



**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN *PERSONAL BRANDING*
TERHADAP PROFESIONALISME KERJA KARYAWAN CV
KOLABORASI ABADI BUKITTINGGI**

TESIS

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Ekonomi Pada Program
Studi Ekonomi Syariah*

Oleh:

ZAKI PRATAMA
2002041025

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2023M/1445H**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaki Pratama
NIM : 2002041025
Program Studi : Ekonomi Syariah/Manajemen Sumber Daya Insani

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul **PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSONAL BRANDING TERHADAP PROFESIONALISME KERJA KARYAWAN CV KOLABORASI ABADI BUKITTINGGI** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 16 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



ZAKI PRATAMA
NIM. 2002041025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing tesis atas nama **Zaki Pratama**, NIM: **2002041025** dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSONAL BRANDING TERHADAP PROFESIONALISME KERJA KARYAWAN CV KOLABORASI ABADI BUKITTINGGI”** Setelah dilakukan bimbingan terhadap tesis yang bersangkutan, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 24 Juli 2023

PembimbingI

PembimbingII



Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag.
NIP:19631019 199203 1 004



Dr. Himyar Pasrizal, SE, MM.
NIP:19780524 200501 1 004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis atas nama ZAKI PRATAMA, NIM: 2002041025, dengan judul PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSONAL BRANDING TERHADAP PROFESIONALISME KERJA KARYAWAN CV KOLABORASI ABADI BUKITTINGGI, telah diuji dalam Ujian Munaqasah Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 7 Agustus 2023 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) Program Strata Dua (S2) dalam bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Insani

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Dr. Silvianetri, M.Pd NIP. 19711226 200212 2 003	Ketua Sidang		18/08-2023
2	Dr. H. Rizal Fahlefi, M.Si NIP. 19730629 200112 1 002	Penguji Utama I		18/8 2023
3	Dr. Nofrivul, S.E., M.M, CPRM NIP. 19670624 200312 1 001	Penguji Utama II		18/8 '23
4	Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag NIP. 19631019 199203 1 004	Pembimbing I/Penguji I		18/8 2023
5	Dr. Himyar Pasrizal, S.E, M.M NIP. 19780524 200501 1 004	Pembimbing II/Penguji II		18/8-2023

Batusangkar, 16 Agustus 2023
Mengetahui,
Direktur Program Pascasarjana
UIN Mahmud Yunus Batusangkar



H. Adripen, M.Pd
NIP. 19650504 199303 1 003

KATA PENGANTAR



Puji syukur kita ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga ananda dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding Terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi”** Shalawat beriringan salam tidak lupa pula ananda mohonkan kepada Allah SWT, semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat dan para pengikut beliau sampai pada akhir zaman yang telah membentangkan jalan kebenaran dimuka bumi Allah SWT yang tercinta ini.

Tesis ini ditulis untuk menyelesaikan kuliah guna meraih gelar Magister Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar. ananda menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini pula perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya serta rasa penghargaan yang tak terhingga kepada kedua orang tua tersayang dan tercinta Ayahanda **Almuzardi** dan Ibundaku **Nurzubaida** yang sudah bersabar mendidik, menuntun, menasehati, dan mendoakan serta memberikan dorongan moril maupun materil dengan segenap jiwa dan ketulusan hatinya.

Selain itu penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar **Prof. Dr. Marjoni Imamora, M. Sc.**
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar **Dr. H. Adripen, M. Pd.**
3. Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar **Dr. M. Yusuf Salam, S. Ag, M.A**
4. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar **Dr. Nil Firdaus, M.A**
5. **Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag** selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan dengan penuh kesabaran dan memberikan

nasehat serta saran kepada ananda dalam menyusun tesis ini.

6. **Dr. Himyar Pasrizal SE, MM** selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan dengan penuh kesabaran dan memberikan nasehat serta saran kepada ananda dalam menyusun tesis ini.
7. **Prof. Dr. Marjoni Imamora, M. Sc.** Selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
8. Dosen dan staf tata usaha Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberikan ilmu kepada penulis sesuai dengan bidang perkuliahan.
9. Bapak dan Ibu **CV Kolaborasi Abadi Bukittingi** yang telah memberi izin kepada penulis dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Sahabatku semua Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020, atas motivasi dan dukungan yang diberikan untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Akhirnya, kepada Allah SWT jualah penulis berserah diri, semoga bantuan, motivasi dan bimbingan serta nasihat dari berbagai pihak menjadi amal ibadah yang ikhlas hendaknya, dan dibalas oleh Allah SWT, dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga tesis ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. *Aamiin.*

Batusangkar, 15 Agustus 2023
Penulis

ZAKI PRATAMA
NIM. 2002041025

ABSTRACT

ZAKI PRATAMA, NIM 2002041025, Thesis Title "**The Influence of Religiosity and Personal Branding on Employee Work Professionalism at CV Eternal Collaboration Bukittinggi**". The Islamic Economics study program concentrates on human resource management at the Batusangkar State Islamic Institute (IAIN Batusangkar).

The problem faced by CV Kolaborasi Abadi employees in carrying out work is how employees are able to carry out a job according to their respective fields of assignment and level of work results in accordance with company goals, considering that CV Kolaborasi Abadi has only been running a business for the past year so CV Kolaborasi Abadi employees are expected to be able to carry out their duties and job responsibilities properly. research findings can also be understood that the concept of religiosity has a relationship with increased employee professionalism at work. Institutionally, at the Bukittinggi Abdi Collaboration CV, there are 21 Muslim employees who are professional human resources. In addition to religiosity affecting work professionalism, there is also a personal branding factor that increases employee work professionalism.

This type of research is field research using a quantitative approach. The data collection technique is a statement questionnaire given to respondents. The sample used was 21 respondents. Sampling using total sampling technique. Data analysis techniques using multiple regression, t test, f test, R² test and classic assumption test.

The results showed that with reference to the multiple linear regression test that the religiosity variable with a tcount of $4.378 > t$ table of 1.729 then H_a is accepted. So it can be concluded that the religiosity variable has a significant effect on employee work professionalism. Then the relationship between personal branding and work professionalism has a tcount of $3.960 > t$ table of 1.729, so H_a is accepted. So it can be concluded that personal branding variables have a significant influence on employee professionalism. Based on the F test in this study, the value of fcount was $47.040 > f$ table 3.52, so based on the significant column, namely 0.000, this means that the probability is <0.05 , so H_a is accepted. It can be concluded that the variables of religiosity and personal branding simultaneously influence the work professionalism of the employees of CV Bukittinggi Collaboration.

Keywords: Religiosity, Personal Branding and Work Professionalism

ABSTRAK

ZAKI PRATAMA, NIM 2002041025, Judul Tesis “**Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding Terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi**”. Program studi Ekonomi Syariah konsentrasi manajemen sumber daya insani Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Batusangkar (IAIN Batusangkar).

Permasalahan yang dihadapi karyawan CV Kolaborasi Abadi dalam melaksanakan pekerjaan adalah bagaimana karyawan mampu melakukan suatu pekerjaan menurut bidang tugas dan tingkatnya masing masing dari hasil pekerjaan sesuai dengan tujuan perusahaan mengingat CV Kolaborasi abadi baru menjalankan usaha bisnis setahun terakhir sehingga karyawan CV Kolaborasi Abadi diharapkan mampu mengemban tugas dan tanggung jawab pekerjaan dengan baik. temuan penelitian dapat dipahami juga bahwa konsep religiusitas ada hubungan dengan peningkatan profesionalisme karyawan dalam berkerja. Secara kelembagaan pada CV Kolaborasi Abdi Bukittinggi terdapat 21 karyawan muslim yang menjadi sumber daya manusia profesional Selain religiusitas mempengaruhi profesionalisme kerja juga ada faktor *personal branding* yang meningkatkan profesionalisme kerja karyawan.

Jenis Penelitian ini adalah *field research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner pernyataan yang diberikan kepada responden. Sampel yang digunakan sebanyak 21 responden. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *total sampling*. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi berganda, uji t, uji f, uji R^2 dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan dengan mengacu kepada uji regresi linear berganda bahwa variabel religiusitas dengan nilai $t_{hitung} 4,378 > t_{tabel} 1,729$ maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan variabel religiusitas pengaruh signifikan terhadap profesionalisme kerja karyawan. Kemudian hubungan variabel *personal branding* dengan profesionalisme kerja nilai $t_{hitung} 3,960 > t_{tabel} 1,729$ maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan variabel *personal branding* mempunyai pengaruh signifikan terhadap profesionalisme karyawan. Berdasarkan uji F pada penelitian ini menunjukan nilai $f_{hitung} 47,040 > f_{tabel} 3,52$ maka berdasarkan kolom signifikan yaitu 0.000 ini berarti probabilitas < dari 0,05 maka H_a diterima. Ini dapat disimpulkan bahwa variabel religisuitas dan *personal branding* secara simultan berpengaruh terhadap Profesionalisme Kerja karyawan CV Kolaborasi Bukittinggi.

Kata kunci : Religiusitas, *Personal Branding* dan Profesionalisme Kerja

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Dan Luaran Penelitian	9
G. Defenisi Operasional	10

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	12
1. Manajemen Sumber Daya Manusia	12
a. Pengertian MSDM	12
b. Tujuan MSDM	14
c. Fungsi MSDM	15
d. MSDM dalam Pandangan Islam	17
2. Religiusitas	19
a. Pengertian Religiusitas	19
b. Dimensi–Dimensi Religiusitas	22
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas	23
d. Konsep religiusitas dan profesionalisme muslim	26
3. <i>Personal Branding</i>	29
a. Pengertian <i>Personal Branding</i>	29
b. Tujuan dan Manfaat <i>Personal Branding</i>	31
c. Elemen Dasar dan Karakteristik <i>Personal Branding</i>	32
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Personal Branding</i>	35
4. Profesionalisme Kerja	36

a.	Pengertian Profesionalisme Kerja	36
b.	Aspek-Aspek Profesionalisme Kerja	39
c.	Ciri-Ciri Sikap Profesionalisme Kerja	41
d.	Usaha-Usaha Pengembangan Profesionalisme Kerja	41
e.	Karakteristik Profesionalisme Kerja	42
f.	Faktor-Faktor Profesionalisme Kerja Karyawan	43
B.	Kajian Penelitian Yang Relevan	46
C.	Kerangka Berpikir	49
D.	Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Jenis Penelitian	51
B.	Tempat Dan Waktu	51
C.	Populasi Dan Sampel	52
D.	Pengembangan Instrumen	52
E.	Teknik Pengumpulan Data	54
F.	Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
B.	Deskripsi Peneletian	61
C.	Uji Pra Penelitian.....	64
D.	Analisis Data.....	67
1.	Uji Asumsi Klasik	67
2.	Uji Hipotesis	70
E.	Pembahasan Penelitian	74
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	79
B.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian Relevan	47
Tabel 3.1 waktu penelitian	51
Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala	52
Tabel 3.3 Indikator Instrumen Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Data Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.....	60
Tabel 4.2 Data Freelance Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.....	61
Tabel 4.3 Tingkat Pengembalian Kuesioner	62
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Latar Pendidikan	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Variabel Religiusitas	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validasi Personal Branding	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Profesioanalisme Kerja	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Linear Berganda	70
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dimensi Utama Pembentukan Personal Branding	34
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan suatu perusahaan atau organisasi sangat ditentukan dari kualitas sumber daya manusia. Menurut Anisatul Maghfiroh (2021) Lingkungan kompetitif serta persaingan yang tinggi merupakan tantangan sekaligus juga peluang yang harus diperhatikan dalam menjalankan program-program profesional SDM di sebuah perusahaan. Seperti peningkatan kualitas SDM dalam pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), serta sikap (*attitude*) dari masing-masing SDM yang kemudian disesuaikan kepada bidang-bidang pekerjaan tertentu yang dibutuhkan perusahaan.

Jefri siswanto (2017) memberikan penjelasan secara luas tentang pengembangan SDM adalah proses peningkatan dalam pengembangan kualitas atau kemampuan manusia dalam mencapai tujuan perusahaan. Jadi secara eksplisit pentingnya memahami pengembangan peningkatan kualitas SDM memberikan peluang kemajuan dalam sebuah perusahaan. Dari penjelasan diatas juga mengemukakan pengembangan SDM merupakan usaha-usaha yang dilakukan dalam membentuk SDM yang berkualitas dengan memiliki keterampilan, loyalitas dan kemampuan kerja. Sehingga kualifikasi yang diinginkan oleh organisasi atau perusahaan terkait SDM terpenuhi dengan baik.

Pengembangan kualitas SDM adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan umum seseorang dalam penguasaan secara teori dan juga keterampilan dalam penyelesaian terkait persoalan-persoalan yang menyangkut kegiatan usaha-usaha dalam mencapai tujuan perusahaan. Sehingga profesionalisme kerja tercerminkan dalam kemampuan, keterampilan serta ditunjang dari pengalaman yang mungkin dirasakan oleh karyawan dalam perjalanan waktu mereka akan profesionalisme kerja.

Menurut Tommy J Pissa (2018) profesionalisme kerja merupakan suatu keterampilan atau kemampuan seseorang dalam bekerja sesuai dengan bidang masing-masing dalam ukuran dan waktu yang dapat dicapai dengan mutu yang tinggi, tepat sasaran, cermat dan sesuai dengan prosedur yang diinginkan oleh perusahaan. Menurut Siagian (2009) profesionalisme ialah keahlian dalam menjalankan tugas-tugas yang terlaksana dengan tepat serta dapat dipahami oleh orang-orang yang terikat dengan pekerjaannya.

Menurut Shculer dan Jackson (2011) penilaian profesionalisme mengacu pada suatu sistem formal dan terstruktur yang mengukur, menilai dan mempengaruhi sifat-sifat yang berkaitan dengan pekerjaan, perilaku dan hasil, termasuk ketidakhadiran. Sedangkan menurut Vitalina (2021) seseorang yang memiliki tingkat profesionalisme yang tinggi secara otomatis akan meningkatkan kinerja atau output dengan kualitas yang baik.

Dalam rangka mencapai tujuan perusahaan diperlukan tingkat profesionalisme yang baik. Ahmad Supriyadi (2021) mengemukakan karyawan yang profesional akan cenderung memperlihatkan kerja keras dalam melakukan aktivitas. Bukan hanya melihat dari kuantitas saja tetapi kualitas kerja yang ditampakan oleh karyawan pun cenderung lebih baik dari karyawan biasa. Karyawan yang profesional juga harus memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaan yang dipercayakan kepadanya.

Dalam Islam profesionalisme diartikan *Itqon* yang artinya kerja yang menuntaskan. Jika seorang muslim menjalankan religiusitas agama dengan baik maka seorang pekerja yang profesionalisme adalah ciri khas insan yang cerdas dan ahli dalam pekerjaannya. Mampu menunaikan tugas yang diberikan secara sempurna, dan diiringi adanya perasaan selalu diawasi oleh Allah SWT dalam setiap pekerjaannya. Yulfi Alfikri Noer (2017) profesionalisme dalam Islam menjabarkan bahwa sebagai agama universal sangat banyak nilai-nilai yang mengajarkan kepada umat muslim untuk menjadi umat yang terbaik, menjadi khalifah yang membawa

masalah baik bumi dan isinya. Setiap muslim diajarkan untuk berbuat dan bekerja secara profesional yakni bekerja dengan benar, optimis, jujur, disiplin dan tekun. Sebagaimana memahami akhlak islam dalam sifat-sifat yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW.

Menurut Khairil (2020) profesionalisme dalam prinsip ekonomi Islam menjadi ciri dan karakter dari etos kerja islami. Pemaparan Etos kerja islam merupakan perilaku positif dipaparkan oleh seorang karyawan didalam pekerjaan yang geluti mencangkup motivasi dalam bekerja, moral, pikiran, kode etik, sikap, aspirasi, prinsip dan standar. Hal tersebut adalah internalisasi dari nilai-nilai religiusitas didalam diri seorang karyawan.

Religiusitas merupakan suatu bentuk internalisasi nilai nilai agama didalam diri seorang manusia. Penanaman nilai nilai agama inilah yang kemudian diaktualisasikan kedalam pola perilaku dan perbuatan ditampak dalam interaksi sehari-hari. Termasuk didalam pembentukan dan pengembangan kualitas SDM. Aspek religiusitas adalah tindakan yang dilakukan seseorang di dalam hati, nurani dan sikap personal seorang manusia.

Ada beberapa pendapat para ahli tentang sikap religiusitas antara lain. Religiusitas dimaknai bahwa religi secara umum adalah kewajiban-keawajiban atau aturan-aturan yang harus dipenuhi oleh pemeluknya. Serta menurut Fetzer (1999) religiusitas merupakan tindakan perilaku dan sosial individu didalam sebuah doktrin agama dan doktrin yang dimiliki setiap individu atau kelompok harus dijalankan sebagai kewajiban manusia atas apa yang diikutinya. Sedangkan menurut Ghufron. (2012) religiusitas adalah semua fungsi yang ada dimanusia atas apa yang diyakini perilaku individu secara sadar akan sebuah ajaran agama mencangkup ibadah, pengetahuan dan diri individu.

Jalaluddin (2004) Mengungkapkan ada beberapa dimensi religiusitas antara lain dimensi keyakinan ini ialah suatu bentuk manusia menerima dan mayakini hal hal yang di dalam agama sampaikan atau

dogmatif seperti adanya tuhan, kitab, malikat dan para nabi (aqidah). Dimensi peribadahan adalah berkaitan dengan kewajiban-kewajiban manusia dalam beragama atau berkayakinan seperti ritual menunaikan sholat, puasa, zakat dan haji atau bentuk bentuk kewajiban beragama lainnya. Dimensi penghayatan adalah dimensi yang dirasakan oleh perasaan dalam menghayati ketika dialami atau dirasakan dalam tindakan-tindakan bergama seperti mendekati diri kepada tuhan. Dimensi pengetahuan merupakan dimensi melihat individu-individu memahami atau mengetahui bentuk bentuk ajaran agama yang dijelaskan didalam kitab suci atau pengetahuan landasan beragama dalam Islam seperti hadist, fiqih dan sebagiannya. Dan dimensi konsekuensi adalah sejauh mana implikasi keyakinan atau agama dapat mempengaruhi perilaku individu dalam berkehidupan pada tatanan sosial. Religiusitas mengikat manusia dengan Allah SWT menitik beratkan kepada perilaku individu didalam perilaku dengan Allah SWT (Ibadah) maupun perilaku dengan sesama manusia untuk senantiasa menjalankan ajaran agama Islam dalam berbisnis. Jadi dapat disimpulkan bahwa religiusitas di dalam peningkatan profesionalisme kerja SDM adalah sebuah penanaman nilai nilai ilahiah.

Sebagai tenaga kerja seorang yang profesional didalam pekerjaan pada bidang tertentu, sudah selayaknya ingin mempunyai citra dan reputasi yang baik. Namun terkadang, hal hal yang karyawan tunjukan kepada orang lain dalam mencapai reputasi tersebut justru tidak mewakili kerja yang seutuhnya. Hal tersebut sangat penting untuk mengenal dan menerapkan *personal branding* sehingga ada pandangan positif, terutama dengan terkait dengan dunia pekerjaan.

Menurut L Harianti (2019) Konsep *personal branding* adalah sebuah proses dalam individu seseorang yang menghasilkan nilai meliputi keahlian, sikap, kompetensi dan sebagiannya. kebanyakan orang tidak menyadari bahwa setiap orang memiliki merek pribadi dan tidak mengelola strategis, konsisten dan efektif. Dari berbagai pendapat tentang *personal branding*, dapat dikatakan bahwa *personal branding* merupakan

sesuatu yang berhubungan dengan seseorang atau bisa dikatakan sebagai merek pribadi. Ada banyak cara dalam membangun *personal branding* antara lain menjadi diri sendiri, menunjukkan kelebihan sendiri, melakukan inovasi, bertanggung jawab dengan apa yang dilakukannya, menambah wawasan dan membuat arah tujuan yang hendak dicapai. Jadi dapat disimpulkan sesuai dengan pendapat *personal branding* didalam pekerjaan adalah langkah menuju profesionalisme kerja.

CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi merupakan persero komoditer dalam penyediaan barang besar atau eceran serta organisasi bisnis penyedia jasa. Dibentuk pada (28 Desember 2021) yang terdiri dari beberapa perkumpulan anak muda yang di promotori oleh Muhammad Irvan, SE, M.Ip. disahkan pada salinan akta pendirian perseroan komoditer CV Kolaborasi Abadi, No 02. 13 September 2022. Serta surat keterangan terdaftar CV Kolaborasi Abadi di Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No AHU/-0060113-AH.01.14 Tahun 2022 yang berkedudukan dijalan Aur Birugo Tigo Bale, Kota Bukittinggi.

Bila dilihat aktifitas yang dilakukan oleh usaha persero komoditer CV Kolaborasi Abadi dibagi menjadi 2 unit usaha antara lain. Pertama, *Event Organizer Eternal Collaboration (EO ETC)*. Kedua, unit usaha yang bergerak dibidang penyediaan barang untuk konsumen atau instansi-instansi. Dari kedua unit usaha yang dilakukan oleh persero komoditer CV Kolaborasi Abadi memiliki 21 karyawan.

Permasalahan yang dihadapi karyawan CV Kolaborasi Abadi dalam melaksanakan pekerjaan adalah bagaimana karyawan mampu melakukan suatu pekerjaan menurut bidang tugas dan tingkatnya masing masing dari hasil pekerjaan sesuai dengan tujuan perusahaan. Pekerjaan itu akan ditinjau dari segi sesuai porsi dan kondisi bagaimana penyelesaian pekerjaan yang relatif singkat dapat dimaksimalkan dengan baik. Hal ini diukur dari kemampuan pegawai melalui keterampilan kerja secara profesional. Semakin tinggi profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi maka semakin tinggi output yang diinginkan oleh

perusahaan begitu juga sebaliknya. Mengingat CV Kolaborasi abadi baru menjalankan usaha bisnis setahun terakhir sehingga karyawan CV Kolaborasi Abadi diharapkan mampu mengemban tugas dan tanggung jawab pekerjaan dengan baik dalam rangka mengoptimalkan fungsi kerja sesuai dengan bidang dan peran melalui rencana strategis dan program-program yang sudah dijalankan oleh perusahaan CV Kolaborasi Abadi.

Dari beberapa temuan penelitian dapat dipahami juga bahwa konsep religiusitas ada hubungan dengan peningkatan profesionalisme karyawan dalam berkerja. Secara kelembagaan pada CV Kolaborasi Abdi Bukittinggi terdapat 21 karyawan muslim yang menjadi sumber daya manusia profesional dalam menjalankan perusahaan yang unggul dan mampu berdaya saing dan mengedepankan bidang bisnis sesuai dengan visi dan misi CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Temuan fakta faktor religiusitas mempengaruhi profesionalisme kerja berdasarkan dimensi-dimensi religiusitas yang dilakukan oleh karyawan sudah terinternalisasikan didalam diri seluruh karyawan CV Kolaborasi Abadi. Seluruh karyawan adalah beragama Islam internalisasi dari dimensi tauhid, melaksanakan ibadah sholat 5 waktu dimensi peribadatan dan penghayatan. Dimensi pengetahuan karyawan akan landasan ajaran agama Islam yang dijelaskan didalam kitab suci Al-quran dan Hadist. Serta dimensi konsekuensi yang mana implikasi keyakinan atau agama dapat mempengaruhi perilaku individu dalam berkehidupan termasuk dalam bekerja secara profesional pada CV Kolaborasi Abadi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang menguji religiusitas mempengaruhi profesionalisme. Penelitian Jihan Fitria Dhamasanti (2017) mengemukakan religiusitas berpengaruh positif dan signifikansi pada profesionalisme tim auditor internal BPKP. Tingkat religiusitas yang baik akan mempengaruhi auditor dalam menyelesaikan pekerjaan Secara profesional. Juga riset Hilda Ponco Wirawanti (2018) juga mengemukakan ada hubungan sangat signifikan antara religiusitas dengan profesionalisme kerja guru SLTA Berbasis Islam Porwokerto.

Namun penelitian Irwan dan dan Marynta (2019) mengemukakan hal yang berbeda variabel religiusitas mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profesionalisme kerja guru MTsN 4 Kebumen. Hal tersebut bermakna bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin rendah kerja guru dalam melaksanakan pekerjaan secara profesional. Hal ini mendesripsikan bahwa tidak semua nilai nilai religiusitas dapat mempengaruhi profesionalisme kerja karyawan yang disebabkan oleh faktor-faktor lain. Melihat kontroversi dalam hasil penelitian, maka hal ini menjadi menarik untuk dikembangkan dengan objek penelitian yang berbeda.

Selain religiusitas mempengaruhi profesionalisme kerja juga ada faktor *personal branding* yang meningkatkan profesionalisme kerja karyawan. CV Kolaborasi Abdi Bukittinggi terdapat 21 karyawan yang menjadi sumber daya manusia profesional dalam menjalankan perusahaan yang unggul dan mampu berdaya saing dalam mengedepankan bidang bisnis sesuai dengan visi dan misi CV Kolaborasi Abadi memperkuat *Human Capital* dan menentukan kualitas SDM yang memiliki daya saing dalam skill, kompetensi, pengetahuan dan kapabilitas dalam membentuk *personal branding*.

Temuan aktifitas karyawan CV secara profesionalisme dalam membangun *personal branding* sudah berjalan dengan baik. Berdasarkan teori yang dipaparkan Mc Nally dan Speak (2004) elemen dasar dalam membangun *personal branding* adalah kompetensi, gaya dan standar. Dari kualifikasi karyawan CV Kolaborasi Abadi tentu sudah memenuhi kompetensi, gaya dan standar yang diinginkan oleh perusahaan dalam menjalankan unit unit usaha CV kolaborasi Abadi seperti penempatan posisi karyawan yang tepat sesuai bidang pekerjaan, motivasi bekerja yang tinggi dan menjalankan sesuai dengan SOP perusahaan. Walaupun unit usaha CV Kolaborasi Abadi terbilang baru namun *output* kerja karyawan sudah berjalan dengan baik.

Sesuai penelitian Irene Dydi (2023) mengemukakan *Personal branding* ialah *action* seseorang dalam kehidupan sehari-harinya juga di dalam dunia profesional, *personal branding* menentukan posisi seseorang di tempat kerja. Pentingnya *personal branding*, bisa membuat eksistensi seseorang disadari atau tidak didalam profesionalisme bekerja berikut adalah pentingnya *personal branding* dalam membangun profesionalisme antara lain kredibilitas, membangun koneksi, menumbuhkan kepercayaan diri dan kejujuran. Melihat penjelasan diatas maka menjadi menarik untuk dikembangkan dan dengan objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis menarik untuk melakukan penelitan dengan judul **“Pengaruh Religiusitas dan *Personal Branding* terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Profesional kerja karyawan ditinjau dari kemampu melakukan suatu pekerjaan menurut bidang tugas dan tingkatnya masing-masing ditinjau dari hasil pekerjaan sesuai dengan tujuan perusahaan.
2. Religiusitas ada hubungan dengan peningkatan profesionalisme karyawan dalam berkerja berdasarkan internalisasi dimensi-dimensi religiusitas di dalam diri karyawan.
3. Aspek *personal branding* yang meningkatkan profesionalisme kerja dalam peningkatan kompetensi individu karyawan.
4. Profesionalisme kerja CV Kolaborasi Abadi dapat dipengaruhi dari tingkat religiusitas dan *personal branding* karyawan di dalam bekerja.

C. Batasan Masalah

1. Pengaruh religiusitas terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
2. Pengaruh *personal branding* terhadap profesionalisme kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
3. Pengaruh religiusitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi ?
2. Seberapa besar pengaruh *personal branding* terhadap profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi ?
3. Seberapa besar pengaruh reliugisitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap profesionalisme kerja CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *personal branding* terhadap profesionalisme kerja CV Kolaborasi Abadi
3. Untuk menjelaskan pengaruh religiusitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja CV Kolaborasi Abadi.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Merupakan sarana untuk mempraktekan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk mncapai gelar magister Ekonomi (ME) pada program pasca sarjana jurusan Ekonomi Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, menambah pengetahuan, sumber informasi dan penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh religiusitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

3. Bagi Objek Penelitian

Sebagai informasi dan bahan evaluasi bagi perusahaan didalam pengembangan kualitas SDM karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

G. Defenisi Operasional

Defenisi Operasional ialah pengertian atau terminologi yang akan peneliti gunakan oleh didalam penelitian tujuannya agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan pemahaman dalam memahami judul penelitian ini. Maka penulis memarkan istilah-istilah sebagai berikut:

Variable Religiusitas (X1), *Personal branding* (X2) dan Profesionalisme Kerja (Y) dan penelitian ini mengambil objek penelitian CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Menurut Imam Haritayadi, Luthfi Noor, Mahmudi (2020) religiusitas merupakan sebuah pemaparan eksperesi yang dikeluarkan oleh seseorang secara lahiriyah dan bathiniyah karena meyakini sebagai sebuah nilai, norma-norma, ritual dan hukum yang ditetapkan oleh agama dan dipegang teguh oleh manusia dalam hubungan dengan tuhan dan hubungan dengan manusia.

Indikator yang terdapat didalam Karakter Religisitas adalah:

1. Dimensi keyakinan
2. Dimensi peribatan
3. Dimensi penghayatan
4. Dimensi pengetahuan
5. Dimensi Konsekuensi

Ully Isneni Efenddi (2016) mengemukakan *bersonal branding* adalah proses dalam diri individu untuk menghasilkan sebuah nilai seperti keahlian, sikap, kompetensi dan lain lainnya yang akan menimbulkan pandangan positif terhadap individu yang dapat dimanfaatkan.

Indikator yang terdapat didalam *personal branding* adalah:

1. Komptensi
2. Gaya
3. Standar

Tommy, J Pissa (2018) profesionalisme kerja adalah seorang karyawan yang memiliki kemampuan, keterampilan atau keahlian dalam menjalankan pekerjaan dengan baik sesuai dengan bidangnya masing-

masing sehingga akan mendapatkan penghargaan dan pengakuan atas tanggung jawab dalam pekerjaannya.

Adapun indikator didalam profesionalisme kerja adalah :

1. Keterampilan
2. Kompetensi
3. Loyalitas
4. Performa
5. Budaya organisasi

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian MSDM

Menurut Baharudin (2017) Manajemen Sumber Daya Manusia, disingkat SDM, adalah ilmu atau metode bagaimana hubungan dan peran sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu dapat dikelola secara efektif dan efisien dan digunakan untuk efek terbaik untuk mencapai tujuan (*goals*) dengan perusahaan, karyawan dan masyarakat dengan cara terbaik. Didasarkan pada gagasan bahwa setiap karyawan adalah manusia - bukan mesin - dan bukan hanya sumber daya perusahaan. SDM ialah teknik atau metode yang berkaitan dengan manajemen dan pemanfaatan sumber daya manusia atau lembaga (SDM) yang efisien dan efektif, dan tenaga kerja.

Sebelum melanjutkan pembahasan, perlu diketahui pengertian SDM dari berbagai sumber dan perspektif, agar pengertian SDM dapat lebih ditekankan. Beberapa ahli atau narasumber yang memiliki pandangan berbeda tentang SDM

Menurut Marwansyah (2010) pengertian manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan sumber daya manusia dalam suatu organisasi, yang terjadi melalui perencanaan tenaga kerja, rekrutmen dan seleksi, pengembangan sumber daya manusia, perencanaan dan pengembangan karir, penghargaan dan kesejahteraan, kesehatan dan keselamatan kerja, serta fungsi hubungan pasar tenaga kerja.

Melayu S dan Hasibuan (2016) mengemukakan, SDM merupakan proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian yang bertujuan untuk menganalisis pekerjaan dari evaluasi, pengembangan, peroleh, promosi, penghargaan sampai

kepada keputusan atau pemberhentian dalam kerja karyawan dalam memaksimalkan tujuan atau ketetapan dari sebuah perusahaan agar tercapai hasil perusahaan.

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memusatkan perhatian pada unsur manusia. Unsur manusia (Man) ini berkembang menjadi suatu bidang ilmu khusus untuk mempelajari bagaimana mengatur suatu bidang ilmu khusus untuk mempelajari bagaimana mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu dan dapat memberikan kepuasan bagi se-mua pihak. MSDM adalah suatu bidang manajemen yang mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi atau perusahaan.

Menurut Dessler (2008) yang dikutip dalam Gaol (2014) manajemen sumber daya manusia adalah “kebijakan-kebijakan dan kegiatan-kegiatan yang manusia butuhkan untuk membawa orang-orang ataupun aspek-aspek sumber daya manusia pada satu posisi manajemen, termasuk merekrut, me-nyaring, melatih, memberikan penghargaan, dan menilai”. Menurut Samsudin (2006), manajemen sumber daya manusia (*human resources management*) adalah suatu kegiatan pengelolaan yang meliputi pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa bagi manusia sebagai individu anggota organisasi atau perusahaan bisnis

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pendapat para ahli bahwa pentingnya manajemen SDM dalam mencapai tujuan bisnis perusahaan menjadi maksima dan jelas sehingga proses pengorganisasian, perencanaan dalam pelaksanaan evaluasi SDM dalam suatu perusahaan berjalan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan dari perusahaan.

b. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Soekidjo (2015) dalam mencapai tujuan dari sebuah manajemen sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan produktifitas dan kontribusi pekerja atau karyawan dalam sebuah perusahaan organisasi bisnis dengan cara yang etis, dan berstrategi, serta bertanggung jawab secara sosial. Maka manajer atau departemen SDM menentukan tujuan dalam MSDM.

Dipahami bahwa semua kegiatan organisasi untuk mencapai misi dan tujuannya tergantung pada orang-orang yang memimpin organisasi. Oleh karena itu, sumber daya tersebut harus dikelola agar efektif dan efisien dalam mencapai misi dan tujuan organisasi. Tujuan MSDM tidak hanya mencapai tujuan dari manajerial puncak saja, tetapi juga bagaimana menyeimbangkan kebutuhan akan tantangan yang kan dihadapi oleh perusahaan. Seperti fungsi MSDM dalam menyelesaikan kegagalan dalam mencapai tugas dan fungsi secara efektif dan efisien serta juga meningkatkan produktifitas bahkan keberlangsungan dari perusahaan atau organisasi bisnis

Berikut beberapa tujuan MSDM antara lain :

1) Tujuan Sosial

Tujuan sosial ini ialah supaya perusahaan punya tanggung jawab secara etis dan sosial terhadap apa yang menjadi tantangan dan kebutuhan masyarakat sehingga berdampak positif terhadap perusahaan atau organisasi.

2) Tujuan Organisasional.

Tujuan ini supaya departemen sumber daya manusia dapat tepat sasaran sesuai target yang diinginkan perusahaan untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan. Sehingga SDM yang dibentuk bisa membantu tugas manajerial dan peningkata efektifitas organisasi atau perusahaan.

3) Tujuan fungsional

Merupakan tujuan bagi departemen SDM agar berkontribusi bagi kebutuhan perusahaan. Dalam menyediakan program rekrutmen, pengembangan, pelatihan yang secara inovatif dalam membangun SDM yang unggul.

4) Tujuan pribadi

Merupakan tujuan yang diinginkan oleh individu-individu yang ada dalam sebuah perusahaan. Apabila ada tujuan individu tidak sesuai dengan tujuan perusahaan maka kegiatan perusahaan akan tidak harmonis. Bisa jadi karyawan akan menarik diri dari sebuah perusahaan.

5) Tujuan Konflik

Bertujuan untuk perusahaan bisa meminimalisir gangguan dalam aktifitas perusahaan seperti motivasi bekerja yang kurang, ketidakhadiran, atau kecurangan. Dan dapat mempunyai pengaruh positif bagi aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

c. Fungsi-fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Malayu S.P Hasibuan (2016) mengemukakan fungsi fungsi MSDM antara lain:

1) Perencanaan kebutuhan SDM

Secara luas dari personalia SDM akan tujuan strategis untuk menentukan kebutuhan perusahaan akan SDM juga ketersediaan SDM dalam upaya meminimalisir dalam program pengembangan SDM.

2) Rekrutmen SDM

Rekrutmen Setelah perencanaan permintaan selesai, organisasi berusaha memenuhi kebutuhan staf sesuai dengan sifat pekerjaan, jumlah dan karakteristik staf yang dibutuhkan. Imron mengemukakan bahwa tanggung jawab utama dari fungsi pengadaan adalah merekrut pencari kerja, memilih pencari kerja yang sesuai dengan karakteristik bidang

pekerjaan serta karyawan yang dibutuhkan dalam tugas dan memaantau karyawan.

3) Penghargaan

Menurut Rowland dan Ferris, mengemukakan bagaimana cara untuk menentukan seberapa produktif karyawan dalam bekerja dan dalam pelaksanaan pekerjaan dilakukan secara efektif serta menguntungkan bagi karyawan, perusahaan atau masyarakat. Dengan evaluasi kinerja karyawan seperti itu, dimungkinkan untuk meningkatkan semangat sekaligus menciptakan produk yang baik .

4) Pelatihan dan Pengembangan

Dalam pelatihan dan pengembangan yang guna meningkatkan kinerja dari karyawan untuk jangka pendek maupun jangka panjang melalui peningkatan kualitas kinerja karyawan dalam proses pembelajaran dan keterampilan dari karyawan tersebut. Kegiatan pengembangan dan pelatihan ini harus berlandaskan pada prinsip dasar pelaksanaan program pelatihan, yaitu :

Memotivasi karyawan, adanya kesempatan karir, perbedaan pendapat, penguatan orientasi dan lingkungan kerja serta semangat untuk menyebarkan ilmu.

Ada dua model pelatihan dan pengembangan yang dapat diterapkan perusahaan antara lain:

- a) Dalam program kerja, yaitu pelatihan berdasarkan pengalaman langsung bekerja di organisasi tertentu.
- b) Program diluar kerja, yaitu model pelatihan di luar tempat kerja secara formal seperti kursus pelatihan.

Manajer dapat mempraktikkan tiga jenis keterampilan dalam program pelatihan dan pengembangan:

- a) keterampilan teknis dan profesional;

- b) interpersonal, motivasi karyawan, efektifitas hubungan dan kepekaan (relational sensitivity);
- c) administrasi dan manajemen, seperti memahami kompleksitas perusahaan, merumuskan tujuan dan sasaran organisasi, melakukan pengawasan dan memecahkan masalah.

5) Pembinaan dan penciptaan hubungan kerja yang efektif

Dalam suatu perusahaan yang memiliki jumlah tenaga kerja yang banyak harus mempertahankan dengan remunerasi dalam kondisi kerja yang harus menarik agar supaya tenaga kerja suatu perusahaan merasa nyaman didalam bekerja. Sehingga aktifitas yang dilakukan dalam bekerja dari sebuah perusahaan harus membangun dan melihara hubungan kerja antar karyawan dengan baik, efektif dan positif.

Oleh karena itu, manajemen sumber daya manusia dapat bertahan dan berkembang dalam organisasi tersebut. Imron Arifin menjelaskan dengan komitmen dan kreativitas SDM, organisasi dapat menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa potensi manusia merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu organisasi. Mungkin tanpa SDM, sekompleks apapun sistem dan infrastruktur yang membuat perusahaan berjalan

d. Manajemen SDM dalam Pandangan Islam

Dewi Oktayani (2016) mengungkapkan tidak semua perusahaan dapat dicirikan dengan adanya sumber daya manusia dapat membantu melaksanakan rangkaian kegiatan, pelaksanaan tugas dalam mencapai tujuan dari perusahaan bisnis. Perlu adanya peran manajerial dalam memahami serta bimbingan kondisi tenaga sumber daya manusia didalam lingkungan perusahaan agar berjalan sebaik mungkin dengan efektif dan efisien.

MSDM juga tidak hanya tertumpu pada fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan dan administratif. Tetapi, juga dalam mengimplementasikan pada fungsi fungsional sumber daya manusia seperti rekrutmen, penyeleksian, evaluasi kerja, kompensasi juga pelatihan dan pengembangan. Serta juga tidak berbeda dalam perspektif agama Islam. Semua amalan setiap manusia dalam bekerja termasuk Manajemen Sumber Daya Manusia berlandaskan kepada pedoman hidup manusia yang sudah tertuang di dalam Al-Quran dan Hadist.

Manajemen SDM dalam Islam mencakup semua sarana yang digunakan dalam beribadah kepada Allah dan tidak ada yang lain. Mengetahui bahwa kita menerima perintah dari Allah, kemampuan yang ada ditingkatkan dan digunakan untuk memenuhi perintah yang telah selesai. Ciri-ciri yang terlihat pada SDM Islami yang baik adalah *siddiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fatonah*. Dari ciri-ciri karakteristik sifat tauladan Rasullullah sebagai tolak ukur dalam menjadi kualitas sumber daya insani yang islami.

Dewi Oktayani (2016) menjelaskan sudut pandang Islam bahwa Islam sangat mementingkan keunggulan dan pengelolaan sumber daya manusia agar manusia dapat mewujudkan karakternya sebagaimana yang ditetapkan oleh Allah SWT, sumber daya manusia merupakan investasi yang sangat berharga yang harus dijaga oleh suatu organisasi. Setiap organisasi harus membuat program yang memuat kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan keterampilan dan profesionalisme staf, sehingga organisasi tetap bertahan dan berkembang selaras dengan lingkungan organisasi. Untuk mencapai produktivitas maksimum, perusahaan harus memastikan bahwa tenaga kerja yang tepat dipilih untuk pekerjaan itu dan bahwa kondisi tersedia untuk memungkinkan kerja yang optimal.

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas Jamaludin Ancok (2011) menurut bahasa adalah *religion* dari bahasa Inggris yang berarti agama sedangkan menurut istilah dari beberapa tokoh suatu simbol, sistem nilai, sistem perilaku dan sistem keyakinan yang dilembagakan pada permasalahan-permasalahan yang ter-maknawi. Glock dan Stark religiusitas dimaknai komitmen hubungan beragama dalam berkeyakinan sehingga aktivitas perilaku manusia berlandaskan dengan agama atau keyakinan yang dianut.

Ada beberapa pendapat menurut para ahli tentang sikap Religiusitas antara lain. Ghufron (2012) religiusitas dimaknai bahwa religi secara umum adalah kewajiban-keawajiban atau aturan-aturan yang harus dipenuhi oleh pemeluknya. Serta menurut Fetzer religiusitas merupakan tindakan perilaku dan sosial individu didalam sebuah doktrin agama dan doktrin yang dimiliki setiap individu atau kelompok harus dijalankan sebagai kewajiban manusia atas apa yang diikutinya. Sedangkan menurut Glock dan Stark adalah semua fungsi yang ada dimanusia atas apa yang diyakini perilaku individu secara sadar akan sebuah ajaran agama mencakup ibadah, pengetahuan dan diri individu

Basis literatur yang berkembang memperlihatkan adanya hubungan dengan kehidupan sehari-hari seseorang. Termasuk didalamnya memperlihatkan orang dalam bekerja, berperilaku, ataupun dalam kehidupan pada umumnya. Religiusitas dapat memberikan warna yang berbeda bagi seseorang untuk berperilaku termasuk dalam panduan bagi karyawan dalam bekerja. Karena agama akan memberikan panduan bagi karyawan dalam mengambil keputusan terlebih lagi dalam lingkungan bisnis.

Faturahman (2015) mengungkapkan budaya religius ialah upaya dalam mewujudkan nilai-nilai agama sebagai penanaman

nilai-nilai ke dalam perilaku dan budaya dalam organisasi. religius dalam Islam adalah menjalankan ajaran secara menyeluruh. Jika kita ambil tatanan nilai dalam Religisitas sebagai bentuk semangat berkorban, saling tolong menolong dan sebagainya sedangkan dalam bentuk perilaku bisa berupa rajin, sopan, baik, tenggang rasa, bersungguh-sungguh dan sebagainya.

Karakter religisitas dapat dispesifikasi ke dalam 3 bentuk relasi menurut Hastuti (2015) yaitu pertama, hubungan manusia dengan Tuhan, kedua hubungan manusia dengan manusia dan ketiga hubungan manusia dengan alam sekitar. Dan menurut Gibson (2010) Religisitas adalah perbedaan individu dalam keterlibatan dan ketertarikan dalam agaman tertentu, perbedaan individu ini meliputi perbedaan, emosi, tingkah laku, kognisi dalam beragama.

Hasan Basri dan dkk (2022) religisitas adalah kumpulan nilai-nilai yang melandasi agama di dalam berperilaku, kebiasaan, dan simbol-simbol kehidupan. Atau budaya yang di bentuk setiap anggota memungkinkan di wujudkan dalam perilaku inklusi nilai di dalam berperilaku. Religisitas dalam perilaku bisnis berperan sebagai pembatas jika di dalam lingkungan bisnis ada perubahan keunggulan di dalam memperbaiki kinerja bisnis.

Sikap religisitas merupakan suatu bentuk internalisasi nilai-nilai agama di dalam diri seorang manusia. Penanaman nilai-nilai agama inilah yang kemudian diaktualisasikan ke dalam pola perilaku dan perbuatan di tampak dalam interaksi sehari-hari. Termasuk di dalam pembentukan dan pengembangan kualitas SDM. Aspek religisitas adalah tindakan yang dilakukan seseorang di dalam hati, nurani dan sikap personal seorang manusia. Nilai-nilai Islam harus ditanamkan di dalam diri dan disesuaikan dengan syariat Islam secara menyeluruh. Sehingga di dalam penerapan perilaku sehari-hari semata-mata mengharapkan ridho dan tanggung jawab

sebagai umat muslim yang dirahmati oleh Allah SWT. Maka dari itu sikap religiusitas didalam pengembangan kualitas SDM akan menunjang kinerja secara optimal.

Sesuai dengan Surah Al- Baqarah ayat 208 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :” *hai orang orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam secara keseluruhannya, dan jangan lah kamu turut langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagi mu*” (QS. Albaqarah. 208)

Religiusitas dalam Islam yang juga tersirat di dalam surat Al-Baqarah ayat 208 menjelaskan tentang himbuan untuk beragama secara penuh maksudnya tidak setengah-setengah menyakini Islam. Seorang muslim yang beragama secara penuh dalam kegiatan atau aktifitas kesehariannya ia menanamkan nilai-nilai ke Islaman baik dalam ruang lingkup ibadah maupun bermu’amalah (interaksi sesama manusia). Tauhid adalah esensi pengesaan terhadap Allah SWT. Pencipta yang mutlak, penguasa segala yang diciptakannya. Allah SWT yang mengatur dan menguasai seluruh yang ada dialam semesta dan menjadikan manusia sebagai ujian atas penciptaan-Nya.

Sesuai dengan firman Allah SWT didalam surat Al-Mulk ayat 1-2 yang berbunyi :

تَبْرَكَ الَّذِي يَدُهُ الْمُلْكُ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۚ الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْعَفُورُ

Artiya :” *maha suci Allah yang Menguasi (Segala) kerajaanm dan mahakuasa atas segala sesuatu. Yang menciptakan mati dan hidup, untuk manguji kamu, siapa diantara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia mahaperkasa, Maha pengampun.*” (QS. Al-Mulk. 1-2).

Ada beberapa pendapat menurut para ahli tentang sikap religiusitas antara lain. menurut Ghufron (2012) relegiusitas dimaknai bahwa religi secara umum adalah kewajiban-keawajiban atau aturan-aturan yang harus dipenuhi oleh pemeluknya. Serta menurut Fetzer relegiusitas merupakan tindakan perilaku dan sosial individu didalam sebuah doktrin agama dan doktrin yang dimiliki setiap individu atau kelompok harus dijalankan sebagai kewajiban manusia atas apa yang diikutinya. Sedangkan menurut Glock dan Stark adalah semua fungsi yang ada dimanusia atas apa yang diyakini perilaku individu secara sadar akan sebuah ajaran agama mencakup ibadah, pengetahuan dan diri individu.

Jalaluddin (2004) relegiusitas berfungsi sebagai pengikat individu atau kelompok dalam hubungan dengan tuhan, manusia dan alam sekitarnya. Ada beberapa dimensi relegiusitas antara lain dimensi keyakinan/ideologi/aqidah, dimensi peribadahan, dimensi pengamalan, dimensi pengetahuan dan dimensi konsekuensi atau akhlak. Relegiusitas mengikat manusia dengan Allah SWT menitik beratkan kepada perilaku individu didalam perilaku dengan Allah SWT (Ibadah) maupun perilaku dengan sesama manusia untuk senantiasa menjalankan ajaran agama Islam dalam berbisnis. Jadi dapat disimpulkan bahwa karakter relegiusitas di dalam peningkatan kualitas SDM adalah sebuah penanaman nilai nilai ilahiah.

b. Dimensi- dimensi Religiusitas.

Relegiusitas akan meliputi kesadaran dan pengalaman beragama. Kesadaran beragama adalah bentuk aspek yang di maknai pikiran dan menimbulkan mental dari aktivitas keyakinan sedangkan pengalaman beragama perasaan terhadap keyakinan sehingga diwujudkan dalam tindakan. Religiusitas tidak hanya membahas hubungan yang sifat perilaku ritual (beribadah). Tetapi juga dorongan supranatural individu kedalam aktivitas manusia itu sendiri seperti berkaitan dengan hubungan manusia dan manusia.

Juga tidak hanya berkaitan dengan hal hal yang tidak tampak juga hal hal tampak dalam kehidupan manusia. Religiusitas juga akan mencakup berbagai dimensi diantaranya.

Grock dan Strak membagi dimensi Religiusitas menjadi 5 dimensi sebagai berikut :

1) Dimensi keyakinan

Dimensi keyakinan ini ialah suatu bentuk manusia menerima dan mayakini hal hal yang di dalam agama sampaikan atau dogmatif seperti adanya tuhan, kitab, malikat dan para nabi (Aqidah).

Dengan indikator antara lain :

- d) Percaya kepada Allah
- e) Pasrah pada Allah
- f) Percaya kepada Malaikat, Rosul dan Kitab suci.
- g) Melakukan sesuatu dengan Ikhlas
- h) Percaya akan takdir Tuhan

2) Dimensi praktek peribatan

Dimensi ini adalah berkaitan dengan kawajiban-kewajiban manusia dalam beragama atau berkayakinan. Seperti ritual menunaikan sholat, puasa, zakat dan haji atau bentuk bentuk kewajiban beragama lainnya. Dimensi ini juga dibagi menjadi 2 yaitu:

Ritual ini berbentuk acuan tindakan beragama formal yang diharuskan bagi penganutnya untuk mengamalkannya. Dalam ajaran Islam seperti shalat, puasa, zakat, haji, sedakah, wakaf dan pengamalan yang di lain-lainnya.

Merupakan bentuk yang implikasi dari sebuah kewajiban-kwajiban ysng sudah dilaksanakan oleh individu dalam menjalankan keyakinannya sehingga akan menunjukan tingkat ketaatan manusia dalam beragama.

Indikatornya antara lain :

- a) Selalu menjalankan sholat lima waktu
- b) Membaca Al-quran
- c) Melakukan puasa dan sholat sunnah sesuai ajaran rosul
- d) Melakukan kegiatan keagamaan seperti mendengarkan ceramah agama, melakukan dakwah, kegiatan amal, bersedekah dan berperan dalam kegiatan keagamaan.

3) Dimensi Penghayatan

Adalah dimensi yang dirasakan oleh perasaan dalam menghayati ketika dialami atau dirasakan dalam tindakan-tindakan bergama seperti mendekatkan diri kepada tuhan, rasa tenang ketika mendengar lantunan-lantunan kitab suci, takut akan dosa, berdoa dan sebagainya.

Indikator antara lain :

- a) Sabar dalam menghadapi cobaan
- b) Perasaan selalu bersyukur kepada Allah
- c) Menganggap kegagalan yang dialami sebagai musibah yang ada hikmahnya (tawakkal)
- d) Takut ketika melanggar aturan dan merasakan tentang kehadiran Tuhan

4) Dimensi Pengetahuan

Merupakan dimensi melihat individu-individu memahami atau mengetahui bentuk bentuk ajaran agama yang dijelaskan didalam kitab suci atau pengetahuan pengetahuan landasan beragama dalam Islam seperti hadist, fiqih dan sebagiannya.

Indikatornya antara lain :

- a) Pengetahuan mengenai agama dengan membaca kitab suci (Alqur'an), mendalami agama dengan membaca kitab suci, membaca buku-buku agama

b. Dimensi Konsekuensi

Dimensi pengalaman adalah sejauh mana implikasi keyakinan atau agama dapat mempengaruhi perilaku individu dalam kehidupan pada tatanan sosial.

Indikatornya antara lain :

- 1) Perilaku suka menolong
- 2) Berlaku jujur dan pemaaf
- 3) Menjaga amanat
- 4) bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan dan menjaga kebersihan lingkungan

Berdasarkan yang dipaparkan diatas lima dimensi dalam peninjauan dalam aspek religiusitas juga senada dengan aspek religiusitas itu sendiri seperti :

- 1) Aspek iman
Keyakinan kepada Allah, nabi, malaikat dan lainnya
- 2) Aspek Islam
Pengamalan terhadap pelaksanaan ajaran agama seperti sholat, zakat, puasa, naik haji atau hal hal lainnya
- 3) Aspek ihsan
Persaan atas pengalaman keagamaan seperti adanya tuhan juga adanya hari akhir atau takut akan dosa jika melanggar hal hal yang dilarang agama
- 4) Aspek ilmu
Pengetahuan individu terhadap ajaran agama itu sendiri
- 5) Aspek amal
Merupakan bentuk keterkaitan kehidupan dalam beragama akan tanggung jawab sosial bermasyarakat.

c. **Faktor faktor yang mempegaruhi religiusitas**

Berikut beberapa faktor penentu yang akan mempengaruhi individu dalam menjiwai keyakinan atau keagamaan seseorang antara lain faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor dari dalam (internal)

Merupakan bentuk dorongan yang muncul dari dalam diri individu itu sendiri sehingga akan berpengaruh kedalam keagamaan (relegiusitas) seseorang seperti faktor umur, heriditas, dan kejiwaan.

2) Faktor dari luar (eksternal)

Merupakan faktor yang muncul dari luar diri individu, faktor eksternal sangat di pengaruhi seperti faktor keluarga, instituasional dan faktor masyarakatnya.

d. Konsep religiusitas dan profesionalisme muslim

Umat beragama tidak dapat hidup tanpa simbol-simbol agama dalam kehidupan pribadi dan sosialnya. Sikap batin dan segala kecenderungan jiwa yang melintasi batas berpihak pada yang transenden dan menghilangkan sekat-sekat sehingga interaksi individu satu sama lain lebih mencerminkan religiusitasnya. Perilaku yang mempunyai makna simbolik karena berkaitan dengan suatu nilai atau sesuatu yang supranatural. Konsep supernatural inilah yang menjadi ciri segala sesuatu yang bersifat keagamaan. Yang supernatural adalah suatu tatanan hal-hal yang berada di luar pemahaman dan termasuk dalam wilayah kepercayaan. Oleh karena itu, agama diartikan sebagai hubungan antara jiwa manusia dengan kekuasaan Yang Maha Esa dengan sifat-sifatnya yang indah dan sempurna, serta mendorong jiwa untuk mengabdikan dan mendekatkan diri kepada-Nya.

Baik pengabdian itu karena takut atau mengharap cinta-Nya, bahkan dorongan cinta atau penghormatan kepada Allah SWT. Mengingat kenyataan ini, jika seseorang ingin mendefinisikan agama, ia harus konsisten dengan bagaimana masyarakat mendefinisikan konsep tersebut. M. Quraish Shihab

melihat bahwa seseorang bisa disebut religius atau religius, setidaknya ada tiga hal yang harus dipenuhi:

orang pertama merasakan dalam jiwa mereka kehadiran kekuatan dari Yang Mahatinggi yang menciptakan dan mengatur alam semesta. Rasakan kehadiran yang selalu berkesinambungan dan tidak terputus oleh alasan atau kondisi apapun. Kemampuan setiap orang dalam merasakan kehadiran Tuhan berbeda-beda sesuai dengan kepekaannya. Kepekaan terhadap kehadiran Tuhan berkaitan dengan kesadaran beragama yang dialami dalam kehidupan sehari-hari melalui peristiwa-peristiwa besar dalam hidup.

Kedua, lahirnya dorongan dalam hati untuk berhubungan dengan kekuatan tersebut. Hubungan yang merupakan wujud ketaatan, melakukan apa yang diyakini sebagai perintah atau kehendak, dan menjauhi apa yang dilarang. Dorongan untuk mau menaati perintah Allah yang kesemuanya termasuk dalam rukun Islam merupakan wujud keikhlasan dalam membangun interaksi yang efektif antara hamba dengan Allah, hamba dengan sesama, dan hamba dengan lingkungan. Suasana.

Ketiga, yakinlah bahwa Yang Maha Tinggi Maha Adil, agar kamu yakin bahwa pada waktu yang telah ditetapkan-Nya Dia akan memberikan pahala dan pahala yang sempurna atas apa yang telah Dia kerjakan. Interaksi yang dibangun sepanjang hidupnya semakin kuat karena ia yakin bahwa segala sesuatu yang dilakukannya akan berdampak bermanfaat baginya, sesuai dengan semangat R. Stark dan C.Y. Untuk melihat keberagaman yang dimiliki seseorang, atau melihat bagaimana individu bisa beragama, kita harus melihat hakikat keberagaman itu sendiri. Pada hakikat agama harus ada lima dimensi:

pertama, dimensi keimanan, yang mengandung harapan dengan tetap berpegang pada teologi tertentu dan mengakui

kebenaran doktrin tersebut. Isi dan ruang lingkup keyakinan berbeda-beda tidak hanya antar agama tetapi juga antar tradisi dalam agama yang sama. hal ini diwujudkan dalam konsep rukun iman.

Kedua, dimensi praktik keagamaan, yang mencakup perilaku simbolik makna keagamaan yang terkandung di dalamnya. Misalnya perilaku beribadah, ketaatan, dan hal-hal yang menunjukkan komitmen terhadap agama yang anut. hal ini diwujudkan dalam konsep rukun Islam.

Ketiga, dimensi pengalaman religius, yang mengarah pada setiap konfrontasi subyektif dan individual dengan hal-hal sakral suatu agama. Ini adalah pengalaman religius, perasaan, persepsi, dan sentimen pelaku, hal ini sering menjalankan ibadah istiqomah (terus-menerus dan terus-menerus).

Keempat, dimensi pengetahuan agama. Umat beragama setidaknya memiliki sedikit pengetahuan tentang dasar-dasar keyakinan, kepercayaan, ritus, kitab suci, dan tradisi. Dalam konteks Islam, semua keyakinan, ritus, dan konsekuensi keagamaan disertai dengan seperangkat alat ilmiah untuk mengamalkan suatu doktrin. pengetahuan terhadap ajaran yang dapat dimiliki oleh seorang muslim menjadi salah satu faktor perbedaan kemampuan beragama atau religiusitas seorang muslim.

Kelima, dimensi konsekuensi mengacu pada identifikasi konsekuensi dari keyakinan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Di sini, umat beragama memahami akibat dari agamanya, artinya mereka diberi imbalan atas apa yang mereka lakukan. Dalam konsep Islam terdapat konsep keyakinan pada hari akhir yaitu hari kiamat. Allah SWT tetapkan dan tidak ada yang tahu kapan hari itu akan terjadi dimana setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya selama hidup di dunia. Maka seorang muslim akan

berperilaku ihsan, yaitu H. dia akan berperilaku di koridor yang selalu dilihat oleh Tuhan. Oleh karena itu, ketika religiusitas seseorang dikategorikan, apa yang dilakukan didasarkan (antara lain) pada komitmen keagamaannya.

Penelitian Hasan Basri mengemukakan religiusitas karyawan berpengaruh signifikan terhadap minat membangun bisnis syariah pada CV Idea Sejahtera Sewon Bantul. Juga penelitian Rina Setiawan (2019) diketahui bahwa religiusitas, profesionalisme, human capital berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan BMT Al-Amin Gombang. Oleh karena itu dalam penelitian ini variable yang digunakan untuk menjelaskan Profesionalisme kerja dalam variable religiusitas, yaitu religiusitas dalam mengamalkan ajaran ajaran Islam dalam profesionalisme kerja.

3. *Personal branding*

a. *Pengertian Personal branding*

Defenisi *Personal branding* diungkapkan oleh Dewi Haroen (2014) adalah sebuah Persepsi yang tertanam terpelihara di dalam benak orang lain. Sedangkan menurut Erwin dan Becky *Personal branding* adalah kesan yang muncul dalam diri seseorang seperti berkaitan dengan nilai, keahlian, perilaku maupun prestasi yang dimunculkan dari diri seseorang yang dibangun atas kesengajaan atau ketidak kesengajaan sehingga akan mencul citra diri dari pespektif orang lain.

Timothy P. Obrien (2019) mengemukakan bahwa *Personal branding* adalah bentukan identitas pribadi yang kemudian memunculkan sebuah respon emosional akan orang lain mengenai kualitas atau nilai yang dimiliki orang tersebut.

Peronal branding merupakan persepsi yang harus tertanam didalam diri dan terpelihara oleh pandangan orang lain, yang nantinya memiliki tujuan akhir agar publik punya pandangan

positif dan sehingga berkelanjutan terhadap kepercayaan dan loyalitas. Ada tiga hal yang mendasar yang harus dijadikan perhatian khusus bagi individu yaitu ciri khas, relevan dan konsisten sehingga orang lain atau publik akan percaya, menangkap atau memahami personal branding tersebut. Sebagai seorang profesionalitas kerja dibidang usaha usaha tertentu, tentu sudah pasti ingin mempunyai citra dan reputasi yang baik. Namun terkadang, hal hal yang ditunjukkan kepada orang lain belum mencapai reputasi tersebut lebih belum mewakili usaha yang seutuhnya. Jadi dapat disimpulkan sesuai dengan pendapat Personal branding menurut Farhan Hamdallah (2021) didalam pekerjaan adalah langkah menuju profesionalitas kerja.

Cindy dan Edwin (2013) menjelaskan *personal branding* di dasarkan pada nilai nilai, relevansi, merek akan diri anda sendiri yang akan muncul dalam benak orang lain. *Personal branding* juga akan membuat orang orang banyak memandang unik dan berbeda. *Personal branding* mempunyai prasyarat yang harus dijaga hal hal yang tidak konsisten dalam membangun *Personal branding* kan membuat sebuah penilaian yang berbalik dari pengetahuan *Personal branding* itu sendiri.

Dari beberapa pengertian diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa *Personal branding* adalah proses karakteristik orang dalam berperilaku, nilai identitas diri, prestasi yang didapat, dan kepribadian diri seseorang tersebut dan memunculkan kesan yang akan muncul dibenak orang lain sehingga menjadi kekuatan sebagai identitas diri.

Penelitian Hamdallah (2021) mengemukakan terdapat hubungan yang signifikan antara personal branding dengan kinerja guru MAN 2 Kabupaten Bandung. Kemudian reset Zahara Hafizah dan Tuti Anggraini (2023) mengemukakan adanya hubungan signifikan *personal branding* sumber daya insani

dengan digitalisasi banking era 4.0, persaingan pasar tenaga kerja harus memiliki keahlian perlu dibangun *personal branding* untuk calon pengawai perbankan maupun karyawan pada sektor perbankan itu sendiri dalam peningkatan sumber daya manusia yang berkualitas, kompeten dan unggul.

Secara umum dapat diartikan *Personal branding* merupakan pembentukan yang memunculkan image atau persepsi secara luas yang dinilai oleh masyarakat atas individu, institusi atau produk terhadap karakteristik seseorang sehingga membentuk keunikan, keahlian, gaya, perilaku dan komunikasi secara berkelanjutan akan arti penting *Personal branding* yang kemudian berdampak positif kepada efektifitas seseorang dalam mencapai tujuan atau *marketing tool* yang menguntungkan dalam bisnis.

b. Tujuan dan manfaat *Personal branding*

Personal branding tujuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai media yang nantinya bisa mempengaruhi persepsi seseorang yang akan membangun ciri khas yang unik pada diri seseorang sehingga terjadi kompetensi yang lebih baik dari pada kompetitor.
- 2) Membuat identitas tentang diri kita sendiri apa yang menjadi perbedaan khusus dari orang lain sehingga akan memberikan nilai untuk mereka dan memberikan apa yang diharapkan dari diri kita setika nantinya ada hubungan atau komunikasi dengan mereka
- 3) Memberikan persepsi yang bernilai dan kualitas yang dimilikinya.

Sedangkan manfaat dari *Personal branding* itu sendiri antara lain :

- 1) Mendapat *Top of mind*, sesuatu hal yang akan di ingat terus oleh orang lain. Ketika nantinya mendengar dan

merasakan manfaat dari apa yang diperbuat oleh kita sehingga akan terus tertanam dalam benak orang lain.

- 2) Peran leadership dalam wewenang dan kepercayaan orang lain
- 3) Peningkatan prestasi individu ditengah kompetisi yang cukup gencar.
- 4) Mendapat peluang yang sangat besar dalam mencapai tujuan.

Rita dan Dharmasetiawan (2018) mengungkapkan bahwa dengan ada tujuan dan manfaat *Personal branding* ini adalah sebagai bentuk persepsi dan image yang baik dari orang lain, sehingga akan mempermudah tujuan dari individu, produk atau institusi yang kita majukan sebagai bentuk menjaga kepercayaan, positioning dalam persaingan.

c. Elemen Dasar dan Karakteristik *Personal branding*

Personal branding yang kuat menurut Mc Nally dan Speak (2012) terdapat 3 elemen dasar *Personal branding* yang harus dibangun secara terintegrasi dan bersamaan yaitu :

1) Kompetensi (Kemampuan Khusus)

Personal branding akan terlihat apabila seseorang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan orang banyak yang berhubungan dengan orang, produk atau institusi.

Indikatornya antara lain :

- a) Pengetahuan
- b) Pemahaman
- c) Kemampuan
- d) Sikap
- e) Minat

2) Gaya (Style)

Keunikan atau ciri khas seseorang dalam berhubungan/komunikasi dengan orang lain sehingga akan tersimpan dibenak orang banyak.

Indikator antara lain :

- a) Komunikasi
- b) Hubungan baik
- c) Kepercayaan

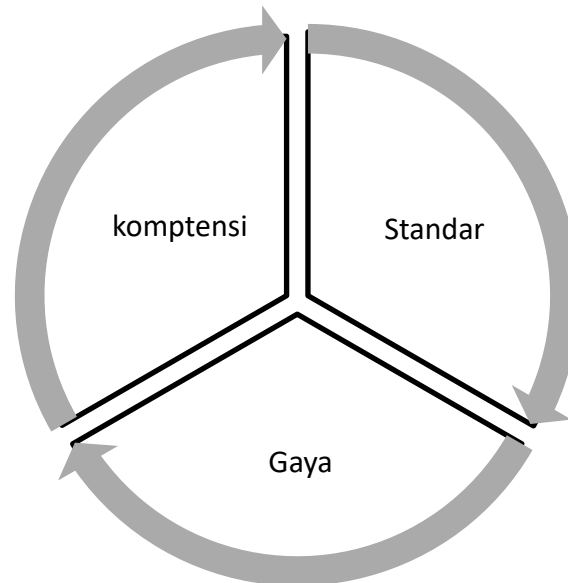
3) Standar

Merupakan patokan khusus (standar) yang harus terpenuhi dan bisa terealisasi.

Indikatornya antara lain :

- a) Tanggung jawab
- b) Disiplin
- c) Kehadiran
- d) Inisiatif
- e) Jumlah hasil
- f) SOP

Gambar 2.1
Dimensi utama pembentukan *Personal branding*



Sumber : (Sindi dan Edwin.2013)

. Rafludin, Dkk (2022) bahwa ketiga elemen tersebut merupakan kesatuan dimensi utama dalam mengembangkan atau membangun *personal branding* walaupun proses yang akan dilewati akan berlangsung lama dan harapan manjadi kan keunggulan atau brand yang kuat ditengah tengah masyarakat

Sedangkan karakteristik *Personal branding* adalah suatu persepsi yang terpelihara dan tertanam yang dimiliki seseorang dari masyarakat banyak. Diantaranyam, ialah nilai-nilai, kemampuan atau stigma positif dari masyarakat yang pada akhirnya digunakan untuk tujuan individu, produk atau institusi.

Karakteristik itu adalah sebagai berikut :

1) Khas

Keunikan atau hal yang berbeda yang tidak dimiliki orang lain.

2) Relevan

Kesesuaian yang hendak dituju terkait objek langsung (orang lain)

3) Konsisten

Terget tujuan yang harus konsisten membangun *save image* yang positif

Rita dan Dharmasetiawan (2018) mengungkapkan tindakan gaya, perilaku, dan cara berhubungan (komunikasi) seseorang yang mempunyai ciri khas, relevan, serta konsisten akan membuat orang banyak atau masyarakat sebagai sebuah *Personal branding* yang kuat.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Personal branding*

Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi *personal branding* seseorang sebagai berikut :

1) Passion

Passion merupakan kecenderungan pada satu bidang atau aktivitas yang ditekuni. Passion penting karena akan membangun *personal branding* karyawan dalam menjalankan proses aktivitas kerja.

2) Integritas

Integritas ialah bersatunya pikiran, perbuatan dan perkataan. Hendri Cloud mengemukakan integritas berkaitan dengan orang yang secara utuh memaparkan tindakan seperti kejujuran, komitmen dan perilaku secara konsisten.

3) Keahlian dan kualitas

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi *personal branding* dari seorang karyawan adalah keahlian atau kualitas merupakan hal yang mutlak dimiliki oleh karyawan dalam keahlian dan kualitas yang mempunyai keunikan tersendiri dalam menunjang kinerja.

4. Profesionalisme Kerja

a. Pengertian Profesionalisme Kerja

Profesi dalam kamus besar bahasa Indonesia mengartikan sebagai pekerjaan sebagai penopang hidup atau nafkah sedangkan Rina dan Permin. (2019) profesionalisme itu sendiri diartikan sebuah sifat yang dimunculkan dalam setiap profesi yang dijalani seperti keahlian, keterampilan, kecakapan dalam pekerjaan itu sendiri.

Menurut Siagian (2009) profesionalisme ialah keahlian atau kehandalan seseorang dalam bekerja dalam pelaksanaan tugas-tugas sehingga terlaksana dengan kemampuan yang berkualitas (mutu), cepat, cermat, sesuai prosedur dan tepat waktu sehingga akan dipahami oleh pihak yang kita inginkan (pelayanan).

Profesionalisme karyawan juga akan muncul dan tercerminkan didalam aktifitas sehari-hari baik berperilaku, berkomunikasi dalam sebuah perusahaan. Kemampuan karyawan yang bagus lebih akan mengarah cepat kepada tujuan dari sebuah perusahaan yang telah tersistematis. Namun, sebaliknya apabila kemampuan karyawan rendah maka kecenderungan dalam mencapai tujuan dari sebuah perusahaan akan berpengaruh buruk, lambat dan akan tidak sesuai dengan perencanaan yang telah diatur.

Profesionalisme kerja merupakan cerminan yang muncul pada sikap seseorang terhadap profesinya. Atau bisa kita katakan bahwa profesionalisme sebagai perilaku, kualitas atau cara yang menjadi ciri khas sebuah profesi pekerjaan. Profesionalnya seseorang bisa kita lihat bagaimana dia melakukan pekerjaan yang harus memiliki standar teknis kerja atau etika dalam pekerjaan itu sendiri. Tommy J, Pissa (2018) profesionalisme itu berlaku bagi semua individu yang bertanggung jawab dalam status pekerjaan baik tingkat atas maupun bawah.

Profesionalisme merupakan suatu keterampilan atau kemampuan seseorang dalam bekerja sesuai dengan bidang

masing-masing dalam ukuran dan waktu yang dapat dicapai dengan mutu yang tinggi, tepat sasaran, cermat dan sesuai dengan prosedur yang diinginkan oleh perusahaan. Menurut Siagian profesionalisme ialah keahlian dan keandalan dalam menjalankan tugas-tugas yang terlaksana dengan tepat serta dapat dipahami oleh orang-orang yang terikat dengan pekerjaannya. Profesionalisme dalam Islam menjabarkan bahwa sebagai agama universal sangat banyak nilai-nilai yang mengajarkan kepada umat muslim untuk menjadi umat yang terbaik, menjadi khalifah yang membawa *masalah* baik bumi dan isinya. Setiap muslim diajarkan untuk berbuat dan bekerja secara profesional yakni bekerja dengan benar, optimis, jujur, disiplin dan tekun. Sebagaimana memahami akhlak islam dalam sifat-sifat yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW.

Profesionalisme dalam prinsip ekonomi Islam menjadi ciri dan karakter dari etos kerja islami. Etos kerja islami merupakan perilaku positif yang dipaparkan oleh seorang karyawan didalam pekerjaan yang geluti mencangkup motivasi dalam bekerja, karakteristik moral, pikiran, kode etik, sikap, aspirasi, prinsip dan standar. Nurcholis Madjid mengemukakan etos kerja dalam Islam ialah suatu kepercayaan umat muslim bahwa kerja memiliki kaitan dengan tujuan hidup. Bahwa memperoleh perkenan Allah karna Islam adalah agama amal dan kerja. Jadi dapat disimpulkan bahwa etos kerja islami adalah kegiatan kerja atau usaha untuk memperoleh ridha Allah melalui berkerja serta beramal sholeh.

Menurut Gapuri Ramadhan (2018) profesionalisme kerja juga diartikan sebagai suatu keterampilan atau seseorang dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan bidang atau tingkatan pekerjaan masing-masing. Profesionalisme yang memenuhi karakteristik diantaranya kecocokan, kemampuan birokrasi dan, kebutuhan tugas. Dengan karakteristik tersebut sebagai bentuk

karyawan karyawan yang profesional. Profesionalisme kerja juga diartikan sebagai suatu bentuk keterampilan atau kemampuan individu dalam melakukan pekerjaan sebagai keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Penelitian J, Pissa (2018) mengemukakan terdapat pengaruh signifikan terhadap antara profesionalisme kerja pegawai terhadap pelayanan publik pada kantor lalu lintas Polres Aceh Tamiyang. Dan juga penelitian Gapura Ramadhan (2018) hasil penelitian ini bahwa profesionalisme kerja berhubungan signifikan dengan kinerja pegawai kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Banjarmasin. Jadi dapat disimpulkan bahwa profesionalisme kerja adalah keterampilan dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan yang ditekuni sesai dengan bidang pekerjaan sehingga bisa menciptakan hasil yang baik dalam pekerjaan diperusahaan atau organisasi.

adapun lima konsep profesionalisme Kalbers dan Fogarty (2005) adalah sebagai berikut:

- 1) Afiliasi Komunitas (*community affiliation*) yaitu menggunakan ikatan profesi sebagai acuan, termasuk didalamnya organisasi formal dan kelompok kelompok kolega informal sumber ide utama pekerjaan. Melalui ikatan profesi ini para profesional membangun kesadaran profesi.
- 2) Kebutuhan untuk mandiri (*Autonomy demand*) merupakan suatu pandangan bahwa seseorang yang profesional harus mampu membuat keputusan sendiri tanpa tekanan dari pihak lain (Pemerintah, klien, mereka yang bukan anggota profesi). Setiap adanya campur tangan (*intervensi*) yang datang dari luar, dianggap sebagai hambatan terhadap kemandirian secara profesional. Banyak yang menginginkan pekerjaan yang memberikan hak-hak istimewa untuk membuat keputusan

dan bekerja tanpa diawasi secara ketat. Rasa kemandirian dapat berasal dari kebebasan melakukan apa yang terbaik menurut pegawai yang bersangkutan dalam situasi khusus. Dalam pekerjaan yang terstruktur dan dikendalikan oleh manajemen secara ketat, akan sulit menciptakan tugas yang menimbulkan rasa kemandirian dalam tugas.

- 3) Keyakinan terhadap peraturan sendiri/profesi (*belief self regulation*) dimaksud bahwa yang paling berwenang dalam menilai pekerjaan profesional adalah rekan sesama profesi, bukan "orang luar" yang tidak mempunyai kompetensi dalam bidang ilmu dan pekerjaan mereka.
- 4) Dedikasi pada profesi (*dedication*) dicerminkan dari dedikasi profesional dengan menggunakan pengetahuan dan kecakapan yang dimiliki. Keteguhan untuk tetap melaksanakan pekerjaan meskipun imbalan ekstrinsik berkurang. Sikap ini merupakan ekspresi dari pencurahan diri yang total terhadap pekerjaan. Pekerjaan didefinisikan sebagai tujuan. Totalitas ini sudah menjadi komitmen pribadi, sehingga kompensasi utama yang diharapkan dari pekerjaan adalah kepuasan rohani dan setelah itu baru materi.
- 5) Kewajiban sosial (*social obligation*) merupakan pandangan tentang pentingnya profesi serta manfaat yang diperoleh baik oleh masyarakat maupun profesional karena adanya pekerjaan tersebut.

b. Aspek-aspek dalam Profesionalisme Kerja

Profesionalisme kerja pegawai karyawan menurut Oemar Hamalik (2007) mengemukakan ada beberapa aspek yang harus dimiliki oleh pegawai dalam menunjang profesionalisme kerja antara lain :

- 1) Aspek Potensial

Potensial ini memiliki pandangan bahwa setiap karyawan memiliki potensi hereditas yang terus-menerus bersifat dinamis, dan berkembang juga harus ditingkatkan dalam proses pengembangan. Potensi ini bisa dikembangkan antara lain : daya berfikir, mengingat, berkehendak, perasaan, motivasi, potensi dan bakat.

2) Aspek Vokasional.

Aspek ini meliputi setiap karyawan harus terampil dan mempunyai kemampuan dalam bidang-bidang tertentu sehingga karyawan dapat mengabdikan diri dalam pekerjaan sehingga dapat mendapat hasil yang optimal.

3) Aspek Fungsional

Aspek ini menjelaskan karyawan yang berkerja mampu menjalankan fungsi dan tugasnya sesuai dengan keahlian dan keterampilan seperti jika ahli teknologi maka di berikan bidang IT atau berkerja seperti tenaga profesional kerajinan atau bangunan.

4) Aspek Operasional

Aspek ini menjelaskan bahwa karyawan bisa menggunakan kemampuan dan keterampilannya dan prosedur pelaksanaan dalam proses pekerjaan yang ditekuni.

5) Aspek personal

Aspek personal juga menjelaskan setiap karyawan harus mempunyai dan memiliki kepribadian atau karakter dalam menunjang pekerjaan seperti bertanggung jawab, jujur, rajin dan sebagainya.

6) Aspek Produktifitas

Artinya setiap karyawan memiliki minat prestasi dan mencoba memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang ditekuni sehingga akan mendapat hasil yang maksimal.

c. Ciri-Ciri Sikap Profesionalisme Kerja.

Menurut Tommy j, Pissa (2018) beberapa ciri-ciri karyawan yang memiliki profesionalisme kerja sebagai berikut :

- 1) Mempunyai kemahiran dan keterampilan yang tinggi dalam pelaksanaan atau peralatan yang difungsikan untuk menunjang tugas dan tanggung jawab didalam pekerjaan sesuai dengan bidang yang ditekuni.
- 2) Mempunyai *knowledge*, kecerdasan dan pengalaman yang baik dalam menganalisa suatu problem pekerjaan dan kepekaan dalam pembacaan situasi dengan cepat, teliti dan cermat dalam mengambil keputusan dengan cepat dan baik.
- 3) Mempunyai sikap berorientasi ke masa depan sehingga adaptasi dari perubahan-perubahan dilingkungan dengan cepat.
- 4) Mempunyai kemandirian sikap , keterbukaan pribadi dan menghargai pendapat orang lain.

d. Usaha-usaha dalam pengembangan Profesionalisme Kerja Karyawan

Ada usaha-usaha pengembangan profesioanlisme kerja karyawan yang dapat dicapai antara lain :

- 1) *Strenght of Knowledge* (kekuatan pengetahuan)

Merupakan proses yang dilakukan melalui proses belajar dengan berkesinambungan. Pengetahuan adalah kekuatan dasar dalam prosedioanlisme bekerja. Jadi pengetahuan yang semakin ditingkatkan akan meningkatkan profesionalisme bekerja juga.

- 2) *Strenght of Atittude* (kekuatan sikap kerja)

Merupakan proses dalam mengembangkn profesioanlisme kerja dengan mendorong sikap positif dalam pekerjaan seperti memperhatikan perilaku sehari-hari, keterbukaan, penampilan diri, terus terang dan antusiasme bekerja.

- 3) *Strenght of Acition* (kekuatan pergerakan hasil)

merupakan sebuah proses yang dilakukan dalam pengembangan profesionalisme bekerja dengan menjalankan pola sistem kerja yang disusun serta sesuai dengan tugas fungsi bekerja untuk memberikan hasil kerja yang nyata.

4) *Strenght of Relationship* (komunikasi)

Merupakan sebuah proses yang dilakukan dengan pembentukan komunikasi vertikal dan horizontal secara bijaksana dalam melaksanakan tugas dan fungsi dalam pekerjaan.

5) *Strenght of trust dan understanding* (kepercayaan dan pengertian)

Merupakan sebuah proses dalam pembentukan kepercayaan dan pengertian baik secara vertikal, horizontal maupun lateral untuk bisa memahami perasaan orang lain atau perhatian kepada lingkungan sekitar kita didalam pelaksanaan pekerjaan.

e. Karakteristik Profesionalisme Kerja

Martin Jr mengekemukakan karakteristik profesionalisme kerja adalah sebagai berikut :

1) *Persamaan (Equality)*

Adalah karateristik yang dibentuk dari bahwa memberikan perlakuan yang sama dalam memberikan pelayanan secara berkualitas kepada pihak pihak tanpa membeda-bedakan.

2) *Kesetaraan (Equity)*

Adalah bentuk memberikan peluang kepada setiap orang untuk meningkatkan dan memajukan kesejahteraan dalam meningkatkan suatu pihak yang akan melakukan pekerjaan.

3) *Loyalitas (Loyalty)*

Loyalitas yang dimaksud adalah bentuk kesetiaan kepada institusi pekerjaan seperti aturan yang berlaku dalam perusahaan, patuh kepada pemimpin dan rekan rekan kerja.

Kesetiaan ini adalah mutlak diberikan dalam satu pekerjaan (mengabaikan objek lainnya).

4) Akuntabilitas (*accountability*)

Akuntabilitas yang dimaksud adalah proses suatu bentuk ukuran yang dilakukan oleh karyawan dalam aktivitas birokrasi atau pelayanan sudah sesuai dengan nilai-nilai atau aturan (norma) yang dianut oleh masyarakat dalam skala luas dan perusahaan sebagai skala khusus.

f. Dimensi Komitmen Profesionalisme

Menurut Kalbers dan Fogarty, (2005) secara keseluruhan ada lima dimensi komitmen profesional adalah sebagai berikut:

- 1) Afiliasi Komunitas (*community affiliation*) yaitu menggunakan ikatan profesi sebagai acuan, termasuk didalamnya organisasi formal dan kelompokkelompok kolega informal sumber ide utama pekerjaan. Melalui ikatan profesi ini para profesional membangun kesadaran profesi.
- 2) Kebutuhan untuk mandiri (*Autonomy demand*) merupakan suatu pandangan bahwa seseorang yang profesional harus mampu membuat keputusan sendiri tanpa tekanan dari pihak lain (Pemerintah, klien, mereka yang bukan anggota profesi). Setiap adanya campur tangan (intervensi) yang datang dari luar, dianggap sebagai hambatan terhadap kemandirian secara profesional. Banyak yang menginginkan pekerjaan yang memberikan hak-hak istimewa untuk membuat keputusan dan bekerja tanpa diawasi secara ketat. Rasa kemandirian dapat berasal dari kebebasan melakukan apa yang terbaik menurut pegawai yang bersangkutan dalam situasi khusus. Dalam pekerjaan yang terstruktur dan dikendalikan oleh manajemen secara ketat, akan sulit menciptakan tugas yang menimbulkan rasa kemandirian dalam tugas.

- 3) Keyakinan terhadap peraturan sendiri/profesi (*belief self regulation*) dimaksud bahwa yang paling berwenang dalam menilai pekerjaan profesional adalah rekan sesama profesi, bukan "orang luar" yang tidak mempunyai kompetensi dalam bidang ilmu dan pekerjaan mereka.
- 4) Dedikasi pada profesi (*dedication*) dicerminkan dari dedikasi profesional dengan menggunakan pengetahuan dan kecakapan yang dimiliki. Keteguhan untuk tetap melaksanakan pekerjaan meskipun imbalan ekstrinsik berkurang. Sikap ini merupakan ekspresi dari pencurahan diri yang total terhadap pekerjaan. Pekerjaan didefinisikan sebagai tujuan. Totalitas ini sudah menjadi komitmen pribadi, sehingga kompensasi utama yang diharapkan dari pekerjaan adalah kepuasan rohani dan setelah itu baru materi.
- 5) Kewajiban sosial (*social obligation*) merupakan pandangan tentang pentingnya profesi serta manfaat yang diperoleh baik oleh masyarakat maupun profesional karena adanya pekerjaan tersebut.

g. Faktor-Faktor Profesionalisme Kerja Karyawan

Menurut P, Siagian. (2009) faktor faktor yang mendukung sikap dalam profesionalisme kerja karyawan adalah sebagai berikut :

1) Keterampilan

Merupakan keterampilan yang dimiliki oleh diri pegawai dalam berkreaitifitas kerja seperti muncul ketangkasan, kecakapan, dan kemampuan lainnya yang memungkinkan bagi setiap karayawan berbuat banyak dalam sebuah perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Indikator keterampilan antara lain :

- a) Kemampuan dalam menentukan penyelesaian suatu pekerjaan

- b) Kemampuan menentukan prosedur terbaik didalam pekerjaan
- c) Kemampuan menyelesaikan pekerjaan dengan baik
- d) Kemampuan dalam menentukan ukuran tugas dengan baik

2) Kompetensi

Kemampuan ialah kecakapan, potensi di dalam diri karyawan dalam menguasai bidang yang ditekuni dan ini bisa dibangun dari latihan atau praktik praktik yang akan digunakan dalam mewujudkan tujuan bersama.

Indikatornya antara lain :

- a) Pengetahuan
 - b) Pemahaman
 - c) Kemampuan
 - d) Sikap
 - e) Minat
- ## 3) Loyalitas

Loyalitas ini adalah berhubungan dengan tingkat ketaatan karyawan dalam peraturan yang berlaku seperti kedisiplinan, tanggung jawab, dan daya sangup pekerjaan.

Indikator loyalitas antara lain :

- a) Ketaatan dalam menjalankan peraturan
- b) Mampu bekerja dengan baik dan tepat waktu
- c) Berani mengambil resiko
- d) Memberikan ide kreatif

4) Performance

Hasil yang diinginkan dari perilaku dalam mencapai prestasi.

Indikator performance antara lain :

- a) Kualitas kerja
- b) Kuantitas
- c) Ketepatan waktu

- d) Efektifitas
 - e) Kemandirian
- 5) Budaya Organisasi

Budaya organisasi ialah sebuah formulasi dalam sebuah perusahaan atau organisasi kedalam berbagai peraturan dan ketentuan perusahaan.

Indikator budaya organisasi antara lain :

- a) Inovatif memperhitungkan risiko
- b) Berorientasi pada hasil
- c) Berorientasi pada semua kepentingan karyawan
- d) Berorientasi detail pada tugas

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini mengkaji tentang variable religiusitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja karyawan. Yang sudah diteliti oleh penelitian sebelumnya. Tetapi, ada perbedaan yang diangkat dalam penelitian ini. seperti masalah penelitian karena ada faktor faktor yang mempengaruhi variabel seperti faktor motivasi, perilaku dan budaya organisasi atau perusahaan. Dari beberapa penelitian yang temukan masih sedikit yang membahas secara spesifik variabel religiusitas dan *personal branding* mempengaruhi Profesionalisme kerja karyawan sehingga menarik untuk dikembangkan selain dari objek, waktu dan jenis penelitiannya. Pada penelitian ini yang lakukan pada usaha komoditer CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi. Berangkat dari beberapa penelitian sebelumnya dan ada beberapa variable yang sama yang akan digunakan. Berikut ringkasan penelitian sebelumnya yang relevan.

Berdasarkan tabel 2.2 penelitian yang relevan sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Relevan

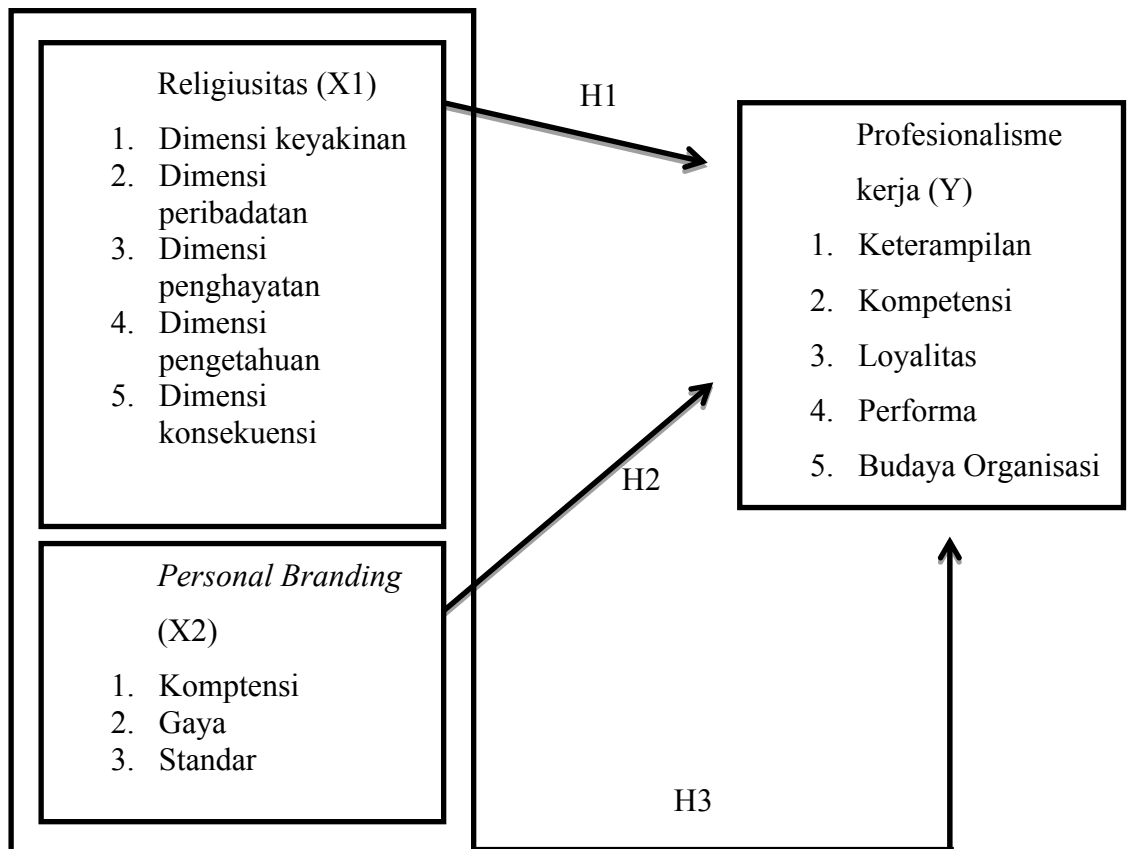
No	Peneliti (Tahun)	X1	X2	X3	Y	Hasil Penelitian
1.	Farhan Hamdallah (2021)	<i>Personal branding</i>			kinerja	Terdapat hubungan yang sangat signifikan antara personal branding dengan kinerja guru
2.	Tommy J, Pissa (2018)	Profesionalisme kerja			Pelayanan publik	Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap antara profesionalisme kerja pegawai terhadap pelayanan publik pada kantor lalu lintas polres aceh Tamiyang
3.	Rina Setiawan dkk (2019)	Religisitas	Profesionalisme	<i>Human capital</i>	Motivasi	Diketahui bahwa religiusitas berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi, juga profesionalisme juga berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi serta juga human capital juga berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan BMT Al Amin Gombang.
4.	Jefri Iswanto (2017)	Kompetensi	Profesionalisme		Kinerja	Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa kompetensi dan profesionalisme secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan
5.	Gapuri Ramadhan (2018)	Profesionalisme kerja			Kinerja	Hasil dalam penelitian ini bahwa profesionalisme kerja berhubungan signifikan dengan Kinerja Pegawai Kantor Dinas Kependudukan Dan

						Pecatatan Sipil Kota Banjarmasin.
6.	Gina Khairunnisa (2021)	Islamic branding	Perilaku religius		Kepuasan	Islamic branding berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan perilaku religius juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palu.
7.	Hasan Bisri, dkk (2022)	Religiusitas			Minat membangun bisnis	Hasil uji penelitian dalam penelitian menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain pengaruh tingkat Religiusitas karyawan berpengaruh terhadap minat bisnis syariah CV Idea Sejahtera sewon Bantul.
8.	Prima Sari Pascariati Kasman (2018)	Religiusitas			Kinerja karyawan	mengemukakan bahwa adanya pengaruh positif religiusitas terhadap kinerja karyawan BSI Syariah Padang
9.	Irwan Budiyanto dan maryta putri pratama	Religiusitas	Profesionalisme	Kepemimpinan	Kinerja karyawan	Religiusitas, profesionalisme dan kepemimpinan secara bersama-sama mempengaruhi kinerja guru di MTsN Negeri 4 Kebumen

C. Kerangka Berfikir

Penulis membuat kerangka pemikiran untuk mempermudah memahami persoalan yang sedang diteliti.

Daftar Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis yang terdapat disini adalah sebagai berikut :

- Ha1: Religiusitas berpengaruh terhadap Profesionalisme Kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
- Ho1: Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Profesionalisme Kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
- Ha2: *Personal branding* berpengaruh terhadap Profesionalisme Kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
- Ho2 : *Personal branding* tidak berpengaruh terhadap Profesionalisme Kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
- Ha3: Religiusitas dan *Personal branding* berpengaruh terhadap profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
- Ho3 Religiusitas dan *Personal branding* tidak berpengaruh terhadap profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) ialah jenis penelitian dengan mempelajari lingkungan dan fenomena secara alamiah. Juliansyah Noor (2011) penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif ialah merupakan metode yang akan digunakan untuk menguji teori dengan cara meneliti hubungan antara beberapa variabel-variabel.

Variabel yang mempengaruhi didalam penelitian ini ialah religiusitas (X1) dan *personal branding* (X2) variabel yang akan di pengaruhi yaitu profesionalisme kerja (Y). Selanjutnya variabel akan dihitung dengan menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Usaha Komoditer CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi yang beralamat tepat di Jln Aur Birugo Tigo Baleh Kelurahan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi. Dengan rancangan Waktu Sebagai Beriku :

Tabel. 3.1
Waktu Penelitian
Bulan Oktober 2022 – Juli 2023

Uraian Kegiatan	2022			2023							
	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
Survei Awal											
Bimbingan Awal											
Seminar Proposal											
Revisi Seminar											
Penyusunan Instrumen											
Penelitian											

perlu untuk dilakukan uji instrumen dalam pengembangan instrumen penelitian.

Dan dalam pengembangan instrumen yang dilakukan berdasarkan definisi operasional yang penulis terangkan beberapa indikator instrumen yang akan digunakan dalam mengukur variabel dapat disusun. Berikut instrumennya dapat dijelaskan pada table 3.3 dibawah ini

Tabel 3. 3
Indikator Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator Instrumen	Sumber
1	Karakter Relegiusitas (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi keyakinan 2. Dimensi peribadatan 3. Dimensi penghayatan 4. Dimensi pengetahuan 5. Dimensi Konsekuensi 	(Imam Haritayadi, Luthfi Noor, Mahmudi. 2020)
2	Personal Branding (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Gaya 3. Standar 	(Uilly Isneni Efenddi, 2016)
3	Profesionalisme Kerja (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan 2. Kompetensi 3. Loyalitas 4. Performa 5. Budaya organisasi 	(Tommy, J Pissa. 2018)

2. Uji Instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas ialah teknik yang akan digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu angket yang diangkat. Sugiono (2014) jika valid berarti instrumen dapat digunakan untuk

mengukur apa yang menjadi ukuran instrumen dalam penelitian ini.

Ada beberapa kriteria dalam teknik uji validasi antara lain :

- 1) Apabila korelasi r hitung diatas 0,4, maka bisa disimpulkan bahwa instrumen yang dipakai valid.
- 2) Sebaliknya jika korelasi r hitung dibawah 0,4, maka dapat disimpulkan butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus dibuang atau diperbaiki.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Asnawi dan Masyuri (2011) uji reliabilitas merupakan teknik untuk mengukur suatu angket yang terdapat beberapa indikator dari variabel. Jika Suatu angket dikatakan *reliable* maka jawaban dari seseorang terhadap pernyataan dapat konsistensi dari waktu ke waktu. Selain itu juga uji reliabilitas bisa memaparkan bahwa instrumen yang dipakai cukup dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpulan data instrumen karena instrumen tersebut sudah baik.

Berikut cara yang digunakan dalam menguji reliabilitas instrumen data (kuisisioner) dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus koefisiensi Alpha Cranbach yaitu antara lain:

1. Apabila hasil koefisien alpha $>$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut *reliable*
2. Dan apabila hasil koefisien alpha $<$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisisioner tersebut dapat dikatakan tidak *reliable*.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk memberikan pernyataan dengan menyebarkan beberapa daftar pernyataan kepada responden yang diambil dari sampel yang sudah ditentukan dengan harapan dapat

memberikan jawaban dari pertanyaan yang sudah berikan atau menyebarkan angket kepada 21 Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah berupa Catatan, buku agenda dan lainnya sebagainya.

F. Teknik Analisa Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini bertujuan untuk bisa menguji apakah model regresi bisa ditemukan adanya hubungan yang kuat pada antara variable independen. Jika terdapat korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara perubahan bebas. Dalam mendeteksi adanya Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *variance Inflation Factor* (VIP). Dengan cara apabila nilai VIF lebih Kecil dari 0,10 atau lebih besar dari 10 maka akan terjadi Multikolinearitas. Begitu Juga Sebaliknya tidak terjadi Multikolinearitas antara Variable Independen apabila Nilai VIF berada pada 0,10 sampai 10 (Masyhuri. 2010) dan di dalam penelitian ini akan menggunakan SPSS (23) Windows.

b. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini juga akan menggunakan pengujian dengan menggunakan perancangan Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terdapat Pertidak samaan pada devisiasi dalam satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

c. Uji Normalitas

Penelitian dengan menggunakan cara uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variable terkait dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidaknya dari variabel. Rochaety (2007) model regresi yang baik dapat dilihat dari memiliki distribusi data normal atau mendekati

normal. Untuk mendeteksi apakah normalitas nanti akan menggunakan SPSS (23) *for Windows* dengan pendekatan analisa *Rasio Skewness* dan *Kurtosis* dengan rumus jika data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai rasio berada -2 hingga +2.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Persamaan dapat dituliskan dengan rumus yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y	: Variabel dependen (Profesionalisme Kerja)
a	: Konstan
β_1, β_2	: Koefisien Regresi
X1	: Variabel independen (Religiusitas)
X2	: Variabel independen (<i>Personal Branding</i>)
e	: <i>error term</i>

hal tersebut apabila koefisien b nilainya Positif (+) maka adanya pengaruh antara variable independen dengan Variable dependen. Berlaku juga sebaliknya, koefisien nilai b nilainya (-). Hal tersebut berarti tidak adanya pengaruh antara variable Independent dengan variable dependen. Uji ini juga kan menggunakan SPSS (23) *for Windows*.

b. Uji t

Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apabila variable independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Artinya penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah pengaruh variabel religiusitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi

Bukittinggi. Uji t dalam penelitian ini juga akan menggunakan Bantuan SPSS (23) for Windows

Kemudian jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesa ditolak Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikan 0,05, jika signifikansi $< 0,05$ Ha diterima.

c. Uji f

Penelitian bertujuan apakah semua variabel bebas yang digunakan, dalam penelitian ini dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable terikat.

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

- R² : koefisien determinasi
- n : Jumlah data
- k : Jumlah Variabel bebas

Dalam penelitian ini dihitung f_{hitung} regresi ditemukan hasilnya, hasil akan dilihat kemudian dibandingkan dengan f_{tabel} dan untuk menentukan f_{tabel} dengan tingkat signifikansi yang digunakan dengan besar nilai $\alpha=5\%$ dengan derajat kebebasan *deggree of freedom* = $n-k$ di mana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variable termasuk juga intersep. Dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap variabel terikat. Dan jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka seluruh variabel bebas tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat. (Asnawi Masyhuri. 2011). Dalam penelitian menggunakan SPSS (23) for Windows.

d. Analisis Koefiensi Determinasi (R)

Analisis koefisiensi determinan pada penelitian bertujuan untuk melihat R^2 dengan analisa supaya mengetahui seberapa

besar sumbangan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji R² akan menunjukkan potensi pengaruh Variabel independen yaitu religiusitas (X1) dan personal branding (X2) terhadap variabel dependen yaitu profesionalisme kerja (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi merupakan persero komoditer usaha dalam penyediaan usaha besar atau eceran serta aktivitas lain seperti organisasi bisnis lainnya. Dibentuk pada (28 Desember 2021) yang terdiri dari beberapa perkumpulan anak muda yang di promotori oleh Muhammad Irvan, S.E. disahkan pada salinan akta pendirian perseroan komoditer CV Kolaborasi Abadi, No 02. 13 September 2022. Serta surat keterangan terdaftar CV Kolaborasi Abadi di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No AHU/-0060113-AH.01.14 Tahun 2022 yang berkedudukan di jalan Aur Birugo Tigo Bale, Kota Bukittinggi. Adapun usaha yang dijalankan oleh usaha komoditer CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi antara lain:

Pertama, *Event Organizer Eternal Collaboration* (EO ETC) suatu unit usaha yang membantu proyek proyek dari mitra strategis dalam mengadakan *event* sesuai dengan program mitra strategis inginkan dari EO ETC. Dengan dibantu oleh tenaga-tenaga *freelance* dari EO ETC itu sendiri. Adapun usaha yang sudah dikerjakan oleh EO ETC berkerja sama dengan mitra strategis seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dengan program mengadakan pelaksanaan pemilihan DUTA CYBER Bukittinggi.

Kedua, unit usaha yang bergerak dibidang penyediaan barang untuk konsumen atau instansi-instansi. Usaha yang unit ini lakukan adalah mencoba menawarkan barang ATK perkantoran ke instansi-instansi pemerintah kecil seperti Kenagarian yang ada disekitar Bukittinggi-Agam. Dari kedua unit usaha yang dilakukan oleh persero komoditer CV Kolaborasi Abadi memiliki 9 karyawan tetap dan 12 beberapa karyawan *freelance* dari lulusan Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta dan juga masih ada yang berstatus sebagai mahasiswa rata rata anggota *freelance* dari CV Kolaborasi Abadi unit EO ETC.

1. Visi dan Misi CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi

a) Visi

“Menjadi Perusahaan Pengadaan Barang Dan Jasa Yang Profesional, Terpercaya Dan Adaptif”

b) Misi

- 1) Meningkatkan kualitas pengelolaan pengadaan barang dan jasa dalam menjadi pelayanan yang kredibel, bersaing dan akuntabel bagi mitra perusahaan dan konsumen.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam pengadaan barang dan jasa yang menciptakan peluang bisnis, pembaharu, inovatif dan berintegritas.
- 3) Meningkatkan implementasi teknologi dalam menunjang pengadaan barang dan jasa perusahaan yang unggul dan adaptif di era kemajuan bisnis.

2. Struktur Organisasi dan Data Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Tabel 4.1

Data Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukitnggi

NO	NAMA	JABATAN	JURUSAN
1	Muhammad Irvan S.E	Direktur	Sarjana Ekonomi
2	Muhammad Arif S.H	Bid.Administrasi	Sarjana Hukum
3	Hafizul Azim S.H	Bid. Keuangan	Sarjana Hukum
4	Karmila Asiska S.Pd	Bid. IT	Sarjana Pendidikan
5	Ahmad Syukri S.H	Manager EO ETC	Sarjana Hukum
6	Iqbaln Vernanwinata S.E	Manager ESI ETC	Sarjana Ekonomi
7	Intan Permata L. S.H	Manager EV ETC	Sarjana Hukum
8	Muhammad Ridwan	Marketing	Sarjana Akuntansi
9	Gevin Febrizul arda	Marketing	Mahasiswa

Sumber : Data CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi

Tabel 4.2
Data Karyawan Freelance CV Kolaborasi Abadi

NO	Nama	Status
1	Nurfian Tasrizal	Sarjana Ekonomi
2	Ullia fikri	Mahasiswa
3	Alya Ramadhani	Mahasiswa
4	Gilar	Mahasiswa
5	M. Ashidiq	Mahasiswa
6	Agus wiranata	Sarjana Akutansi
7	Jumaidah	Mahasiswa
8	Friskia Dwi K	Sarjana Farmasi
9	Muhammad irsyad	Mahasiswa
10	Yulisa Khairani	Mahasiswa
11	Gebrinof junaidi	Sarjana Ekonomi
12	Novia hendra	Sarjana Teknis Sipil

B. Deskriptif Data Penelitian

Dalam penelitian ini akan melihat pengaruh religiusitas dan *personal branding* terhadap profesionalisme kerja CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi. Penelitian ini memiliki 21 responden yang merupakan karyawan pada usaha komoditer CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi yang terdiri dari 9 karyawan yang berstatus tetap dan 12 karyawan yang berstatus *freelance*. Kuisisioner ini disebarakan sejak tanggal 10 juli sampai 20 juli 2023 dengan sebanyak 21 kuisisioner melalui *Google form* terhadap responden. Indikator instrumen penelitian diuji dari 49 pernyataan yang terdiri dari tiga bagian. Yang pertama religiusitas, kedua *personal branding*, dan bagian ketiga tentang profesionalisme kerja.

Dalam penelitian ini, menggunakan 21 responden yang tersebar kepada karyawan usaha komoditer CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Tabel 4.3
Tingkat Pengembalian Kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah Eksemplar	Persentase
1	Jumlah kuesioner disebar	21	100%
2	Jumlah kuesioner kembali	21	100%
3	Jumlah kuesioner tidak kembali	0	0%

Sumber : Data Primer (diolah 2023)

Kuisisioner yang dikembalikan oleh responden akan diolah dengan menggunakan SPSS 23 *for Windows*.

1. Deskripsi profil responden

- a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

Berikut deskripsi berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	16	76%
2	Perempuan	5	24%
Total		21	100%

Sumber : Data Primer (diolah 2023)

Berdasarkan data tabel dapat disimpulkan bahwa berdasarkan jenis kelamin karyawan yang paling banyak adalah jumlah laki-laki yaitu (76%) sedangkan perempuan (24%) dari seluruh total responden sebanyak 21 karyawan.

- b. Deskripsi responden berdasarkan usia.

Berikut dekripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat dari data tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Klasifikasi Usia	Jumlah	Persentase
1	Usia < 20	0	0%
2	Usia 20-35	21	100%
3	Usia 36-50	0	0%
4	Usia >50	0	0%
Total		21	100%

Sumber : Data Primer (diolah 2023)

Dari penjelasan dapat disimpulkan bahwa seluruh jumlah responden berdasarkan usia dalam rentang usia 20-35 tahun yaitu (100%).

c. Deskripsi responden berdasarkan latar pendidikan

Berdasarkan deskripsi responden berdasarkan latar pendidikan dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Berdasarkan Latar Pendidikan

No	Latar Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	S1/DIPLOMA	14	67%
2	SMA/SEDERAJAT	7	33%
3	SMP	0	0%
4	SD	0	0%
Total		21	100%

Sumber : Data Primer (diolah 2023)

Dari penjelasan data tabel dapat diklasifikasikan responden berdasarkan latar pendidikan yang paling banyak adalah berlatar pendidikan S1/Diploma sebanyak (67%) dan kemudian latar pendidikan SMA/Sederajat sebanyak (33%) dari total seluruh 21 responden.

C. Uji Pra Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk menilai atau mengetahui valid atau tidanya dari item kuesioner yang telah dibuat maka diperlukan dari masing-masing item pernyataan untuk mengkorelasikan dengan skor masing masing variabel. Apabila r hitung $> 0,413$ maka item kuesioner dari pernyataan dikatakan valid begitu juga sebaliknya jika r hitung $<$ dari $0,413$ maka dapat dikatakan dari item kuesioner tidak valid.

Dan jika setelah melakukan uji validasi terdapat pernyataan tidak valid maka item pernyataan tersebut diganti atau dibuang. Selanjutnya, dapat diolah ketahap uji selanjutnya. Berdasarkan hasil uji validasi variabel religiusitas (X1) yang telah dilakukan diperoleh hasil terlihat antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X1)

Pernyataan	N.Valid	Keterangan
P1	0,734	Valid
P2	0,849	Valid
P3	0,672	Valid
P4	0,734	Valid
P5	0,786	Valid
P6	0,866	Valid
P7	0,624	Valid
P8	0,617	Valid
P9	0,880	Valid
P10	0,711	Valid
P11	0,736	Valid
P12	0,589	Valid
P13	0,489	Valid
P14	0,657	Valid

P15	0,709	Valid
P16	0,689	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 23 for Window

Dari data tabel 4.1 setelah pengolahan data terdapat 16 pernyataan dari variabel Religiusitas (X1) dinyatakan valid karena melebihi dari batas signifikan 0,413 yaitu berkisaran antara 0,489 s/d 0,880. Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan variabel Religiusitas melebihi dari batas signifikan dan dinyatakan valid.

Selanjutnya, untuk pengujian validitas variabel *Personal branding* (X2) dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.8

Uji Validitas *Personal Branding* (X2)

Pernyataan	N.valid	Keterangan
P1	0,649	Valid
P2	0,661	Valid
P3	0,775	Valid
P4	0,867	Valid
P5	0,761	Valid
P6	0,794	Valid
P7	0,503	Valid
P8	0,729	Valid
P9	0,764	Valid
P10	0,866	Valid
P11	0,670	Valid
P12	0,866	Valid
P13	0,546	Valid
P14	0,787	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 23 for Window

Dari Data tabel 4.2 setelah di lakukan pengolahan data dapat diketahui bahwa terdapat 14 buah pernyataan pada variabel

Personal branding (X2) dapat disimpulkan nilai signifikan 0,413 yaitu berdasarkan kisaran 0,503 s/d 0,867. Berdasarkan pernyataan berikut maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan signifikan karena melebihi batas 0,413 dan dinyatakan valid.

Kemudian pengujian validitas variabel profesionalisme kerja (Y) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel Profesionalisme Kerja (Y)

Pernyataan	N.valid	Keterangan
P1	0,811	Valid
P2	0,810	Valid
P3	0,701	Valid
P4	0,788	Valid
P5	0,838	Valid
P6	0,916	Valid
P7	0,690	Valid
P8	0,770	Valid
P9	0,903	Valid
P10	0,731	Valid
P11	0,758	Valid
P12	0,631	Valid
P13	0,638	Valid
P14	0,639	Valid
P15	0,839	Valid
P16	0,846	Valid
P17	0,799	Valid
P18	0,871	Valid
P19	0,906	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 23 *for Window*

Olahahan data pada tabel 4.3 dari 19 item pernyataan dapat diketahui dari variabel profesionalisme kerja (Y) dinyatakan valid yaitu karena melebihi batas signifikan 0,413 yaitu berkisaran antara 0,631 s/d 0,916.

2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas dalam penelitian ini akan menilai dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Yang dimana jika nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sama atau diatas dengan 0,70 maka nilai variabel tersebut dinyatakan *reliable*. Berikut hasil dari uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Varibel Penelitian	N of Items	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Religiusitas	16	0,931	<i>Reliable</i>
Personal Branding	14	0,929	<i>Reliable</i>
Profesionalisme Kerja	19	0,963	<i>Reliable</i>
Total	49		

Sumber: Data Olahan SPSS 23 *for Window*

Dari olahan data pada tabel 4.10 terlihat nilai dari item pernyataan yang mendukung variabel religiusitas, *personal branding* dan profesionalisme kerja telah menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa dari nilai variabel masing masing tersebut *reliable*.

D. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji ini untuk melihat korelasi antar dua variabel bebas dengan variabel terikat ini tidak boleh lebih besar atau sama dari nilai kritisnya, sehingga masalah multikolinearitas dapat dihindari.

Tabel 4.11
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,631	10,111		-1,348	,194		
	Religiusitas	,683	,156	,533	4,378	,000	,603	1,659
	Personal Branding	,775	,196	,482	3,960	,001	,603	1,659

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja

Sumber: Data Olahan SPSS 23 *for Window*

Pengujian di atas, nilai VIF latar religiusitas yaitu 1,659, nilai personal branding ialah 1,659. Dan nilai VIF dari semua variabel ini <10 maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Sangat penting untuk tidak memiliki heteroskedastisitas dalam model regresi yang baik. Tabel berikut menampilkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Spearman's rho rank.

Tabel. 4.12
Uji Heteroskedastisitas

			Correlations		
			Religiusitas	Personal Branding	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Religiusitas	Correlation	1,000	,607**	-,046
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.	,003	,844
		N	21	21	21

Personal Branding	Correlation Coefficient	,607**	1,000	-,088
	Sig. (2-tailed)	,003	.	,703
	N	21	21	21
	<hr/>			
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,046	-,088	1,000
	Sig. (2-tailed)	,844	,703	.
	N	21	21	21
	<hr/>			

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Olahan SPSS 23 for Window

Nilai signifikansi untuk variabel *personal branding* adalah 0,703 dan untuk variabel religiusitas adalah 0,844. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Kelayakan model dikonfirmasi karena nilai kedua variabel independen lebih besar dari 0,05.

c. Uji Normalitas

Uji asumsi klasik normalitas bermaksud untuk mengetahui apakah variabel berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas penelitian ini dengan menggunakan pendekatan rasio *Skewness* dan *Kurtosis*,

Tabel. 4.13

Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	21	-7,43942	10,33446	,0000000	3,90629296	,509	,501	1,488	,972
Valid N (listwise)	21								

Sumber: Data Olahan SPSS 23 for Window

Dilihat dari output diatas berdistribusi normal atau tidak maka nilai *skewness/std.error* adalah $0,509/0,501 = 1,016$ sedangkan nilai *kurtosi/std.error* $1.488/0,972 = 1,531$. Jika nilai taraf signifikansi 5% dengan rasio *skewness* dan *kurtosi* berada pada -2 s/d +2. Maka nilai skewness 1,016 dan kurtosi 1,531 maka data berdistribusi normal.

2. Uji Hipotesis

a. Uji regresi linear berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 4.14
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	13,631	10,111		
Religiusitas	,683	,156	,533	4,378	,000
Personal Branding	,775	,196	,482	3,960	,001

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja
Sumber: Data Olahan SPSS 23 for Window

Pada tabel kolom B constant pada tabel *unstandardized coefficients* adalah 13,631 sedangkan nilai religiusitas 0,683, dan nilai *personal branding* 0,775. Rumus Persamaan regresi dapat diketahui:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad Y = 13.631 + 0,683X_1 + 0,775X_2 + e$$

Persamaannya ini dijabarkan diantaranya

- 1) Konstanta sebesar 13,631 menunjukkan bahwa ketika variabel independent religiusitas dan *personal branding* konstant, maka rata rata profesionalisme kerja karyawan 13,631

- 2) Koefisien regresi religiusitas 0,683, menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 konstanta pada variabel religiusitas, maka meningkatkan profesionalisme kerja sebesar 0,683, koefisien regresi bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas karyawan, maka semakin baik profesionalisme kerja karyawan.
- 3) Koefisien regresi *personal branding* karyawan 0,775, menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 konstanta pada variabel *personal branding*, maka terjadi peningkatan nilai profesionalisme kerja sebesar 0,775, jadi disimpulkan bahwa semakin baik *personal branding* yang dimiliki karyawan, maka semakin baik profesionalisme kerja karyawan.

b. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13,631	10,111		-1,348	,194	1,729
Religiusitas	,683	,156	,533	4,378	,000	
Personal Branding	,775	,196	,482	3,960	,001	

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja

Sumber: Data Olahan SPSS 23 for Window

- 1) Pengaruh religiusitas terhadap profesionalisme kerja karyawan

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.13 dengan nilai t_{hitung} variabel religiusitas 4,378 dan pada t_{tabel} 1,729 dengan df 19 dan taraf signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} 4,378 > t_{tabel} 1,729$ maka H_a diterima. Berdasarkan data diperoleh nilai probabilitas variabel religiusitas 0,000 < dari 0,05 jadi disimpulkan bahwa variabel profesionalisme kerja dipengaruhi variabel religiusitas

2) Pengaruh personal branding terhadap profesionalisme kerja karyawan

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.13. juga, melihat nilai t_{hitung} variabel *personal branding* 3,960 dan pada t_{tabel} 1,729 dengan df 19 dan taraf signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} 3,960 > t_{tabel} 1,729$ maka H_a diterima. Sedangkan nilai variabel *personal branding* 0,001 nilai 0,001 < dari 0,05. Disimpulkan bahwa variabel profesionalisme kerja dipengaruhi oleh variabel *personal branding*

c. Uji F

Pengujian secara simultan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara bersama-sama, dengan taraf signifikan 0,05. Hasil pengujian uji f dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.16

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	F tabel
1 Regression	1595,103	2	797,552	47,040	,000 ^b	3,52
Residual	305,182	18	16,955			
Total	1900,286	20				

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja

b. Predictors: (Constant), Personal Branding, Religiusitas

Sumber: Data Olahan SPSS 23 *for Window*

Data keluaran tabel 4.14 diketahui bahwa nilai f_{hitung} adalah 47,040 yang diperoleh dari tabel f dengan sisa df 19 sebagai penyebut dan df regresi 2 sebagai pembilang. Nilai f_{tabel} adalah 3,52. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} (47,040) lebih besar dari f_{tabel} (3,52), sehingga H_a diterima. Kolom signifikansi, ditandai sebagai 0,000, menunjukkan probabilitas lebih besar dari 0,05, yang selanjutnya menegaskan penerimaan H_a . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa religiusitas (X_1) dan *personal branding* (X_2) memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap profesionalisme kerja (Y).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.17

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,916 ^a	,839	,822	4,11759

a. Predictors: (Constant), Personal Branding, Religiusitas

Sumber: Data Olahan SPSS 23 *for Window*

Berdasarkan data tabel 4.15 dapat diketahui R square atau Koefisien deteminasi sebesar 0,839. adjusted R Square sebesar 0,822-83%. Artinya profesionalisme kerja karyawan dapat dijelaskan oleh religiusitas dan personal branding sebesar 83 %.

E. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Religiusitas terhadap Profesionalisme Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Berdasarkan olahan data dengan menggunakan SPSS 23 *for windows* menjelaskan hubungan pengaruh religiusitas terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi. Dengan nilai t_{hitung} variabel religiusitas 4,378 dan pada t_{tabel} 1,729 dengan df 19 dan taraf signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} 4,378 > t_{tabel} 1,729$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga menunjukan variabel religiusitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Menurut beberapa pengujian, semakin religius seseorang, semakin profesional orang tersebut dalam bekerja. religiusitas karyawan akan selalu menunjukkan sikap yang lebih bijaksana dalam menghadapi segala tantangan dalam bekerja. Tidak hanya mengejar kesenangan duniawi, tetapi juga bagaimana menginternalisasikan aspek-aspek keyakinan agama ke dalam karyawan. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Rohayati bahwa nasehat dari nilai-nilai keimanan seorang muslim akan mendorong perilakunya untuk selalu bertindak sesuai aturan agama, selalu menaati perintah, dan selalu ikhlas menjauhi larangan Allah SWT.

Basis literatur yang berkembang, menurut pendapat Osman Gani dkk (2013) juga mengungkapkan adanya hubungan yang kuat akan religiusitas seseorang dengan kehidupan keseharian orang yang bekerja. Termasuk didalamnya memperlihatkan bagaimana orang bekerja secara profesional, berperilaku ataupun hidup pada umumnya. Religiusitas akan memberikan warna berbeda bagi seseorang untuk bersikap bagi karyawan didalam bekerja. Dengan keyakinan akan nilai-nilai religiusitas akan memberikan karyawan keputusan yang tepat dalam setiap pekerjaan yang dijalankan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian menguji religiusitas mempengaruhi profesionalisme. Penelitian Jihan Fitria Dhamasanti (2017) mengemukakan religiusitas berpengaruh positif dan terbukti signifikansi pada profesionalisme tim auditor internal BPKP. Adanya tingkat religiusitas yang baik akan mempengaruhi auditor dalam menyelesaikan pekerjaan dengan profesional. Juga riset Hilda Ponco Wirawanti (2018) juga mengemukakan ada hubungan sangat signifikan antara religiusitas dengan profesionalisme kerja guru SLTA Berbasis Islam Porwokerto.

2. Pengaruh Personal Branding terhadap Profesionalisme Kerja CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Berdasarkan olahan data dengan menggunakan SPSS 23 *for windows* melihat nilai t_{hitung} variabel *personal branding* 3,960 dan pada t_{tabel} 1,729. (df) 19 dan taraf signifikansi 0,05. Karena t_{hitung} 3,960 > t_{tabel} 1,729 maka H_a diterima dan H_o ditolak . Sehingga dapat disimpulkan variabel *personal branding* mempunyai pengaruh signifikan terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Basis literatur yang berkembang mengenai pesonal branding menurut Angrianto (2012) *personal branding* ialah kemampuan yang dimiliki oleh karyawan.yang patut dikembangkan dalam mengelola untuk menentukan keberhasilan bekerja. *Personal branding* dalam membangunnya tidaklah sebentar membutuhkan waktu yang cukup lama dalam pengembanya dan membutuhkan hal yang serius. Personal branding dibangun sesuai dengan keinginan sendiri dalam mengubah diri dan pola pikir dalam bekerja secara profesional.

Hal ini juga sejalan dengan pernyataan Korn Ferry tentang *personal branding*, yang menyatakan bahwa banyak cara untuk membangun *personal branding*, antara lain dengan menjadi diri sendiri, menunjukkan kelebihan diri, bersikap inovatif, bertanggung jawab atas apa yang dilakukan, menambah wawasan dan menetapkan

tujuan yang ingin dicapai karyawan dalam pekerjaan profesionalnya. Oleh karena itu, *personal branding* juga merupakan salah satu jenis kognisi yang harus ditanamkan dan dipelihara oleh pendapat orang lain, dan tujuan utamanya adalah agar masyarakat memiliki persepsi yang positif, sehingga secara berkesinambungan menimbulkan kepercayaan dan loyalitas terhadap perusahaan. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Montoya dan van der Hey “Personal branding adalah tentang mengendalikan bagaimana orang memandang Anda sebelum mereka bersentuhan langsung dengan Anda” Personal branding adalah tentang bagaimana Anda mengendalikan penilaian orang lain bahkan sebelum Anda bertemu. Jadi dapat disimpulkan personal branding merupakan aspek yang berpengaruh dalam peningkatan kualitas SDM dalam membangun profesionalisme kerja karyawan dalam hal ini adalah karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Penelitian ini juga sejalan dengan riset yang dilakukan Farhan Hamdalah (2021) terdapat hubungan yang signifikan antara *personal branding* dengan profesionalisme kerja guru MAN 2 Bandung, umumnya guru yang mempunyai sertifikasi dianggap sudah memiliki kompetensi dan kelayakan kualitas dalam mengajar siswa.

3. Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yakni religiusitas (X_1) dan personal branding (X_2) berpengaruh terhadap profesionalisme kerja (Y) karyawan pada CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

Hal ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis uji f pada penelitian ini menunjukkan nilai f_{hitung} 47,040 dan nilai f_{tabel} 3,52 yang diperoleh dengan tabel f dengan df residual yaitu 19 sebagai penyebut dan df regression 2 sebagai pembilang dengan taraf signifikan 0,05. Sehingga

dari data nilai $f_{hitung} 47,040 > f_{tabel} 3,52$ maka H_a diterima. Berdasarkan kolom signifikan yaitu 0.000 ini berarti probabilitas $>$ dari 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak. Ini dapat disimpulkan bahwa variabel religisuitas (X1) dan personal Branding (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profesionalisme Kerja (Y).

Menurut Siagian, basis literatur yang berkembang menunjukkan bahwa profesionalisme adalah keahlian dalam melaksanakan tugas secara benar dan dapat dipahami oleh mereka yang terikat dengan pekerjaan tersebut. Selain itu, penilaian profesionalisme Shkule dan Jackson mengacu pada sistem formal dan terstruktur untuk mengukur, menilai, dan memengaruhi karakteristik, perilaku, dan hasil terkait pekerjaan, termasuk ketidakhadiran di tempat kerja. Seperti halnya Vitalina, mengemukakan bahwa seseorang dengan tingkat profesional yang tinggi secara otomatis meningkatkan kinerja atau kualitas keluaran.

Beberapa hal yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa profesionalitas kerja karyawan merupakan hal yang sangat penting yang menyangkut hubungan antara perusahaan dengan sumber daya manusia. Karena profesionalisme kerja dapat menciptakan situasi dan lingkungan yang memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, dan motivasi tersebut akan berdampak pada sikap pribadi yang memberikan semangat dalam bekerja.

Seperti diketahui bahwa sumber daya manusia merupakan bagian penting dari sebuah perusahaan. Sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting, meskipun perusahaan memiliki banyak sarana dan prasarana lainnya, sumber daya manusia memegang peranan penting dalam setiap operasional perusahaan. Dengan demikian, sumber daya manusia adalah kunci terpenting untuk mencakup semua kebutuhan bisnis.

Sehingga dapat disimpulkan ada hubungan yang kuat antara profesionalisme kerja dalam membangun perusahaan agar mendapat

hasil yang maksimal didalam menjalan usaha bisnis antara sumber daya manusia dan perusahaan dalam hal ini adalah CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil pembahasan dan analisis data yang diperoleh, dengan mengacu kepada hipotesis :

1. Religiusitas mempunyai pengaruh terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi. Dengan mengacu kepada uji regresi linear berganda bahwa variabel dengan nilai t_{hitung} variabel religiusitas 4,378 dan pada t_{tabel} 1,729 dengan df 19 dan taraf signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} 4,378 > t_{tabel} 1,729$ maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan variabel religiusitas berpengaruh terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
2. *Personal branding* mempunyai pengaruh terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi. Dengan mengacu kepada uji regresi linear berganda menjelaskan adanya hubungan *variabel personal branding* melihat nilai t_{hitung} variabel *personal branding* 3,960 dan pada t_{tabel} 1,729 dengan df 19 dan taraf signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} 3,960 > t_{tabel} 1,729$ maka H_a diterima dan H_o ditolak . Sehingga dapat disimpulkan variabel *personal branding* berpengaruh signifikan terhadap profesionalisme kerya karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.
3. Pengaruh religiusitas dan *personal branding* secara simultan berpengaruh terhadap profesionalisme kerja karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis uji f pada penelitian ini menunjukkan nilai f_{hitung} 47,040 dan nilai f_{tabel} 3,52 yang diperoleh dengan tabel f dengan df residual yaitu 19 sebagai penyebut dan df regression 2 sebagai pembilang. Sehingga dari data nilai $f_{hitung} 47,040 > f_{tabel} 3,52$ maka berdasarkan kolom signifikan yaitu 0.000 ini berarti probabilitas < dari 0,05 maka H_a diterima. Ini dapat disimpulkan bahwa variabel

religiusitas (X1) dan *personal branding* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap profesionalisme kerja (Y) karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

B. Saran

1. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini mempunyai hasil dimana objek penelitian yaitu CV Kolaborasi Bukittinggi agar dapat terus melakukan peningkatan kualitas SDM dari segala hal termasuk dari segi profesionalisme kerja karyawan yang dipunyai, sehingga nantinya tujuan dari usaha komoditer CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi mencapai hasil maksimal.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi untuk sebuah penelitian atau kajian ilmiah lainnya. Selain itu penelitian ini juga hendaknya juga bisa menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penulisan karya ilmiah oleh mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap hasil penelitian yang dilakukan akan menjadi sebuah pedoman serta masukan bagi peneliti setelah ini, mengenai pembahasan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan manajemen sumber daya insani (MSDI), terkhususnya pembahasan mengenai religiusitas, *personal branding* dan profesionalisme kerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyanto, Afif (2020) *Manajemen Pemasaran jasa pendidikan berbasis Budaya Religius*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol 10. No 1
- Bangun Wilson (2012) *Manajemen SDM*. PT Gelora Akasara Pratama
- Faruk. (2021) *pengaruh Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kinerja Melalui Profesionalisme Karyawan PT. Angksa Pura 1*. Jurnal Ilmiah Dinamika Governance. Vol, 11. No,1.
- Fitria Dharmasanti, Jihan (2017) *Mediasi Profesionalisme Pada Pengaruh Intesitas Moral dan Religiusitas terhadap Perilaku Etis Auditor*. Jurnal Ekuitas Ekonomi dan Keuangan Vol, 4. No, 4.
- Cahyono, Her (2016) *Pendidikan Karakter: Strategi Pendidikan Nilai dalam Membentuk Karakter Releigious*, Jurnal Ri' Ayah Vol 02, No. 02
- Cindy Y dan Edwin Japariato (2013) *Analisi Faktor-Faktor Pembentuk Personal branding dari C.Y.N*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol 1, No 1
- Hamdallah, Farhan (2021) *Pengaruh Personal branding Terhadap Kinerja Guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung*. Jurnal Univerisitas Islam Bandung. Vol 7, No 1
- Haq Rahmatullah, Ainul (2018) *Manajemen SDM Berbasis Budaya Religius dalam Mencapai Profesionalisme Guru Dalam Komptensi dan Kepribadian dan Kompetensi Sosial di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta*. Karya Ilmiah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Hasan B, Puji. S dan M. Arif K. (2022) *Pengaruh Tingkat Religisitas Karyawan Terhadap Minat Membangun Bisnis Pada CV Idea Sejahtera Sewon Bantul*. Quranimic : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol 2, No 2
- Hafizah, Zahra. (2023) *Pengaruh Personal Branding Sumber Daya Insani Perbankan Syariah Terhadap Digitalisas Banking di Era Industri 4.0*. Jurnal JIEI. 470-479
- Hendi, P dan Vera anita (2020) *Pengaruh Religisitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi kasus pada Tenaga Kerja Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*. Jurnal BSR Vol 2, No 1
- Imam, H dan Luthfi Noor M (2020) *Pengaruh Religisitas Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada Suryamart Soekarno-Hatta Ponorogo Tahun 2019*. Jurnal Ilmiah Univeristas Darusallam Gontor. Vol 6, No 2
- J. Pissa, Tommy (2018) *Pengaruh Profesionalisme kerja Pegawai Terhadap Pelayanan Publik*. Jurnal Publik Reform UND HAR Medan. Vol 3, No 1
- Jannah, Miftahul (2019) *Metode dan Strategi Pembentukan Karakter Releigious yang diterapkan di SDTQ-T AN NAJAH Pondok Pesantren Cindai Alus Martapura*. Junal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah. Vol 4, No 1
- Juni Priansa, Donni (2019) *Pengembangan dan Pelatihan SDM Perusahaan*. Simbiosis Rekatama Media : Bandung

- Karina Dewi A dan Moch Khoirul A (2018) *Pengaruh Religisitas Terhadap Kinerja Karyawan Muslim Pusat PT Pekrbunan Nusantara XI*. Jurnal Ekonomi Islam, Vol 1, No 2
- Marawansyah (2014) *Manajemen SDM*. ALFABETA : Bandung
- Marta Wiratama, Cony (2015) *Analisis Pengaruh Religisitas dan Performa Produk Terhadap Preferensi Peserta Asuransi Syariah Kota Malang*. Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya.
- Ponco Wirawanti, Hilda (2018). *Hubungan antara Religiusitas dengan Profesionalisme pada Guru SLTA Berbasis Islam di Purwokerto*. Karya Ilmiah Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Rafludin, dkk (2022) *Pelatihan Personal branding dan Peingkatan Digital Litercy Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol 1, No 1.
- Ramadhan Gapuri (2018) *Analisis Hubungan Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Banjarmasin*. Jurnal Adminitrasi Publik Vol 2, No 15
- Rina Setiawan dan Parmin (2019) *Pengaruh Religisitas, Profesionalisme dan Human Capital Terhadap Kinerja Karyawan BMT Al-Amin Gombang dengan motivasi Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akutansi Vol 1, No 1
- Rita S. A dan Dharmasetiawan (2018) *Strategi Membangun Peronal Branding dalam meningkatkan Performance diri*. Jurnal Ekonomi ISSN 2442-7845
- Suparji (2021). *Analisis Pengaruh Komunikasi, Pengalaman Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Profesionalisme Karyawan pada Bank Sarana Prima Mandiri Pamekasan*. Jurnal Ekonomi 45 Universitas 45 Surabaya. Vol,8. No, 2.
- Salmanan Alfarisi, Aris (2020) *Upaya Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Budaya Religius di Sekolah*. Jurnal Aksioma Ad-Diniyyah. Vol 8, No1
- Sari Pascariantu K, Prima (2021) *Pengaruh Pengembangan SDM dan Religisitas Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Padang*. JEMSI : Jurnal ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi. Vol 2, No 6
- Siswanto, Heru (2019) *Pentingnya Pengemabangan Budaya Religius di Sekolah*. Madina : Jurnal Studi Islam. Vol 6, No 1
- Sudadi dan Sugiyanto (2021) *Manajemen Kinerja Berbasis Budaya Religius dalam Meningkatkan Profesionalisme Guru di MA Mambaul Ulum Tunjung Muli Kecamatan Rakit Kabupaten Banjarnegara*. Jurnal Inspiratif. Vol 5, No 2
- Setiawato, Rina (2019) *Pengaruh Religiusitas, Profesionalisme dan Human Capital Terhadap Kinerja Karyawan BMT Al-Amin Gombang dengan*

Motivasi Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akutansi. Vol 1. No 1.

- Sugadi (2020) *Pengaruh Religisitas Terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal UNI Lib. Vol 11, No 1
- Sumarno (2014). *Profesionalisme dalam Pendidikan Islam*. Jurnal Kopertais Wilayah IV- Mataram.
- Taufik, Agus (2002) *Hubungan Antara Religisitas dan Sikap Moral Karyawan Dalam Bekerja*. Karya Ilmiah Universitas Islam Indonesia
- Wahyu Wibowo, Edi (2020) *Analisis Pendidikan Karakter Religius, Pedulis Sosial, dan Penduli Lingkungan Terhadap Kedisiplinan Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Perkantoran Politeknik LP3I Jakarta*. Jurnal Lentera Bisnis. Vol 9, No 2
- Yuniartha Purwitasari, Happy (2021) *Pengaruh Religisitas Budaya Organisasi, Pengendalian Internal, Disiplin dan Intensif Terhadap Kinerja Karyawan BUMD Kabupaten Klaten*. Karya Ilmiah Universitas Islam Indonesia
- Zela Listya, Arsy (2018) *Pengaruh Religisitas dan Etika Islami Terhadap Komitmen Organisasional dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening di Lembaga Pendidikan Islam Terpadu Bias*. Jurnal Penelitian Univerista Islam Indonesia



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
PASCASARJANA

Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : pascasarjana@uinmybatusangkar.ac.id

Nomor : B- 148/Un.25/D.1/PP.00.9/07/2023
Lampiran : 1 Rangkap
Hal : Mohon Izin Rekomendasi Penelitian

10 Juli 2023

Yth. Pimpinan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi
di
Tempat

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa Mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : ZAKI PRATAMA/2002041025
Tempat/tanggal Lahir : Koto Baru, 28 April 1996
Kartu Identitas : No. KTP 1310012804960004
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jorong Seberang Piruko Timur Desa Koto Baru Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya

Akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan Tesis Magisternya sebagai berikut:

Judul : Pengaruh Religiusitas, Personal Branding terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi
Lokasi : CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi
Waktu : 10 Juli s.d 10 Agustus 2023

Untuk itu diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa bersangkutan.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



A.n Direktur
Wakil Direktur,

Dr. Ardimen, M.Pd.Kons.

SURAT KETERANGAN
Nomor : 24/B/ADM/07/2023

Sehubungan dengan surat dari Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar Pascasarjana, nomor B-148/Un.25/D.1/PP.00.9/07/2023 , maka Direktur Utama CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama : Zaki Pratama
Nim : 2002041025
Program Studi: Ekonomi Syariah
Jenjang : S2

Benar telah melakukan penelitian di CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi pada tanggal 10 Juli sampai dengan 10 Agustus 2023 guna melengkapi data panya penyusunan tesis yang berjudul "Pengaruh Religius, Personal Branding Terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi, 10 Juli 2023
Direktur Utama



Muhammad Fauzan, CV. ETERNAL I.P



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
PASCASARJANA

Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : B-174.a/Un.25/D.1/PP.00.9/08/2023

Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar dengan ini menugaskan Saudara sebagai berikut:

No	Nama Dosen/NIP	Pangkat/ Golongan	Jabatan	Status Penguji
1.	Dr. Silvianetri, M.Pd 19711226 200212 2-003	Penata Tk. I/III/d	Lektor	Ketua Sidang
2.	Dr. H. Rizal Fahlefi, M.S.I 19730629 200112 1 002	Pembina/IV/a	Lektor Kepala	Penguji Utama I
3.	Dr. Nofrivul, SE, M.M 19670624 200312 1 001	Penata /III/c	Lektor	Penguji Utama II
4.	Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag 19631019 199203 1 007	Pembina Tk.I/ IV/b	Guru Besar	Pembimbing/ Penguji I
5.	Dr. Himyar Pasrizal, SE, MM 19780524 200501 1 005	Penata/III/c	Lektor	Pembimbing/ Penguji II

Sebagai Tim Penguji Munaqasah mahasiswa pada Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 atas nama mahasiswa:

Nama : Zaki Pratama
NIM : 2002041025
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi
Hari/Tanggal : Senin/ 07 Agustus 2023
Pukul : 10.00 - 12.00 WIB
Tempat : Lokal F 1.

Demikian surat tugas ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 03 Agustus 2023

A.n. Direktur,
Makil Direktur



Dr. Arjomen, M. Pd., Kons.



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
PASCASARJANA**

Jl. Sudirman No. 137 Kuburajo Batusangkar 27213 Telp. (0752) 71150, 574221, 574222 Fax (0752) 71679
http://www.pascasarjana.iainbatusangkar.ac.id e-mail pps.iainbsk@gmail.com

**BERITA ACARA SIDANG MUNAQASYAH TESIS MAHASISWA
PASCASARJANA UIN MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR**

Pada hari ini Senin tanggal 07 bulan 08 tahun dua ribu dua puluh tiga telah dilaksanakan Sidang Munaqasyah Tesis atas nama:

Nama Mahasiswa/NIM : **Zaki Pratama / 2002041025**
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**
 Judul Tesis : **Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi**

dengan hasil : a. Lulus
 b. Lulus dengan perbaikan
 c. Tidak Lulus
 (dilingkari salah satunya)

No.	Catatan Perbaikan Tesis
1.	Tata tulis disesuaikan dengan pedoman umum penulisan karya ilmiah dan penulisan tesis
2.	Penelitian bersifat eksperimen, yaitu menguji teori. Metode dan hasil penelitian harus sesuai. Sementara populasi tidak homogen
3.	Berapa angket berpengaruh tidak signifikan? uji t, berpengaruh atau tidak berpengaruh (tidak berpengaruh signifikan)
4.	tunggalan teori keterkaitan variabel x dan y akan hipotesis.
5.	Data yang dimasukkan ke SPSS data masuk? dimensi dari angket
7.	Perbaiki aplikasi rumus-rumus
8.	Diperoleh indikator religiusitas (tabel 23) harus masuk pada akhir angket, begitu juga dengan indikator personal branding dan indikator profesionalisme kerja.
9.	Jelaskan bahwa tuntutan profesionalisme semua karyawan sama

Berita Acara Sidang Munaqasyah Tesis mahasiswa ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Batusangkar, 07 Agustus 2023
 Tim Penguji Sidang Munaqasyah Tesis,

1. Nama : **Dr. Silvianetri, M.Pd**
 Status : Ketua Sidang
2. Nama : **Dr. H. Rizal Fahlefi, M.S.I**
 Status : Penguji I
3. Nama : **Dr. Nofrivul, SE, M.M**
 Status : Penguji II
4. Nama : **Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag.**
 Status : Pembimbing I/penguji
5. Nama : **Dr. Himyar Pasrizal, S.E., M.M.**
 Status : Pembimbing II/penguji

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Batusangkar, Juli 2023

Lamp : 1 (satu) berkas
Hal : Permohonan Untuk Menjadi Responden
Kepada Yth.
Saudara/Saudari Responden
Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Zaki Pratama
NIM : 2002041025
Pekerjaan : Mahasiswa
Status saat ini : Mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Mahmud Yunus
Batusangkar

Sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding Terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittnggi”** untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/Saudari untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini secara lengkap. Saya bertanggung jawab dan akan selalu menjaga kerahasiaan semua isian yang telah saudara/saudari isi, yang mana data tersebut hanya semata-mata untuk kepentingan akademik.

Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terima kasih.

Zaki Pratama

Zexoprata06@gmail.com

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden:

Nama :
Umur :
Jenis kelamin :

Keterangan pilihan Jawaban:

Angka 5 : Sangat Setuju (SS)

Angka 4 : Setuju (S)

Angka 3 : Netral (N)

Angka 2 : Tidak Setuju (TS)

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Religiusitas

Nyatakanlah pendapat/jawaban saudara/saudari mengenai pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan **memberi tanda ceklis (✓)** pada salah satu jawaban yang tersedia.

	Pernyataan	5	4	3	2	1
No	Dimensi Keyakinan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya Yakin dengan keberadaan dan Ke-Esaan Allah SWT					
2.	Saya yakin Allah melihat dan mengawasi segala perbuatan yang saya lakukan					
3.	Saya yakin semua perbuatan saya dicatat oleh para malaikat					
4.	Saya yakin semua perbuatan saya di dunia akan dipertanggungjawabkan di akhirat					
5.	Saya yakin segala yang terjadi dalam kehidupan saya sudah diatur oleh Allah SWT					

	Dimensi Ritual	SS	S	N	TS	STS
6.	Saya melaksanakan sholat wajib lima waktu sehari semalam					
7.	Saya melaksanakan sholat sunnah sebelum/sesudah sholat wajib					
8.	Saya melaksanakan puasa pada bulan ramadhan					
9.	Setiap memulai pekerjaan saya selalu baca basmalah					
	Dimensi Pengahayatan	SS	S	N	TS	STS
10	Saya membaca Al-Qur'an setiap hari					
11	Saya selalu bersyukur kepada Allah atas pekerjaan yang saya lakukan					
	Dimensi Konsekuensi	SS	S	N	TS	STS
12	Saya mengetahui bentuk bentuk ajaran didalam penjelasan Al-Quran dan Hadist					
	Dimensi Konsekuensi	SS	S	N	TS	STS
13	Ketika ada saudara maupun teman didalam bekerja yang membutuhkan pertolongan, saya berusaha untuk membantunya					
14	Saya berusaha menjaga amanah yang diberikan kepada saya sebaik-baiknya					
15	Saya menolak jika ada ajakan untuk melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama dalam pekerjaan					
16	Saya berusaha disiplin dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan apa yang menjadi kewajiban pekerjaan					

2. Personal Branding

Nyatakanlah pendapat/jawaban saudara/saudari mengenai pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan **memberi tanda ceklis (✓)** pada salah satu jawaban yang tersedia.

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
	Kompetensi	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bekerja dengan berusaha befikir tentang cara baru dalam melakukan pekerjaan.					
2	Saya bekerja dengan meningkatkan keterampilan yang saya miliki					
3	Saya jadikan pengalaman bekerja menjadi penunjang untuk pekerjaan berikutnya					
4	Saya jadikan motivasi bekerja sebagai meningkatkan emosional di dalam pekerjaan					
5	Saya akan membuat lingkungan kerja yang menyenangkan dalam bekerja					
	Gaya	SS	S	N	TS	STS
6	Saya melakukan komunikasi verbal yang baik didalam setiap pekerjaan					
7	Saya akan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen perusahaan					
8	Saya akan menjaga kepercayaan konsumen dengan sebaik-baiknya untuk orientasi berikutnya					
	Standar	SS	S	N	TS	STS
9	Saya dapat menyelesaikan beban tugas yang yang diberikan dengan baik					
10	Saya selalu bekerja dengan penuh tanggung jawab					
11	Saya selalu hadir bekerja sesuai dengan peraturan yang ada dalam perusahaan					
12	Saya selalu berhati-hati dalam mengerjakan setiap pekerjaan yang diberikan					
13	Saya menjunjung tinggi kode etik profesi sebagai karyawan					
14	Saya bekerja sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan oleh perusahaan					

3. Profesionalisme kerja

Nyatakanlah pendapat/jawaban saudara/saudari mengenai pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan **memberi tanda ceklis (✓)** pada salah satu jawaban yang tersedia

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
	Keterampilan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya bekerja dengan kemahiran dan keterampilan dalam menunjang tugas					

	dan tanggung jawab pekerjaan					
2.	Saya mampu menguasai peralatan kerja yang disediakan oleh perusahaan					
3.	Saya mengandalkan kecakapan dalam menunjang pekerjaan					
4.	Saya dapat beradaptasi dengan perubahan situasi					
	Loyalitas	SS	S	N	TS	STS
5.	Saya senantiasa bekerja keras dan penuh semangat					
6.	Saya akan menjaga disiplin kerja setiap bekerja					
7.	Saya tidak pernah menunda-nunda didalam pekerjaan					
8.	Saya selalu berhati-hati dalam mengerjakan setiap pekerjaan yang diberikan					
	Performa	SS	S	N	TS	STS
9.	saya mengapresiasi diri setiap apa yang saya capai dalam pekerjaan					
10.	Saya berorientasi kepada pencapaian karier yang maksimal dalam pekerjaan					
11.	Saya ingin menjadi karyawan yang teladan					
12.	Saya ingin mendapat gaji yang sesuai dengan apa yang saya kerjakan didalam pekerjaan					
13.	Saya mempunyai target jangka pendek dan panjang di dalam berkerja					
	Budaya Organisasi	SS	S	N	TS	STS
14.	Saya akan memotivasi karyawan lain untuk memaksimalkan pekerjaan di dalam perusahaan					
15.	Saya berusaha dan menjaga pola komunikasi yang berdampak positif bagi perusahaan					
16.	Jika timbul permasalahan ditempat kerja selalu diselesaikan dengan bersama-sama					
17.	Saya akan memberikan pelayanan yang					

	diberikan sesuai dengan prosedur perusahaan					
18	Setiap selesai pekerjaan kita mengevaluasi masalah yang ada didalam perusahaan					
19	Saya menyampaikan masukan di dalam memajukan perusahaan					

“TERIMA KASIH”

	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X9	Pearson Correlation	,657**	,605**	,566**	,597**	,603**	,874**	,547*	,550**	1	,713**	,716**	,493*	,269	,597**	,563**	,575**	,880**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,007	,004	,004	,000	,010	,010		,000	,000	,023	,238	,004	,008	,006	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X10	Pearson Correlation	,867**	,389	,299	,431	,421	,725**	,518*	,604**	,713**	1	,613**	,465*	-,063	,247	,327	,445*	,711**
	Sig. (2-tailed)	,000	,082	,188	,051	,058	,000	,016	,004	,000		,003	,034	,787	,281	,147	,043	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X11	Pearson Correlation	,629**	,540*	,555**	,396	,517*	,725**	,190	,743**	,716**	,613**	1	,575**	,179	,293	,292	,424	,736**
	Sig. (2-tailed)	,002	,011	,009	,076	,016	,000	,408	,000	,000	,003		,006	,438	,197	,199	,056	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X12	Pearson Correlation	,458*	,407	,437*	,187	,477*	,640**	,071	,573**	,493*	,465*	,575**	1	,490*	,078	,330	,112	,589**
	Sig. (2-tailed)	,037	,067	,047	,418	,029	,002	,759	,007	,023	,034	,006		,024	,738	,144	,628	,005
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X13	Pearson Correlation	,063	,559**	,544*	,272	,447*	,302	,188	,006	,269	-,063	,179	,490*	1	,492*	,612**	,265	,489*
	Sig. (2-tailed)	,786	,008	,011	,232	,042	,183	,414	,979	,238	,787	,438	,024		,023	,003	,246	,025
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X14	Pearson Correlation	,249	,590**	,530*	,567**	,404	,467*	,630**	,065	,597**	,247	,293	,078	,492*	1	,589**	,522*	,657**
	Sig. (2-tailed)	,277	,005	,013	,007	,069	,033	,002	,778	,004	,281	,197	,738	,023		,005	,015	,001
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X15	Pearson Correlation	,440*	,704**	,644**	,589**	,444*	,620**	,445*	,134	,563**	,327	,292	,330	,612**	,589**	1	,396	,709**
	Sig. (2-tailed)	,046	,000	,002	,005	,044	,003	,043	,562	,008	,147	,199	,144	,003	,005		,076	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X16	Pearson Correlation	,449*	,578**	,253	,522*	,763**	,351	,712**	,344	,575**	,445*	,424	,112	,265	,522*	,396	1	,689**
	Sig. (2-tailed)	,041	,006	,268	,015	,000	,119	,000	,127	,006	,043	,056	,628	,246	,015	,076		,001
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
TOTAL	Pearson Correlation	,734**	,849**	,672**	,734**	,786**	,866**	,624**	,617**	,880**	,711**	,736**	,589**	,489*	,657**	,709**	,689**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,002	,003	,000	,000	,000	,005	,025	,001	,000	,001	
N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS PERSONAL BRANDING (X2)

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	TOTAL
X1 Pearson Correlation	1	,482*	,464*	,565**	,586**	,590**	,301	,322	,396	,482*	,279	,482*	,201	,369	,649**
X1 Sig. (2-tailed)		,027	,034	,008	,005	,005	,185	,155	,075	,027	,221	,027	,383	,100	,001
X1 N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X2 Pearson Correlation	,482*	1	,520*	,585**	,564**	,367	,234	,357	,394	,571**	,459*	,571**	,277	,459*	,661**
X2 Sig. (2-tailed)	,027		,016	,005	,008	,102	,307	,112	,077	,007	,036	,007	,224	,036	,001
X2 N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X3 Pearson Correlation	,464*	,520*	1	,933**	,526*	,508*	,223	,520*	,495*	,693**	,477*	,693**	,432	,517*	,775**
X3 Sig. (2-tailed)	,034	,016		,000	,014	,019	,331	,016	,023	,000	,029	,000	,050	,017	,000
X3 N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X4 Pearson Correlation	,565**	,585**	,933**	1	,604**	,601**	,281	,585**	,594**	,761**	,555**	,761**	,503*	,591**	,867**
X4 Sig. (2-tailed)	,008	,005	,000		,004	,004	,218	,005	,005	,000	,009	,000	,020	,005	,000
X4 N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X5 Pearson Correlation	,586**	,564**	,526*	,604**	1	,445*	,817**	,564**	,478*	,434*	,372	,434*	,337	,453*	,761**
X5 Sig. (2-tailed)	,005	,008	,014	,004		,043	,000	,008	,028	,050	,097	,050	,136	,039	,000

	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	
X6	Pearson Correlation	,590**	,367	,508*	,601**	,445*	1	,215	,681**	,687**	,681**	,674**	,681**	,254	,673**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,005	,102	,019	,004	,043		,350	,001	,001	,001	,001	,001	,266	,001	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X7	Pearson Correlation	,301	,234	,223	,281	,817**	,215	1	,585**	,231	,234	,179	,234	,162	,309	,503*
	Sig. (2-tailed)	,185	,307	,331	,218	,000	,350		,005	,314	,307	,437	,307	,482	,173	,020
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X8	Pearson Correlation	,322	,357	,520*	,585**	,564**	,681**	,585**	1	,394	,571**	,459*	,571**	,277	,631**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,155	,112	,016	,005	,008	,001	,005		,077	,007	,036	,007	,224	,002	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X9	Pearson Correlation	,396	,394	,495*	,594**	,478*	,687**	,231	,394	1	,690**	,513*	,690**	,560**	,639**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,075	,077	,023	,005	,028	,001	,314	,077		,001	,017	,001	,008	,002	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X10	Pearson Correlation	,482*	,571**	,693**	,761**	,434*	,681**	,234	,571**	,690**	1	,612**	1,000**	,485*	,803**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,027	,007	,000	,000	,050	,001	,307	,007	,001		,003	,000	,026	,000	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X11	Pearson Correlation	,279	,459*	,477*	,555**	,372	,674**	,179	,459*	,513*	,612**	1	,612**	,212	,404	,670**
	Sig. (2-tailed)	,221	,036	,029	,009	,097	,001	,437	,036	,017	,003		,003	,356	,069	,001
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X12	Pearson Correlation	,482*	,571**	,693**	,761**	,434*	,681**	,234	,571**	,690**	1,000**	,612**	1	,485*	,803**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,027	,007	,000	,000	,050	,001	,307	,007	,001	,000	,003		,026	,000	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X13	Pearson Correlation	,201	,277	,432	,503*	,337	,254	,162	,277	,560**	,485*	,212	,485*	1	,533*	,546*
	Sig. (2-tailed)	,383	,224	,050	,020	,136	,266	,482	,224	,008	,026	,356	,026		,013	,010
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
X14	Pearson Correlation	,369	,459*	,517*	,591**	,453*	,673**	,309	,631**	,639**	,803**	,404	,803**	,533*	1	,787**

Sig. (2-tailed)		,100	,036	,017	,005	,039	,001	,173	,002	,002	,000	,069	,000	,013		,000
N		21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
TOTAL Pearson Correlation		,649**	,661**	,775**	,867**	,761**	,794**	,503*	,729**	,764**	,866**	,670**	,866**	,546*	,787**	1
Sig. (2-tailed)		,001	,001	,000	,000	,000	,000	,020	,000	,000	,000	,001	,000	,010	,000	
N		21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDASI PROFESIONALISME KERJA (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	TOTAL
Y1 Pearson Correlation	1	,506*	,421	,544*	,597**	,702**	,526*	,700**	,705**	,833**	,652**	,528*	,396	,600**	,735**	,563**	,773**	,768**	,596**	,811**
Sig. (2-tailed)		,019	,057	,011	,004	,000	,014	,000	,000	,000	,001	,014	,076	,004	,000	,008	,000	,000	,004	,000
N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Y2 Pearson Correlation	,506*	1	,731**	,773**	,705**	,775**	,545*	,573**	,628**	,364	,544*	,476*	,683**	,651**	,658**	,589**	,749**	,715**	,427	,810**
Sig. (2-tailed)	,019		,000	,000	,000	,000	,011	,007	,002	,105	,011	,029	,001	,001	,001	,005	,000	,000	,053	,000
N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Y3 Pearson Correlation	,421	,731**	1	,676**	,492*	,749**	,234	,407	,622**	,388	,650**	,439*	,429	,522*	,635**	,530*	,693**	,614**	,254	,701**
Sig. (2-tailed)	,057	,000		,001	,023	,000	,307	,067	,003	,083	,001	,047	,052	,015	,002	,014	,001	,003	,266	,000
N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Y4 Pearson Correlation	,544*	,773**	,676**	1	,646**	,695**	,525*	,606**	,675**	,498*	,494*	,270	,393	,710**	,702**	,638**	,664**	,770**	,367	,788**

	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	
Y18	Pearson Correlation	,768**	,715**	,614**	,770**	,690**	,854**	,568**	,638**	,816**	,663**	,624**	,500*	,490*	,849**	,869**	,604**	,790**	1	,725**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	,001	,000	,007	,002	,000	,001	,002	,021	,024	,000	,000	,004	,000		,000	,000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Y19	Pearson Correlation	,596**	,427	,254	,367	,572**	,519*	,346	,576**	,544*	,366	,517*	,435*	,365	,651**	,580**	,517*	,444*	,725**	1	,649**
	Sig. (2-tailed)	,004	,053	,266	,102	,007	,016	,125	,006	,011	,103	,016	,049	,104	,001	,006	,016	,044	,000		,001
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
TOTAL	Pearson Correlation	,811**	,810**	,701**	,788**	,838**	,916**	,690**	,770**	,903**	,731**	,758**	,631**	,638**	,839**	,846**	,799**	,871**	,906**	,649**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,002	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS RELIGIUSITAS (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	64,7143	52,414	,700	,926
X2	65,1905	49,262	,820	,922
X3	65,0476	51,148	,617	,927
X4	65,0952	50,690	,688	,925
X5	64,8571	51,029	,753	,924
X6	64,9524	50,548	,845	,922
X7	65,1905	50,162	,545	,931
X8	64,6667	52,633	,565	,929
X9	65,1429	47,829	,853	,920
X10	64,9524	49,848	,653	,927
X11	65,0000	50,300	,688	,925
X12	64,7143	52,214	,526	,930
X13	64,9048	53,290	,417	,932

X14	65,0952	51,490	,601	,928
X15	64,8095	52,562	,673	,927
X16	64,9524	51,348	,640	,927

UJI RELIABILITAS PERSONAL BRANDING (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	58,9524	32,048	,580	,928
X2	58,5714	33,057	,612	,926
X3	58,6667	31,433	,731	,922
X4	58,6190	30,848	,839	,919
X5	58,9048	29,990	,696	,925
X6	58,9048	30,790	,748	,922
X7	58,6190	33,448	,425	,932
X8	58,5714	32,657	,688	,924
X9	59,0000	30,700	,709	,923
X10	58,5714	31,857	,844	,920

X11	58,8095	31,662	,601	,927
X12	58,5714	31,857	,844	,920
X13	58,6190	33,648	,484	,930
X14	58,7143	31,314	,745	,922

UJI RELIABILITAS PROFESIONALISME (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,963	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	78,1905	85,862	,788	,960
Y2	78,5714	84,057	,782	,960
Y3	78,3810	86,448	,664	,962
Y4	78,5238	84,062	,756	,960
Y5	78,3333	84,533	,816	,960
Y6	78,2857	86,214	,907	,959
Y7	78,6667	84,133	,639	,963
Y8	78,0952	87,790	,748	,961

Y9	78,5238	81,362	,885	,958
Y10	78,4286	84,457	,690	,962
Y11	78,3333	84,633	,722	,961
Y12	78,0476	88,248	,593	,962
Y13	78,3333	88,033	,600	,962
Y14	78,5238	84,362	,816	,959
Y15	78,2857	85,514	,827	,960
Y16	78,4286	84,357	,770	,960
Y17	78,2381	86,590	,857	,960
Y18	78,3810	85,148	,895	,959
Y19	78,2857	87,814	,611	,962

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	13,631	10,111		-1,348	,194		
	Religiusitas	,683	,156	,533	4,378	,000	,603	1,659
	Personal Branding	,775	,196	,482	3,960	,001	,603	1,659

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja

UJI HETEROKEDASITISITAS

RASIO SPEARMAN RHO

Correlations

			Religiusitas	Personal Branding	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Religiusitas	Correlation Coefficient	1,000	,607**	-,046
		Sig. (2-tailed)	.	,003	,844
		N	21	21	21
	Personal Branding	Correlation Coefficient	,607**	1,000	-,088
		Sig. (2-tailed)	,003	.	,703
		N	21	21	21
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,046	-,088	1,000
		Sig. (2-tailed)	,844	,703	.
		N	21	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI NORMALITAS
SKEWNESS DAN KURTOSIS

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	21	-7,43942	10,33446	,0000000	3,90629296	,509	,501	1,488	,972
Valid N (listwise)	21								

SKEWNESSS 1,016426

KURTOSIS 1,531201

UJI HIPOTESIS
UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,631	10,111		-1,348	,194
Religiusitas	,683	,156	,533	4,378	,000
Personal Branding	,775	,196	,482	3,960	,001

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1595,103	2	797,552	47,040	,000 ^b
	Residual	305,182	18	16,955		
	Total	1900,286	20			

a. Dependent Variable: Profesionalisme Kerja

b. Predictors: (Constant), Personal Branding, Religiusitas

UJI KOEFISIENSI DETERMINAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,916 ^a	,839	,822	4,11759

a. Predictors: (Constant), Personal Branding, Religiusitas



BIODATA PENULIS

Nama : Zaki Pratama
Panggilan : Zaki
Nim : 2002041025
Agama : Islam
Alamat : Kecamatan Koto Baru, Kenagarian Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya
Gol darah : O
No Hp : 0853-7458-1632
Nama orang tua
Ayah : Almuzardi
Ibu : Nurzubaida
Anak ke : 2
Jumlah saudara : 4

Jenjang pendidikan - SDN 09 Koto Baru
- MTsN Koto Baru
- SMAN 2 Koto Baru
- Institut Agama Islam Negeri IAIN Kota Bukittinggi (S1)
- Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batu Sangkar (S2)

Organisasi - Ketua Umum HMI Komisariat Febi IAIN Bukittinggi
- Ketua Umum Ikatan Mahasiswa Dharmasraya Kota Bukittinggi
- Ketua Wilayah BPL HMI Sumatera Barat
- Korwil PMI Sumatera Barat
- Kabid PPD HMI Cabang Bukittinggi
- Kabid PP BPL HMI Cabang Bukittinggi
- Kabid Human KNPI Kota Bukittinggi
- Kabid OKK KNPI Kabupaten Dharmasraya

Moto Hidup : One Thousand Problem Millon Sulation