu, yang menunjukkan adanya persepsi positif terhadap kebermaknaan pekerjaan, kompetensi diri, otonomi kerja, serta pengaruh yang dimiliki dalam lingkungan organisasi (Spreitzer, 1995).

Validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur (Azwar, 2021). Pada penelitian ini, validitas instrumen dievaluasi menggunakan analisis *corrected item-total correlation*. Menurut Azwar (2021), aitem dinyatakan memiliki daya beda yang memadai apabila memiliki koefisien korelasi item-total minimal 0,30.

Selanjutnya, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi hasil pengukuran apabila instrumen digunakan berulang kali pada kondisi yang relatif sama (Nunnally & Bernstein, 1994). Hasil pengujian menunjukkan bahwa skala *psychological empowerment* memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,850, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Penelitian diawali dengan pengajuan izin penelitian kepada pihak perusahaan. Setelah memperoleh persetujuan, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada karyawan yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Sebelum pengisian kuesioner, responden

diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, serta hak responden untuk berpartisipasi secara sukarela.

Pengisian kuesioner dilakukan secara mandiri oleh responden sesuai dengan kondisi dan pengalaman kerja yang mereka rasakan. Seluruh data yang diperoleh kemudian dikumpulkan, diperiksa kelengkapannya, dan diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics* versi 27.

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran mengenai data penelitian tanpa bermaksud membuat generalisasi yang lebih luas (Sugiyono, 2019). Analisis dilakukan dengan menghitung nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, frekuensi, dan persentase.

Selain itu, dilakukan pengkategorian tingkat *psychological empowerment* ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi menggunakan pendekatan distribusi skor berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan statistik deskriptif untuk menggambarkan kondisi *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh skor *psychological empowerment* dengan nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum sebesar 48, nilai rata-rata sebesar 40,21, dan standar deviasi sebesar 3,17.

PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 126 karyawan PT Ramayana Samarinda *Square* yang bekerja pada sektor retail, dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	36	28,57
	Perempuan	90	71,43
Usia	< 18 tahun	1	0,80
	18–25 tahun	94	74,60
	26–30 tahun	23	18,25
	> 30 tahun	8	6,35
Lama Bekerja	< 1 tahun	31	24,60
	1–3 tahun	84	66,66
	4–6 tahun	2	1,60
	> 6 tahun	9	7,14

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas karyawan berjenis kelamin perempuan sebanyak 90 orang (71,43%), sedangkan laki-laki sebanyak 36 orang (28,57%). Ditinjau dari usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 18–25 tahun sebanyak 94 orang (74,60%), diikuti usia 26–30 tahun sebanyak 23 orang (18,25%), usia lebih dari 30 tahun sebanyak 8 orang (6,35%), dan usia kurang dari 18 tahun sebanyak 1 orang (0,80%). Berdasarkan lama bekerja, mayoritas responden memiliki masa kerja 1–3 tahun sebanyak 84 orang (66,66%), diikuti masa kerja kurang dari 1 tahun sebanyak 31 orang (24,60%), masa kerja lebih dari 6 tahun sebanyak 9 orang (7,14%), dan masa kerja 4–6 tahun sebanyak 2 orang (1,60%). Temuan ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh

karyawan perempuan, berusia dewasa awal, dan memiliki masa kerja relatif singkat hingga menengah.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh skor *psychological empowerment* dengan nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum sebesar 48, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 40,21, dan standar deviasi sebesar 3,17.

Tabel 2. Statistik Deskriptif *Psychological empowerment* Karyawan Perusahaan Retail di Samarinda

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
<i>Psychological empowerment</i>	126	18	48	40,21	3,17

Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum *psychological empowerment* karyawan berada pada tingkat yang relatif tinggi karena nilai rata-rata yang diperoleh mendekati skor maksimum instrumen. Nilai rata-rata yang mendekati skor maksimum menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan memiliki persepsi positif terhadap kebermaknaan pekerjaan, kemampuan diri dalam melaksanakan tugas, kebebasan dalam bekerja, serta pengaruh yang dimiliki terhadap lingkungan organisasi. Selain itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil mengindikasikan bahwa variasi skor *psychological empowerment* antarresponden tidak terlalu besar, sehingga tingkat *psychological empowerment* karyawan cenderung homogen.

Tabel 3. Kategorisasi *Psychological Empowerment* Karyawan Perusahaan Retail di Samarinda

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	10	7,9
Sedang	94	74,6
Tinggi	22	17,5
Total	126	100,0

Berdasarkan hasil kategorisasi skor *psychological empowerment*, diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang. Sebanyak 94 responden (74,6%) berada pada kategori sedang, 22 responden (17,5%) berada pada kategori tinggi, dan 10 responden (7,9%) berada pada kategori rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan telah memiliki persepsi yang cukup baik mengenai kebermaknaan pekerjaan, kompetensi diri, otonomi kerja, dan pengaruh yang dimiliki dalam organisasi.

Dominannya kategori sedang menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan telah memiliki persepsi yang positif terhadap pekerjaan dan perannya dalam organisasi, namun tingkat *psychological empowerment* yang dimiliki belum berkembang secara optimal. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik pekerjaan pada sektor retail yang cenderung memiliki sistem kerja yang terstruktur, berorientasi pada target penjualan, dan diatur melalui standar operasional prosedur yang ketat. Dalam situasi tersebut, karyawan memiliki kesempatan untuk mengembangkan kompetensi dan memahami tugas pekerjaannya, tetapi belum sepenuhnya memiliki ruang luas untuk menentukan cara kerja maupun memengaruhi kebijakan organisasi. Akibatnya, *psychological empowerment* yang dimiliki lebih banyak berada pada kategori sedang dibandingkan kategori tinggi. Temuan ini

sejalan dengan pandangan Menon (2001) yang menyatakan bahwa *psychological empowerment* berkembang ketika individu memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, merasakan kontrol terhadap pekerjaannya, serta memperoleh kepercayaan dari organisasi. Ketika kesempatan tersebut masih terbatas, tingkat *psychological empowerment* yang dirasakan karyawan cenderung berada pada tingkat moderat.

Temuan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang juga konsisten dengan hasil analisis dimensi *psychological empowerment* yang menunjukkan bahwa dimensi *competence* memiliki nilai rata-rata tertinggi, sedangkan *self-determination* memiliki nilai rata-rata terendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa karyawan cenderung merasa mampu melaksanakan pekerjaan dengan baik, tetapi belum sepenuhnya merasakan kebebasan dalam menentukan cara kerja atau mengambil keputusan secara mandiri. Pola tersebut lazim ditemukan pada organisasi retail yang menerapkan prosedur kerja yang terstandarisasi untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Item *Psychological Empowerment*

<i>Item</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>
X1	3,40	0,57
X2	3,44	0,54
X3	3,33	0,58
X4	3,46	0,60
X5	3,44	0,64
X6	3,42	0,60
X7	3,29	0,62
X8	3,25	0,67
X9	3,33	0,58
X10	3,30	0,71
X11	3,31	0,66
X12	3,23	0,67

Hasil analisis deskriptif pada tingkat item menunjukkan bahwa seluruh item *psychological empowerment* memiliki nilai rata-rata di atas 3,00. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X4 (M = 3,46; SD = 0,60), diikuti item X2 dan X5 (M = 3,44). Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item X12 (M = 3,23; SD = 0,67), diikuti item X8 (M = 3,25; SD = 0,67). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan respons positif terhadap seluruh aspek *psychological empowerment* yang diukur. Tingginya skor rata-rata pada sebagian besar item mengindikasikan bahwa karyawan memiliki persepsi yang baik mengenai kebermaknaan pekerjaan, keyakinan terhadap kemampuan diri, kebebasan dalam bekerja, serta pengaruh yang dimiliki dalam organisasi.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Jumlah Item</i>	<i>Cronbach Alpha</i>
<i>Psychological empowerment</i>	12	0,850

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen dalam mengukur konstruk *psychological empowerment*. Reliabilitas instrumen dianalisis menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, yang merupakan salah satu metode yang paling umum digunakan untuk mengukur konsistensi internal suatu skala. Menurut Nunnally & Bernstein (1994), instrumen penelitian dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,70.

Hasil analisis menunjukkan bahwa skala *Psychological empowerment* yang terdiri atas 12 aitem memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,850. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Dengan demikian, seluruh aitem dalam skala *psychological empowerment* mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten dan menghasilkan data yang dapat dipercaya untuk menggambarkan kondisi *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda. Temuan ini juga menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang memadai untuk digunakan dalam penelitian psikologi, khususnya pada konteks organisasi dan dunia kerja.

Tabel 6. Statistik Deskriptif *Psychological Empowerment* Berdasarkan Dimensi

Dimensi	Mean	Kategori
<i>Competence</i>	3,44	Tinggi
<i>Meaning</i>	3,39	Tinggi
<i>Impact</i>	3,29	Sedang-Tinggi
<i>Self-Determination</i>	3,28	Sedang-Tinggi

Analisis deskriptif berdasarkan dimensi *psychological empowerment* menunjukkan bahwa dimensi *Competence* memiliki nilai rata-rata tertinggi ($M = 3,44$), diikuti oleh dimensi *meaning* ($M = 3,39$), *impact* ($M = 3,29$), dan *self-determination* ($M = 3,28$). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek yang paling menonjol pada karyawan perusahaan retail di Samarinda adalah keyakinan terhadap kemampuan diri dalam melaksanakan pekerjaan dan mencapai kinerja yang diharapkan. Sebaliknya, dimensi *self-determination* memiliki nilai rata-rata paling rendah, yang mengindikasikan bahwa kebebasan atau otonomi dalam menentukan cara pelaksanaan pekerjaan masih dirasakan lebih rendah dibandingkan aspek *psychological empowerment* lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *competence* merupakan dimensi *psychological empowerment* yang paling dominan pada karyawan perusahaan retail di Samarinda. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan yang dimiliki untuk melaksanakan tugas dan memenuhi tuntutan pekerjaan. Menurut Spreitzer (1995), *competence* merefleksikan keyakinan individu terhadap kapasitas dirinya dalam melakukan aktivitas kerja secara efektif. Tingginya dimensi *competence* pada karyawan retail dapat dipengaruhi oleh pengalaman kerja, pelatihan yang diberikan perusahaan, serta tuntutan pekerjaan yang mengharuskan karyawan mampu berinteraksi dengan pelanggan dan menyelesaikan berbagai tugas operasional secara mandiri.

Temuan ini sejalan dengan Spreitzer (1995) yang menyatakan bahwa *competence* mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya menyelesaikan pekerjaan secara

efektif. Hasil ini juga mendukung temuan Seibert dkk. (2011) yang menunjukkan bahwa kompetensi yang tinggi berkaitan dengan peningkatan kinerja dan efektivitas kerja. Dengan demikian, keyakinan karyawan terhadap kemampuan diri menjadi modal psikologis penting dalam mendukung kualitas pelayanan pada sektor retail.

Di sisi lain, dimensi *self-determination* memperoleh nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dimensi lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun karyawan merasa kompeten dalam menjalankan pekerjaannya, mereka belum sepenuhnya merasakan kebebasan untuk menentukan cara kerja atau mengambil keputusan secara mandiri. Kondisi ini dapat dipahami mengingat perusahaan retail umumnya menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat untuk menjaga konsistensi pelayanan kepada pelanggan. Akibatnya, ruang gerak karyawan dalam menentukan cara pelaksanaan pekerjaan menjadi lebih terbatas dibandingkan aspek *competence* dan *meaning*.

Temuan ini sejalan dengan Thomas dan Velthouse (1990) yang menjelaskan bahwa *self-determination* berkaitan dengan persepsi individu terhadap kebebasan dalam mengatur pekerjaannya. Pada konteks retail, penerapan SOP yang terstruktur membantu menjaga konsistensi pelayanan, tetapi pada saat yang sama dapat membatasi persepsi karyawan terhadap otonomi kerja. Oleh karena itu, perusahaan dapat meningkatkan aspek ini melalui melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan operasional dan pemberian ruang untuk menyampaikan ide perbaikan pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan memiliki persepsi positif terhadap pekerjaannya, merasa memiliki kemampuan yang memadai untuk menjalankan tugas, memperoleh kebebasan tertentu dalam melaksanakan pekerjaan, serta merasa mampu memberikan kontribusi terhadap organisasi. Kondisi tersebut sejalan dengan konsep *psychological empowerment* yang dikemukakan oleh Spreitzer, Gretchen M. (1995), yang menyatakan bahwa *psychological empowerment* merupakan konstruk motivasional yang tercermin melalui empat dimensi utama, yaitu *meaning*, *competence*, *self-determination*, dan *impact*.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil meta-analisis yang dilakukan oleh Seibert, Wang, dan Courtright (2011) yang menunjukkan bahwa *psychological empowerment* merupakan sumber daya psikologis yang penting dalam organisasi. Individu yang memiliki *psychological empowerment* tinggi cenderung menunjukkan tingkat kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan kinerja yang lebih baik. Tingginya *psychological empowerment* yang ditemukan pada sebagian besar karyawan PT Ramayana Samarinda *Square* mengindikasikan bahwa karyawan memiliki persepsi positif terhadap peran dan kontribusinya dalam organisasi, sehingga berpotensi mendukung efektivitas kerja yang lebih baik.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Yusuf & Yuniasanti (2024) yang menemukan bahwa *psychological empowerment* berhubungan positif dengan *workforce agility* pada karyawan *startup* di Indonesia. Meskipun dilakukan pada konteks organisasi yang berbeda, kedua penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki persepsi positif terhadap makna kerja, kompetensi, otonomi, dan dampak pekerjaannya cenderung lebih siap menghadapi tuntutan pekerjaan dan perubahan lingkungan kerja (Laschinger dkk., 2001).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa *psychological empowerment* merupakan sumber daya psikologis yang penting baik pada sektor startup maupun sektor retail.

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Muchtadin (2024) yang menemukan bahwa *psychological empowerment* berpengaruh positif terhadap komitmen afektif pekerja milenial di Indonesia. Dalam penelitian tersebut, dimensi *Meaning* dan *impact* menjadi aspek yang berkontribusi terhadap munculnya keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan retail juga memiliki tingkat *Meaning* dan *impact* yang relatif tinggi, yang mengindikasikan bahwa mereka memandang pekerjaannya sebagai sesuatu yang bernilai dan memberikan kontribusi bagi organisasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil meta-analisis yang dilakukan oleh Seibert dkk. (2011) yang menunjukkan bahwa *psychological empowerment* berkaitan dengan berbagai hasil positif dalam organisasi, seperti meningkatnya kepuasan kerja, komitmen organisasi, kinerja, dan perilaku kerja inovatif. Individu yang memiliki *psychological empowerment* yang tinggi cenderung menunjukkan tingkat motivasi yang lebih baik serta keterlibatan yang lebih besar dalam pekerjaannya.

Dalam konteks industri retail, *psychological empowerment* memiliki peran yang sangat penting karena karakteristik pekerjaan yang berbeda dibandingkan sektor lainnya. Karyawan retail berhadapan secara langsung dengan pelanggan setiap hari, menangani berbagai keluhan, membantu proses transaksi, memberikan informasi produk, serta dituntut untuk menjaga kualitas pelayanan dalam situasi kerja yang dinamis. Kondisi tersebut menuntut karyawan untuk memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya, memahami peran pekerjaannya, serta mampu mengambil tindakan yang tepat ketika menghadapi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, *psychological empowerment* menjadi salah satu sumber daya psikologis yang penting untuk mendukung efektivitas pelayanan dan pencapaian target Perusahaan (Spreitzer, 1995; Seibert dkk., 2011).

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan berada pada kategori sedang hingga tinggi mengindikasikan bahwa karyawan PT Ramayana Samarinda *Square* telah memiliki modal psikologis yang cukup baik dalam menjalankan tuntutan pekerjaan retail. Tingginya persepsi terhadap *competence* menunjukkan bahwa karyawan merasa mampu melaksanakan tugas pelayanan, penataan barang, maupun aktivitas operasional lainnya secara efektif. Kondisi ini penting karena pekerjaan retail menuntut kecepatan, ketepatan, dan kemampuan berinteraksi dengan berbagai karakter pelanggan dalam satu waktu. Karyawan yang memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya cenderung lebih percaya diri dalam memberikan pelayanan dan menyelesaikan permasalahan yang muncul selama proses kerja (Spreitzer, 1995).

Meskipun demikian, dimensi *self-determination* memiliki nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dimensi lainnya. Temuan ini dapat dipahami karena perusahaan retail umumnya menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat guna menjaga konsistensi kualitas pelayanan kepada pelanggan. Aktivitas seperti proses transaksi, penanganan komplain, penataan produk, hingga pelayanan konsumen biasanya telah memiliki aturan kerja yang jelas sehingga ruang kebebasan karyawan dalam menentukan cara kerja menjadi lebih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan karyawan merasa mampu

menjalankan pekerjaannya dengan baik, namun belum sepenuhnya merasakan otonomi yang tinggi dalam pengambilan Keputusan (Spreitzer, 1995; Thomas & Velthouse, 1990).

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi perusahaan retail. Dalam lingkungan bisnis yang sangat bergantung pada kualitas pelayanan pelanggan, *psychological empowerment* dapat menjadi salah satu faktor yang membantu perusahaan meningkatkan kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang merasa kompeten, memahami makna pekerjaannya, serta merasa bahwa kontribusinya dihargai oleh organisasi cenderung menunjukkan perilaku kerja yang lebih proaktif, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan memiliki keterlibatan kerja yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan retail perlu menciptakan lingkungan kerja yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian target penjualan, tetapi juga mendukung berkembangnya *psychological empowerment* karyawan (Seibert dkk., 2011).

Pada PT Ramayana Samarinda *Square*, karyawan tidak hanya bertugas menjual produk, tetapi juga memberikan pelayanan kepada pelanggan, menjaga ketersediaan barang, melakukan penataan display produk, serta membantu proses transaksi penjualan. Beragam tuntutan pekerjaan tersebut membutuhkan keyakinan terhadap kemampuan diri dan pemahaman yang baik mengenai peran kerja sehingga *psychological empowerment* menjadi aspek penting yang mendukung efektivitas pelaksanaan tugas sehari-hari.

Dalam konteks PT Ramayana Samarinda *Square*, temuan ini menunjukkan bahwa *psychological empowerment* dapat menjadi modal psikologis yang penting untuk mendukung kualitas pelayanan kepada pelanggan. Karyawan yang merasa kompeten, memahami makna pekerjaannya, serta merasa kontribusinya dihargai oleh organisasi akan lebih terdorong untuk memberikan pelayanan yang responsif dan menjaga kualitas interaksi dengan pelanggan. Mengingat industri retail sangat bergantung pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, peningkatan *psychological empowerment* dapat menjadi salah satu strategi yang mendukung efektivitas operasional perusahaan.

Dalam konteks perusahaan retail, *psychological empowerment* menjadi penting karena karakteristik pekerjaan yang menuntut interaksi langsung dengan pelanggan, pencapaian target penjualan, serta kemampuan mengambil keputusan secara cepat dalam berbagai situasi pelayanan. Karyawan yang merasa mampu, memiliki otonomi, dan memahami makna pekerjaannya cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tuntutan pekerjaan dan memberikan pelayanan yang lebih efektif kepada pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan bahkan meningkatkan *psychological empowerment* melalui pemberian kesempatan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, pelatihan pengembangan kompetensi, serta pemberian umpan balik yang konstruktif kepada karyawan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda berada pada kondisi yang cukup baik. Temuan ini memberikan indikasi bahwa sebagian besar karyawan telah memiliki sumber daya psikologis yang mendukung efektivitas kerja. Namun demikian, masih terdapat sebagian kecil karyawan yang berada pada kategori rendah sehingga memerlukan perhatian khusus dari organisasi melalui program pengembangan sumber daya manusia yang berorientasi pada peningkatan kebermaknaan kerja, kompetensi, otonomi, dan pengaruh karyawan dalam organisasi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada satu perusahaan retail sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh perusahaan retail di Indonesia. Kedua, data diperoleh menggunakan metode *self-report* sehingga masih memungkinkan adanya bias subjektivitas responden dalam memberikan jawaban. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif sehingga belum dapat menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi *psychological empowerment* secara lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak organisasi dan mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap *psychological empowerment* karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 126 karyawan PT Ramayana Samarinda Square, dapat disimpulkan bahwa *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa *psychological empowerment* memiliki nilai rata-rata sebesar 40,21 dengan standar deviasi sebesar 3,17, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan memiliki persepsi positif terhadap pekerjaan yang dijalankan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas karyawan merasa pekerjaannya memiliki makna yang penting, memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menyelesaikan tugas, memperoleh tingkat otonomi tertentu dalam melaksanakan pekerjaan, serta merasa mampu memberikan kontribusi terhadap organisasi. Selain itu, sebagian besar responden berada pada kategori sedang (74,6%), diikuti kategori tinggi (17,5%), dan kategori rendah (7,9%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *psychological empowerment* pada karyawan perusahaan retail di Samarinda secara umum berada pada kondisi yang cukup baik dan berpotensi menjadi modal psikologis yang mendukung efektivitas kerja karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *psychological empowerment* karyawan perusahaan retail di Samarinda berada pada kategori sedang hingga tinggi, perusahaan disarankan untuk terus mempertahankan serta meningkatkan kondisi tersebut melalui berbagai strategi pengembangan sumber daya manusia. Perusahaan dapat memberikan kesempatan yang lebih luas kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pekerjaan mereka, menyediakan pelatihan dan pengembangan kompetensi secara berkelanjutan, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung otonomi, kreativitas, dan inisiatif karyawan. Selain itu, pemberian apresiasi dan pengakuan terhadap kontribusi karyawan juga penting dilakukan untuk meningkatkan persepsi mengenai kebermaknaan pekerjaan dan dampak yang diberikan terhadap organisasi (Laschinger dkk., 2001).

Bagi karyawan, diharapkan dapat menjadi motivasi untuk terus mengembangkan kemampuan diri, meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalankan tugas, serta memanfaatkan kesempatan yang diberikan organisasi untuk berkontribusi secara aktif dalam lingkungan kerja. Karyawan juga diharapkan dapat membangun sikap proaktif dan terus meningkatkan kompetensi yang dimiliki agar mampu menghadapi tuntutan pekerjaan yang dinamis di sektor retail.

Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan kajian mengenai *psychological empowerment* dalam konteks yang lebih luas. Penelitian

berikutnya disarankan untuk mengkaji *psychological empowerment* berdasarkan karakteristik demografis seperti usia, jenis kelamin, masa kerja, maupun jabatan, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai variasi *psychological empowerment* pada berbagai kelompok karyawan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menguji keterkaitan *psychological empowerment* dengan variabel lain, seperti keterikatan kerja (*work engagement*), kepuasan kerja (*job satisfaction*), perilaku kerja inovatif, komitmen organisasi, dan kinerja karyawan, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan ilmu psikologi industri dan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amundsen, S., & Martinsen, Ø. L. (2021). Linking empowering leadership to job satisfaction, work effort, and creativity: The role of *psychological empowerment*. *Journal of Leadership & Organizational Studies*. <https://doi.org/10.1177/15480518145658>
- [2] Azwar, Saifuddin. (2021). *Reliabilitas dan Validitas* (Edisi 5). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [3] Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman.
- [4] Chompukum, P., et al. (2025). The role of *psychological empowerment* in engagement and intention to leave. *Behavioral Sciences*, 15(2), 131. <https://doi.org/10.3390/bs15020131>
- [5] Conger, Jay A. & Kanungo, Rabindra N.. (1988). *The empowerment process: Integrating theory and practice*. *Academy of Management Review*, 13(3), 471–482. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306983>
- [6] Creswell, John W., & Creswell, J. David. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- [7] Doğan, E. (2023). The effect of *psychological empowerment* on employee performance: The mediating role of psychological ownership. *EKOIST Journal of Econometrics and Statistics*, 38, 289–305. <https://doi.org/10.26650/ekoist.2023.38.1258687>
- [8] Dogan, S., & Aykan, E. (2025). The mediating role of *psychological empowerment* in the effect of entrepreneurial leadership on innovative work behavior and employee performance while self-efficacy in the moderating role. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 15(1). <https://doi.org/10.1007/s40497-025-00456-1>
- [9] Fan, X., Zhao, S., Zhang, X., & Meng, L. (2023). The *impact* of improving employee *psychological empowerment* and job performance based on deep learning and artificial intelligence. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 35(3), 1-14. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.321639>
- [10] Hartline, M. D., & Ferrell, O. C. (1996). The management of customer-contact service employees: an empirical investigation. *Journal of marketing*, 60(4), 52-70. <https://doi.org/10.1177/002224299606000406>
- [11] Husna, A., Ariffin, Z., & Faridah, S. (2024). The effect of *psychological empowerment* on employee performance: Work engagement as mediation. *International Journal of Management Research and Economics*, 2(2), 209–232. <https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v2i2.1796>

- [12] Ibrahim, N., Farinordin, F. A., Mohamad, N. I., Lee, U. H. M. S., & Ismail, A. (2024). *Psychological empowerment* link using employee performance and organizational commitment on the generation gap: PLS-MGA analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 26(1), 23–48. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.65657>
- [13] Laschinger, Heather K. Spence, et al. "Impact of structural and *psychological empowerment* on job strain in nursing work settings: Expanding Kanter's model." *JONA: The Journal of Nursing Administration* 31.5 (2001): 260-272. https://journals.lww.com/jonajournal/abstract/2001/05000/impact_of_structural_and_psychological_empowerment.6.aspx
- [14] Latumahina, J., Syamsudin, S., & Joesah, N. (2025). The Influence of *Psychological empowerment* and Psychological Safety on Lecturer Performance with Servant Leadership as a Mediating Variable. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(5), 1600-1609. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/JMS/article/view/7197>
- [15] Lee, A., Willis, S., & Tian, A. W. (2018). Empowering leadership: A meta-analytic examination of incremental contribution, mediation, and moderation. *Journal of organizational behavior*, 39(3), 306-325. <https://doi.org/10.1002/job.2220>
- [16] Menon, S. T. (2001). Employee empowerment: An integrative psychological approach. *Applied Psychology: An International Review*, 50(1), 153–180. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00052>
- [17] Muchtadin. (2024). The influence of *psychological empowerment* on the affective commitment of millennial workers in Indonesia. *Management and Economics Review*.
- [18] Nunnally, Jum C., & Bernstein, Ira H.. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- [19] Seibert, Scott E., Wang, Gang, & Courtright, Stephen H.. (2011). *Antecedents and consequences of psychological and team empowerment in organizations: A meta-analytic review*. *Journal of Applied Psychology*, 96(5), 981–1003. <https://doi.org/10.1037/a0022676>
- [20] Spreitzer, Gretchen M.. (1995). *Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation*. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442–1465. <https://doi.org/10.2307/256865>
- [21] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.
- [22] Thomas, Kenneth W. & Velthouse, Betty A.. (1990). *Cognitive elements of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation*. *Academy of Management Review*, 15(4), 666–681. <https://doi.org/10.5465/amr.1990.4310926>
- [23] Vu, G. T. H., Nguyen, T. D., & Le, T. P. (2025). Transformational leadership and innovative work behaviors: The mediating effects of *psychological empowerment* and work engagement. *Sage Open*, 15(2), 21582440251335464. <https://doi.org/10.1177/215824402513354>
- [24] Yusuf, R. A., & Yuniasanti, R. (2024). Peran *psychological empowerment* terhadap workforce agility pada karyawan startup. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 7(2), 21–33.
- [25] Zimmerman, M. A. (1995). *Psychological empowerment: Issues and illustrations*. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599. <https://doi.org/10.1007/BF02506983>