



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 1030-1045

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Religiusitas dan Personal Branding Terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi

Zaki Pratama

UIN Mahmud Yunus Batusangkar

Email: zexoprata06@gmail.com

Abstrak

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. Sehingga dapat disimpulkan variabel religiusitas pengaruh signifikan terhadap 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 R2 dan uji asumsi klasik. Sehingga dapat disimpulkan variabel personal branding mempunyai pengaruh signifikan terhadap profesionalisme karyawan. Ini dapat disimpulkan bahwa variabel religisuitas dan personal branding secara simultan berpengaruh terhadap Profesionalisme Kerja karyawan CV Kolaborasi Bukitinggi.

Kata Kunci: *Religiusitas, Personal Branding dan Profesionalisme Kerja.*

Abstract

The problem faced by CV Kolaborasi Abadi employees in carrying out work is how employees are able to do a job according to the field of duty and their respective levels of work in accordance with company goals considering that CV Kolaborasi Abadi has only run a business venture in the last year so that CV Kolaborasi Abadi employees are expected to be able to carry out job duties and responsibilities well. Research findings can also be understood that the concept Religiosity is related to increasing the professionalism of employees at work. Institutionally, in CV Kolaborasi Abdi Bukittinggi, there are 21 Muslim employees who become professional human resources. In addition to religiosity, it affects work professionalism, there are also personal branding factors that increase employee work professionalism. So it can be concluded that the variable of religiosity has a significant influence on the professionalism of employee work. 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 classical assumption test. So it can be concluded that the variable of personal branding has a significant influence on employee professionalism. It can be concluded that the variables of religiosity and personal branding simultaneously affect the Work Professionalism of employees of CV Kolaborasi Bukittinggi.

Keyword: *Religiosity, Personal Branding and Work Professionalism.*

PENDAHULUAN

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.

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 ditampilkan 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 *masalahah* 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.

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 tampak 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 di manusia atas apa yang diyakini perilaku individu secara sadar akan sebuah ajaran agama mencakup ibadah, pengetahuan dan diri individu.

Jalaluddin (2004) mengungkapkan ada beberapa dimensi religiusitas antara lain dimensi keyakinan ini ialah suatu bentuk manusia menerima dan meyakini 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 mendekatkan 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 di jalan 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 memengaruhi 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 signifikan 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 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 mendeskripsikan bahwa tidak semua nilai religiusitas dapat mempengaruhi profesionalisme kerja karyawan yang disebabkan oleh faktor-faktor lain. Melihat kontradiksi 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 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 penelitian dengan judul "Pengaruh Religiusitas dan *Personal Branding* terhadap Profesionalisme Kerja Karyawan CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi".

METODE 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. 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 bulan Oktober 2022 – Juli 2023.

Dalam penelitian ini menggunakan Penyusunan Instrumen Angket. Instrumen penelitian yang akan terdapat beberapa pertanyaan dengan menggunakan Skala likert. 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1) 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.

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

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.

2) 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

Correlations

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

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

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.

3) 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 *Kurtosi*,

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								

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.

Uji Hipotesis

1) Uji t

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

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	T tabel
	B	Std. Error	Beta			
(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

a) 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

b) 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*

2) 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 :

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

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 (X1) dan *personal branding* (X2) memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap profesionalisme kerja (Y).

3) Uji Koefisiensi

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

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

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

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 menunjukkan 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 signifikan 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 personal 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 religiusitas (X_1) dan personal Branding (X_2) 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 menjalankan usaha bisnis antara sumber daya manusia dan perusahaan dalam hal ini adalah CV Kolaborasi Abadi Bukittinggi.

SIMPULAN

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.

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.

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

DAFTAR PUSTAKA

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.
- 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*. Jurnala 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 Relegius yang diterapkan di SDTQ-T AN NAJAH Pondok Pesantren Cindai Alus Martapura*. Junal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah. Vol 4, No 1
- Karina Dewi A dan Moch Khoirul A (2018) *Pengaruh Religisitas Terhadap Kinerja Karyawan Muslim Pusat PT Pekrbunan Nusantara X1*. Jurnal Ekonomi Islam, Vol 1, No 2
- Marawansyah (2014) *Manajemen SDM*. ALFABETA : Bandung
- 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.
- Rina Setiawan dan Parmin (2019) *Pengaruh Religisitas, Proefsionalisme 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.
- Siswanto, Heru (2019) *Pentingnya Pengemabangan Budaya Religius di Sekolah.* Madina : Jurnal Studi Islam. Vol 6, No 1
- 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
- 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 Religisitasm Budaya Organisasi, Pengendalian Internal, Disiplin dan Intensif Terhadap Kinerja Karyawan BUMD Kabupaten Klaten.* Karya Ilmiah Universitas Islam Indonesia