

**HUBUNGAN ANTARA DIMENSI KEPERIBADIAN *HONESTY-HUMILITY*
DENGAN *CYBERLOAFING* PADA KARYAWAN OTORITAS JASA
KEUANGAN REGIONAL 3 JAWA TENGAH DAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Bagas Ramadhiansyah & Harlina Nurtjahjanti

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, S.H, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

bagasrama11@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dimensi kepribadian *honesty-humility* dengan *cyberloafing* pada karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 3 Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Cyberloafing* merupakan perilaku individu secara aktif dalam menggunakan *gadget* milik pribadi maupun fasilitas kantor saat jam kerja untuk kepentingan pribadi. Dimensi kepribadian *honesty-humility* merupakan dimensi yang mencakup sifat-sifat tulus, menghindari kecurangan, menghindari ketamakan dan sifat rendah hati. Populasi penelitian ini berjumlah 155 karyawan OJK Regional 3 Jawa Tengah dan DIY dengan sampel sebanyak 82 karyawan melalui *convenience sampling*. Alat ukur dalam penelitian ini adalah modifikasi aitem Skala *Honesty-Humility* dalam The IPIP HEXACO-PI (26 aitem: $\alpha = 0,851$) dan Skala *Cyberloafing* (21 aitem: $\alpha = 0,868$). Analisis data menggunakan regresi sederhana menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara dimensi kepribadian *honesty-humility* dengan *cyberloafing* pada karyawan OJK Regional 3 Jawa Tengah dan DIY dengan hasil $r_{xy} = -0,239$ dan $p = 0,015$ ($p < 0,05$). Dimensi kepribadian *honesty-humility* memberikan sumbangan efektif sebesar 5,7% kepada *cyberloafing*, sisanya sebesar 94,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Dimensi Kepribadian *Honesty-Humility*, *Cyberloafing*, Karyawan

Abstract

The aim of the study is to understand the relationship between honesty-humility dimension of personality with cyberloafing by the employees of Otoritas Jasa Keuangan Region 3 in Central Java and Special Region of Yogyakarta. Cyberloafing is a voluntary acts of employees using their companies or personal gadget and internet access for non-work related during working hours. Honesty-humility dimension of personality is defined by honesty, sincerity, fairness, modesty, and lack of greed. The population of this study is 155 Otoritas Jasa Keuangan Region 3 Central Java and Special Region of Yogyakarta employee with sample amount of 82 employee by convenience sampling. This study used item modification Honesty-Humility Scale in The IPIP HEXACO-PI (26 items: $\alpha = 0,851$) and Cyberloafing Scale (21 aitem: $\alpha = 0,868$). Results have shown $r_{xy} = -0,239$ with $p = 0,015$ ($p < 0,05$). The results deduce there are negative and significant relationship between honesty-humility dimension of personality with cyberloafing by the employees of “Otoritas Jasa Keuangan” Region 3 in Central Java and Special Region of Yogyakarta. Honesty-Humility dimation of personality contributed effectively to 5,7% in predicting cyberloafing, with 94,3 predicted by other factors that not inspect in this research.

Keyword: Honesty-Humility Dimension of Personality, Cyberloafing, Employee

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan lingkungan dan era globalisasi yang cepat menandakan adanya perkembangan zaman. Persaingan tenaga kerja juga akan semakin meningkat karena adanya perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), pekerja dan calon pekerja menghadapi perdagangan bebas dengan negara-negara ASEAN. Kompetitor di perusahaan bukan hanya dari Indonesia, melainkan dari luar negeri. Keadaan tersebut memaksa sebuah organisasi untuk dapat beradaptasi seiring perkembangan zaman agar dapat meneruskan dinamika organisasi sehari-hari.

Di era digital ini, internet telah dilibatkan untuk membantu segala kebutuhan secara pribadi maupun membantu pekerjaan kantor. Hadirnya internet telah membawa serta meningkatkan efisiensi dalam mengakses informasi dan berkomunikasi dengan pihak lain (Greenberg & Baron, 2003). Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2017), terdapat 143,26 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Angka tersebut menunjukkan pertumbuhan dari tahun sebelumnya, yaitu 132,7 juta jiwa. Melalui hasil survei yang telah dilakukan oleh APJII (2017), terdapat juga data mengenai perilaku penggunaan internet khususnya layanan yang diakses, seperti layanan *chatting* yang mencapai 89,35%, layanan *social media* sebesar 87,13%, layanan *email* sebesar 33,58%, sampai ke layanan perbankan sebesar 7,39%. Terlebih lagi, pengguna internet di era digital ini tidak bisa dibatasi.

Hasil survei yang dilakukan oleh APJII (2017) menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet berdasarkan usia memberikan sumbangan angka sebesar 74,23% pada pengguna yang berusia 19-34 tahun, 44,06% pada pengguna yang berusia 35-54 tahun. Kedua kategori tersebut juga mewakili usia pekerja kantor. Salah satu bukti bahwa internet menjadi salah satu elemen penting dalam dunia pekerjaan adalah perusahaan *start-up* di Indonesia berkembang pesat karena didukung dengan penggunaan internet yang terus meningkat signifikan menjadikan Indonesia ekosistem ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara (Newswire, 2018).

Sebuah organisasi dapat dinyatakan efektif dilihat dari beberapa hal, yaitu interaksi kerja pada tingkat individual, kelompok dan sistem-sistem organisasi yang menghasilkan manusia yang memiliki tingkat absensi rendah, perputaran karyawan yang rendah, minimnya perilaku menyimpang dalam organisasi, tercapainya kepuasan kerja dan karyawan harus memiliki *organizational citizenship behavior* (Robbins & Judge, 2015). Perilaku menyimpang dalam organisasi yang dimaksud adalah beberapa tindakan di tempat kerja yang cenderung membahayakan organisasi beserta jajaran organisasi, yaitu *counterproductive workplace behavior* atau CWB (Rogelberg, 2007). CWB terbagi menjadi empat, yaitu *production deviance*, *property deviance*, *political deviance* dan *personal aggression*. Salah satu perilaku yang termasuk bagian dari *production deviance* adalah *cyberloafing*, dimana perilaku *cyberloafing* dapat menurunkan produktivitas, sehingga perilaku tersebut menimbulkan risiko bagi perusahaan.

Menurut Vitak, Crouse dan LaRose (2011), *cyberloafing* merupakan perilaku karyawan dalam mengakses internet dan perangkat teknologi selama waktu bekerja untuk tujuan pribadi. Selain itu, bentuk dari *cyberloafing* mengacu kepada perilaku karyawan dalam menggunakan internet dan layanan *email* bukan untuk urusan yang berkaitan dengan pekerjaan di jam kerja (dalam Rogelberg, 2007). Menurut Henle dan Kedharnath (Yan, 2012), perangkat teknologi perusahaan maupun perangkat teknologi pribadi seperti *smartphone* yang dibawa dari rumah, ketika digunakan untuk kepentingan pribadi saat jam kerja berlangsung, maka dapat disebut dengan *cyberloafing*.

Internet telah merubah cara organisasi dalam menjalankan bisnisnya dengan memberikan pelayanan komunikasi secara cepat, meningkatkan akses informasi sampai ke tahap pendistribusian, akan tetapi penggunaan internet ini dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan (Rogelberg, 2007). Dikhawatirkan karyawan menggunakan fasilitas kantor seperti komputer hanya untuk kebutuhan pribadi serta menghambat kinerja sistem perusahaan.

Terdapat bukti yang kuat bahwa *cyberloafing* memberikan hasil yang signifikan kepada organisasi atau perusahaan secara finansial maupun sumber daya. Dampak negatif yang dialami oleh perusahaan antara lain penghentian karyawan, hilangnya reputasi perusahaan, rendahnya rasa tanggung jawab terhadap perusahaan, serta kerugian secara finansial karena menurunnya produktivitas perusahaan (Weatherbee, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Lim dan Chen (2012) juga memberikan hasil bahwa responden menganggap *cyberloafing* memberikan konsekuensi yang cenderung negatif bagi diri sendiri

maupun organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Hartijasti (2016) kepada 338 karyawan perusahaan yang memiliki akses internet dikantor mengenai penyimpangan internet di tempat kerja mengindikasikan bahwa sebagian karyawan tidak memaksimalkan waktu kerja secara efisien, melainkan melakukan praktik *cyberloafing* setidaknya empat sampai lima jam.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *MSNBC survey* (Greenberg & Baron, 2003), satu dari lima individu yang telah mengakses situs pornografi ketika jam kerja berlangsung. Selain itu, survei yang dilakukan oleh *Society of Financial Service Professionals* (Greenberg & Baron, 2003), mengungkapkan bahwa satu diantara tiga pekerja dilaporkan bermain *games* di komputer ketika jam kerja berlangsung. Survei yang dilakukan oleh *Privacy Foundation* (Greenberg & Baron, 2003) menjelaskan 83% karyawan perusahaan mengakses *email* untuk tujuan pribadi. Henle (Rogelberg, 2007) mengungkapkan survei yang dilakukan oleh *Vault.com* mengindikasikan bahwa hampir 88% karyawan mengakses *website* yang tidak memiliki kaitannya dengan pekerjaan saat jam kerja berlangsung, dan 66% karyawan mempraktikkan *cyberloafing* sekitar sepuluh menit sampai satu jam lamanya. *Website* yang paling umum diakses saat jam kerja berlangsung seperti perdagangan saham, *online game*, *online shop*, lowongan pekerjaan, dan *gambling site* (Rogelberg, 2007). Hartijasti (2016) menambahkan bahwa, ketika karyawan tidak menggunakan waktu bekerjanya untuk penyelesaian pekerjaan secara efisien dan kondisi tersebut tidak terkendali, maka akan membahayakan produktivitas karyawan dan keseluruhan kinerja organisasi.

Secara umum, *cyberloafing* memunculkan risiko negatif terhadap perusahaan seperti penurunan produktivitas dan tidak tercapainya target perusahaan serta memberikan efek yang negatif bagi karyawan. Penurunan produktivitas merupakan permasalahan bagi perusahaan, sehingga perusahaan perlu mengatasi rintangan dalam melanjutkan dinamika organisasi tersebut. Oleh karena itu, sebagai salah satu elemen yang penting di perusahaan, sifat kooperatif karyawan dibutuhkan agar perusahaan dapat melanjutkan dinamika organisasi.

Meskipun demikian, ada beberapa penelitian *cyberloafing* yang memberikan perspektif positif terhadapnya. Penelitian yang dilakukan oleh Lim dan Chen (2012) mengenai dampak *cyberloafing* terhadap kondisi emosi karyawan dengan pekerjaan pada beberapa alumni universitas terbesar di Asia menunjukkan bahwa perilaku *cyberloafing* merupakan hal yang umum dilakukan di tempat kerja. Pandangan responden dalam penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perilaku tersebut dapat diterima bagi pekerja untuk menggunakan akses internet kantor untuk tujuan pribadi saat jam kerja berlangsung. Selain itu, penemuan dari penelitian yang dilakukan juga menunjukkan perilaku *cyberloafing* secara umum memberikan dampak yang positif bagi pekerjaan (Lim & Chen, 2012). Hal tersebut dibuktikan dari 75% responden setuju bahwa *cyberloafing* membuat pekerjaan menjadi lebih menarik, 57% responden setuju bahwa *cyberloafing* membantu karyawan dalam menyelesaikan masalah praktis pekerjaan dan masalah pribadi. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kegiatan *browsing* memberikan dampak yang positif terhadap kondisi emosional seorang karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pindek, Krajcevska dan Spector (2018) kepada 463 karyawan *full-time non-instructional* mengenai potensi positif yang dapat membantu karyawan mengatasi kebosanan bekerja, menunjukkan bahwa *cyberloafing* merupakan konsep yang tepat sebagai mekanisme *coping* dalam mengatasi kebosanan dibandingkan sebagai konsep dari *counterproductive workplace behavior*.

Berdasarkan pemaparan data dan penelitian mengenai *cyberloafing* di atas, peneliti melihat adanya kesenjangan bahwa secara teori *cyberloafing* termasuk ke dalam *counterproductive workplace behavior*, namun beberapa penelitian menemukan manfaat dari praktik *cyberloafing*. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sikap bahwa *cyberloafing* merupakan bentuk dari *counterproductive workplace behavior*. Atas dasar tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai fenomena *cyberloafing*.

Perilaku *cyberloafing* dilakukan oleh sebagian besar karyawan karena berbagai faktor. Menurut Ozler dan Polat (2012), terdapat tiga faktor yang menyebabkan karyawan melakukan *cyberloafing*, yaitu faktor individu, organisasi, dan situasi. Faktor individu membahas mengenai persepsi dan sikap individu terhadap perilaku *cyberloafing* serta penggunaan internet secara umum, sifat individu, adiksi internet, faktor demografis, intensi, norma sosial, dan kode etik dalam menggunakan internet. Faktor kedua yang mempengaruhi *cyberloafing* adalah faktor organisasi. Faktor organisasi mencakup tentang pembatasan penggunaan internet di tempat bekerja, hasil yang diharapkan, dukungan manager, melihat rekan kerja sebagai dasar perilaku *cyberloafing* (*modeling*), sikap kerja,

ketidakadilan, komitmen, kepuasan serta karakteristik kerja. Sedangkan faktor yang terakhir adalah faktor situasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Nurtjahjanti (2017) menguji salah satu faktor organisasi *cyberloafing*, yaitu karakteristik kerja yang diturunkan menjadi persepsi terhadap beban kerja pada karyawan Biro Administrasi Umum dan Keuangan Universitas Diponegoro (BAUK UNDIP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara persepsi terhadap beban kerja dengan *cyberloafing*. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin positif persepsi terhadap beban kerja yang dimiliki maka semakin rendah *cyberloafing* terjadi dan begitu sebaliknya.

Terdapat sifat individu yang menjadi faktor penyebab perilaku *cyberloafing* terjadi. Sifat memberikan sumbangan kepada *individual differences*, konsistensi perilaku dari waktu ke waktu, dan keseimbangan perilaku di berbagai situasi (Feist, Feist, & Roberts, 2009). Menurut Pervin, Cervone dan John (2005), kepribadian mengacu kepada karakteristik individu yang menerangkan pola secara stabil mengenai perasaan, pikiran, dan perilaku. Kepribadian merupakan sifat yang secara relatif permanen sehingga membentuk suatu pola serta keunikan atau karakteristik khas yang memberikan konsistensi terhadap perilaku individu (Roberts & Mroczek, dalam Feist, Feist, & Roberts, 2009).

Salah satu model kepribadian yang banyak disetujui oleh para peneliti dan diyakini dapat menggambarkan kepribadian individu adalah *the big five personality*. terdiri dari lima komponen yang membentuk kepribadian, yaitu

extroversion, emotional stability, agreeableness, conscientiousness, dan openness to experience (dalam Champoux, 2011). Dimensi *the big five personality* biasa dikenal sebagai *OCEAN* (*Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism*).

Costa dan McCrae (dalam Feist, Feist, & Roberts, 2009), mengemukakan bahwa individu yang memiliki tingkat *neuroticism* yang tinggi cenderung menjadi cemas, mudah terganggu, emosional, sebaliknya jika individu memiliki tingkat *neuroticism* yang rendah maka cenderung tenang, puas terhadap dirinya, pandai menguasai diri dan berwatak tenang. Individu dengan tingkat *extraversion* yang tinggi cenderung periang, aktif, sedangkan *extraversion* dengan tingkat yang rendah cenderung pendiam, pasif, serta kurang dalam mengekspresikan emosi yang dirasakan.

Individu dengan tingkat *openness to experience* yang tinggi cenderung kreatif, imajinatif, ingin tahu, serta memiliki preferensi yang bervariasi, sedangkan individu dengan tingkat *openness to experience* yang rendah cenderung melakukan sesuatu dengan hal yang sudah terbiasa, kurangnya rasa ingin tahu, dan konservatif. Skala *agreeableness* membedakan individu yang berhati lembut dengan yang lebih keras. Kecenderungan individu dengan tingkat *agreeableness* yang tinggi adalah lembut, penuh kepercayaan, murah hati, toleran, serta baik hati, sedangkan individu dengan tingkat *agreeableness* rendah cenderung kritis, memiliki sifat antagonis, dan mudah marah. Terakhir, skala *conscientiousness* memberikan gambaran individu yang tertib, terkontrol, terorganisir, berambisi, disiplin serta fokus dalam menggapai sesuatu. Individu

dengan tingkat *conscientiousness* yang tinggi cenderung gigih dalam bekerja, teliti, tepat waktu, dan tekun. Individu dengan tingkat *conscientiousness* yang rendah cenderung malas, tidak memiliki tujuan, lalai, dan cenderung menyerah.

Seiring dengan perkembangan, beberapa bukti yang terkumpul telah cukup menciptakan pengembangan alternatif mengenai struktur kepribadian. Alternatif struktur kepribadian tersebut dikenal dengan *HEXACO Model of Personality*. *HEXACO* merupakan model struktur kepribadian yang terdiri dari 6 dimensi, yaitu *honesty-humility*, *emotionality*, *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *openness to experience* (Ashton & Lee, 2007). Ashton dan Lee (2007) menjelaskan bahwa tiga diantara enam dimensi *HEXACO* sangat sesuai dengan dimensi *the big five personality model*, yaitu *Extraversion*, *Conscientiousness* dan *Openness to Experience*.

Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menggambarkan kepribadian seseorang secara utuh, karena penelitian ini hanya menggunakan satu dimensi kepribadian, yaitu dimensi *honesty-humility* dalam struktur *HEXACO Model of Personality*. Penambahan dimensi *honesty-humility* merupakan salah satu dimensi yang penting dalam struktur kepribadian *HEXACO* dan menggambarkan kemajuan besar dari *The Big Five Model* (Lee & Ashton, 2004). Pada penelitian ini, dimensi *honesty-humility* dalam *HEXACO model*, diduga berkaitan dengan *cyberloafing*. Hal tersebut disimpulkan dari karakteristik dimensi *honesty-humility* yang akan memiliki kaitannya dengan *cyberloafing*. Individu yang dominan pada dimensi *honesty-humility* cenderung memiliki karakteristik jujur, ketulusan, adil, rendah hati (Lee & Ashton, 2004). Oleh karena adanya karakteristik tersebut,

dalam konteks pekerjaan, maka individu dengan *honesty-humility* diduga tidak melakukan *cyberloafing* yang tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Anglim, Lievens, Everton, Grant dan Marty (2018) juga menjelaskan bahwa dimensi *honesty-humility* merupakan salah satu prediktor yang baik dalam memprediksi *counterproductive workplace behavior*. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti memilih dimensi *honesty-humility* untuk diteliti lebih lanjut.

Bukti bahwa dimensi *honesty-humility* dapat diteliti diluar kerangka *HEXACO Model of personality* adalah terdapat penelitian yang dilakukan oleh Ashton dan Lee (2005), penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan antara *honesty-humility* dengan dimensi kepribadian *the big five personality*. Penelitian yang dilakukan O'Neill, Hambley, dan Bercovich (2014) meneliti dimensi *honesty-humility* tanpa melibatkan lima dimensi lainnya dalam kerangka *HEXACO Model of Personality*. Penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2018), mengungkapkan bahwa hanya kepribadian *honesty-humility* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *cyberloafing*. Terakhir, penelitian yang dilakukan Primawestri dan Prasetyo (2016) hanya melibatkan dimensi *honesty-humility* dalam memprediksi perilaku *impression management*.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merupakan lembaga kenegaraan yang memiliki tugas untuk melakukan pengaturan dan pengawasan terhadap kegiatan jasa keuangan di sektor Perbankan, sektor Pasar Modal dan sektor Industri Keuangan Non-Bank Syariah. Dalam keberlangsungannya, OJK membawa nilai integritas, profesionalisme, sinergi, inklusif, dan visioner. Hal tersebutlah yang membuat OJK bertindak secara objektif, adil, menjunjung tinggi kejujuran,

komitmen, *forward looking*, *out of the box*, menerima keberagaman, produktif, berkualitas, serta bekerja dengan penuh tanggung jawab.

Berdasarkan komunikasi personal dengan pejabat Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Kantor Pusat, beliau menjelaskan bahwa fenomena kemajuan teknologi telah berdampak kepada lembaga secara positif juga potensial negatif. Sebagian besar pekerjaan di lembaga sudah berbasis IT, di satu sisi memudahkan pekerjaan yang memungkinkan seorang karyawan melakukan pekerjaannya menggunakan *gadget* pribadi agar lebih mudah, namun hal tersebut berpotensi menimbulkan dampak negatif dalam menggunakan perangkat IT saat jam kerja, seperti mengakses situs-situs yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan, dalam hal ini adalah bermain *game*. Salah satu kebijakan yang di terapkan OJK adalah membatasi konten-konten situs yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan ketika jam kerja sedang berlangsung, sehingga tidak mungkin karyawan mengakses situs-situs diluar pekerjaan menggunakan akses internet milik kantor.

Berdasarkan komunikasi personal yang dilakukan peneliti kepada salah satu pejabat Otoritas Jasa Keuangan Kantor Regional 3 Jawa Tengah dan DIY, beliau menjelaskan bahwa dalam hal ini *gadget* banyak membantu pekerjaan seperti kemudahan berkomunikasi serta pengiriman *file* pekerjaan, namun juga tidak menutup kemungkinan *gadget* digunakan untuk hal lainnya. Selain itu, komunikasi personal yang dilakukan dengan karyawan OJK Kantor Regional 3 Jawa Tengah dan DIY didapatkan informasi mengenai peneguran ketika penggunaan fasilitas internet kantor telah mencapai *limit*, digunakan untuk mengakses dan *download file* yang tidak memiliki hubungan dengan pekerjaan

saat jam istirahat berlangsung, karena setiap aktivitas internet yang menggunakan fasilitas kantor selalu terpantau oleh Departemen Sistem Informasi Kantor Pusat Otoritas Jasa Keuangan.

Berdasarkan uraian pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai hubungan dimensi kepribadian *honesty-humility* dengan *cyberloafing* pada karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 3 Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara dimensi kepribadian *honesty-humility* dengan *cyberloafing* pada karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 3 Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dimensi kepribadian *honesty-humility* dengan *cyberloafing* pada karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 3 Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan serta dapat memberikan sumbangan konsep terhadap teori yang mendukung perkembangan dari ilmu

pengetahuan bidang Industri dan Organisasi, khususnya penelitian tentang hubungan dimensi kepribadian *honesty-humility* dengan perilaku *cyberloafing*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, perusahaan diharapkan dapat mengetahui dampak positif maupun negatif dari perilaku *cyberloafing*, sehingga perusahaan dapat membuat langkah-langkah untuk menyikapi fenomena tersebut.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi pengembangan penelitian mengenai *cyberloafing* maupun dimensi kepribadian *honesty-humility*.