

KONTRIBUSI KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP PRODUKTIVITAS PADA PEGAWAI MARKETING ASSOCIATE AGEN PROPERTI DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

Wenny Wulandari¹, Rian Abdi Setiawan², Wise Rahmawan³

Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia¹

Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia^{2,3}

wennywulandari5@gmail.com¹, ryannabdi@gmail.com², mr.wiserahmawan@gmail.com³

Abstract

Received : 21-11-2022

Accepted : 17-03-2023

Published : 25-04-2023

Keywords : emotional intelligence; marketing associate; productivity; property agents

Purpose: This study aims to find out how much emotional intelligence contributes to productivity in Marketing Associate property agents. **Methods:** This study uses a quantitative approach with 52 employees as subjects from Marketing Associates property agents in the South Jakarta area. The sampling technique used in this study was purposive sampling by considering subjects who had been Marketing Associates for at least one year in a property agent company. Data collection was carried out using a scale for measuring emotional intelligence and a scale for measuring productivity. Testing the hypothesis using a simple regression technique, with the results obtained in this study indicating that the proposed hypothesis is accepted, that is, there is a contribution between emotional intelligence on productivity. **Results:** Based on the results of the regression test, the R² value was 0.608 (60.8%). This means that the emotional intelligence variable has an influence of 60.8% on the productivity variable, while the remaining 39.2% is influenced by other factors not included in this study. **Conclusion:** Based on the results of calculating the empirical mean on the subject description data for the two variables, it is known that Marketing Associate employees of property agents in the South Jakarta area are in the category of high productivity and high emotional intelligence

Abstrak

Kata Kunci : kecerdasan emosional; asosiasi pemasaran; produktifitas; agen properti

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kecerdasan emosional terhadap produktivitas pada agen properti Marketing Associate. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 52 orang karyawan sebagai subyek dari Marketing Associates agen properti di wilayah Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan mempertimbangkan subjek yang telah menjadi Marketing Associate minimal satu tahun di sebuah perusahaan agen properti. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran kecerdasan emosional dan skala pengukuran produktivitas. Pengujian hipotesis menggunakan teknik regresi sederhana, dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima yaitu terdapat kontribusi antara kecerdasan emosional terhadap produktivitas. **Hasil:** Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai R² sebesar 0,608 (60,8%). Artinya variabel kecerdasan emosional memiliki pengaruh sebesar 60,8% terhadap variabel produktivitas, sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. **Kesimpulan:** Berdasarkan dari hasil perhitungan mean empirik pada data

deskripsi subjek terhadap kedua variabel, diketahui bahwa pegawai Marketing Associate agen properti di wilayah Jakarta Selatan berada pada kategori profiktivitas tinggi dan kecerdasan emosional yang juga tinggi.

Corresponding Author: Wise Rahmawan
E-mail: mr.wiserahmawan@gmail.com



PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan properti di Indonesia menjadi salah satu peluang yang baik bagi masyarakat disaat ini (Yudhira, 2021), dikarenakan perkembangan properti di Indonesia yang pesat seperti saat ini mulailah muncul berbagai macam agen properti, ada dari kalangan Perusahaan maupun independent yang bekerja tanpa embel-embel Perusahaan. Profesional dalam melaksanakan tugas sebagai seorang agen properti dari Perusahaan tersebut memang sebuah keharusan yang tidak bisa dihiraukan untuk mendukung dan mewujudkan visi misi maupun keuntungan bagi Perusahaan, karena keuntungan yang didapatkan oleh Perusahaan merupakan hasil kerja dari seorang agen properti dalam memasarkan produk yang dijualnya (Ginting & Yunita, 2021).

Broker properti atau agen properti dan bisa juga disebut Marketing Associate (Pandiangan & Martini, 2020) adalah seseorang yang menegosiasikan penjualan properti antara penjual dan pembeli dengan imbalan komisi, bertindak bagi kepentingan penjual dan pembeli dan bukan untuk dirinya sendiri. Seorang Marketing Associate menurut buku training (Angraini et al., 2023), harus memiliki kegigihan, kesabaran, pantang menyerah, dan motivasi yang besar. Pendapatan Marketing Associate berasal dari komisi yang mereka dapatkan dari setiap penjualan properti, begitu juga setiap kantor cabang agen properti mendapatkan keuntungan dari pendapatan setiap Marketing Associate. Oleh karena itu, seorang Marketing Associate agen properti dibutuhkan untuk selalu produktif dalam bekerja, karena semakin tinggi produktivitas dalam suatu Perusahaan dapat memberikan sumbangannya secara optimal untuk keuntungan Perusahaan tersebut, karena tinggi atau rendahnya produktivitas seorang Marketing Associate dilihat dari komisi yang didapat dari penjualan properti.

Produktivitas yaitu perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu (Hadiyanti & Setiawardani, 2017). Sedikit berbeda dengan hasil penelitian yang menyatakan produktivitas merupakan perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang dimiliki (Bimantoro & Ardiansah, 2019). Sementara itu ada menyatakan bahwa produktivitas kerja bagi karyawan yaitu kemampuan karyawan untuk menghasilkan sesuatu dari tugas dan pekerjaan yang dilaksanakan oleh karyawan sesuai dengan yang dibebankan oleh pihak manajemen (Faslah & Savitri, 2013). Berbeda dengan pendapat lain produktivitas dapat diukur melalui performance dari setiap situasi yang menggambarkan produktivitas, yaitu lebih memusatkan pada hasil akhir daripada kegiatan-kegiatan (proses) dan berpikir pada perbandingan dari kenyataan terhadap yang seharusnya (Muhammad, 2020). Untuk mengetahui hal apa saja yang meningkatkan produktivitas pekerja, dapat dilihat dari dua dimensi, yaitu dimensi individu dan dimensi keorganisasian. Dimensi individu melihat produktivitas dalam kaitannya dengan karakteristik-karakteristik kepribadian antara lain yaitu motivasi, pendidikan, disiplin kerja, keterampilan, dan sikap etika kerja individu yang muncul dalam bentuk sikap mental dan mengandung makna keinginan dan upaya individu yang selalu berusaha untuk

meningkatkan kualitas kehidupannya (Rismayadi, 2015). Sedangkan dimensi keorganisasian melihat produktivitas dalam kerangka hubungan teknis antara masukan dan keluaran (Alimuddin, 2012).

Menurut (Saparwadi & Sahrandi, 2021), kecerdasan emosi adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu, setiap keadaan mental yang hebat atau meluap-luap yang didasarkan pada pikiran yang sehat. Goleman juga menyatakan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan lebih yang dimiliki seorang dalam memotivasi diri, ketahanan dalam menghadapi kegagalan, mengendalikan emosi dan menunda kepuasan, serta mengatur jiwa. Dengan kecerdasan emosional tersebut seorang dapat menempatkan emosinya pada porsi yang tepat, memiliki kepuasan dan mengatur suasana hati. Sehingga menarik untuk diteliti dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kecerdasan emosional terhadap produktivitas pada Marketing Associate.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kecerdasan emosi memiliki pengaruh terhadap produktivitas. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh (Eq & Agus, 2007) menyatakan bahwa secara deskriptif rendahnya produktivitas kerja dipengaruhi oleh rendahnya tingkat kecerdasan emosi karyawan, dengan $R^2 = 0,962$ artinya 96,2% tinggi rendahnya produktivitas karyawan dipengaruhi kecerdasan emosional karyawan. Penelitian lain yang bertujuan untuk menguji hubungan antara kecerdasan emosional dengan produktivitas kerja bagian produksi PT. Ecoplast Asia dengan taraf signifikansi 5%, dimana terdapat hubungan yang signifikan antara kecerdasan emosional dengan produktivitas kerja karyawan bagian produksi PT. Ecoplast Asia (Milinia & Andy, 2023). Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Risma, 2012), dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari pelatihan kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan dengan mengontrol variabel intelegensi, self efficacy dan komunikasi interpersonal. Hal ini dapat diketahui dari hasil koefisien determinan sebesar (R^2)=0,428 menunjukkan bahwa sumbangan efektif kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan adalah sebesar 42,8%, yang dapat diartikan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh kecerdasan emosional, yang berarti bahwa 57,2% kinerja dipengaruhi oleh faktor lain. Akan tetapi hasil tersebut juga dipengaruhi oleh ketiga kovariabel yaitu intelegensi, self efficacy, dan komunikasi interpersonal.

Mengingat bahwa Perusahaan agen properti bergantung pada hasil penjualan unit, dimana berarti jabatan Marketing Associate memiliki peranan penting yang terkait dengan produktivitas Perusahaan (Saleh & Miah Said, 2019). Maka dapat diasumsikan jika pegawai memiliki kecerdasan emosi yang rendah tidak dapat mengontrol dirinya dengan baik, maka akan sangat mudah menyerah ketika menghadapi kegagalan dan terasa sulit untuk meraih keberhasilan atau mencapai target yang diberikan oleh Perusahaan. Sehingga semakin rendah kecerdasan emosi individu maka produktivitasnya tidak optimal atau rendah, sebaliknya semakin tinggi kecerdasan emosi individu, maka semakin tinggi atau optimal produktivitasnya, hal ini yang membuat peneliti ingin meneliti lebih lanjut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi antara kecerdasan emosional terhadap produktivitas pada pegawai Marketing Associate agen properti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian Explanatory Survey yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti. Alasan menggunakan metode penelitian Explanatory Survey ialah untuk menguji hipotesis

yang diajukan, agar dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis. Adapun variabel bebas adalah kecerdasan emosional dan produktivitas sebagai variabel terikat.

Sampel dari penelitian ini ditentukan dengan purposive sampling berdasarkan masa kerja yaitu minimal satu tahun di Perusahaan agen properti dengan jumlah sebanyak 52 orang. Teknik analisis dilakukan menggunakan perhitungan uji regresi sederhana antara variabel kecerdasan emosional dan produktivitas. Sebelum dilakukan uji regresi dilakukan juga uji korelasi pada uji hipotesis, telah dilakukan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas serta uji linieritas.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner kepada 52 pegawai pegawai Marketing Associate agen properti di wilayah Jakarta Selatan. Alat ukur produktivitas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 55 butir aitem pernyataan dan disusun berdasarkan ciri-ciri pegawai yang produktif menurut Ranfte (dalam Timpe, 2000) yaitu, lebih dari memenuhi kualifikasi pekerjaan, bermotivasi tinggi, mempunyai orientasi pekerjaan positif, dewasa, memperlihatkan kinerja yang konsisten, dapat bergaul dengan efektif. Hasil reliabilitas indeks Cronbach's Alpha sebesar 0,945. Selanjutnya alat ukur kecerdasan emosi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 28 butir aitem, pernyataan disusun berdasarkan lima aspek dalam kecerdasan emosi dari Goleman (2007) yang meliputi mengenali emosi diri, mengelola emosi, memotivasi diri sendiri, mengenali emosi orang lain, membina hubungan dengan orang lain. Adapun hasil reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,922.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Subjek Penelitian

Berikut tabel deskripsi subjek penelitian terhadap kedua variabel:

Tabel 1. Deskripsi Subjek Penelitian terhadap Variabel

Karakteristik	Data Responden	N	Mean Empirik				
			%	Produktivitas	Kategori	Kecerdasan Emosional	Kategori
Jenis Kelamin	Pria	19	36,53%	214,95	Tinggi	106,84	Tinggi
	Wanita	3	63,46%	224,06	Tinggi	111,64	Tinggi
Usia	22 - 36 tahun	11	21,15%	223,73	Tinggi	110,36	Tinggi
	37 - 44 tahun	13	25%	218,31	Tinggi	110,23	Tinggi
	45 - 50 tahun	15	28,84%	221	Tinggi	110,13	Tinggi
	51 - 59 tahun	13	25%	220,31	Tinggi	108,85	Tinggi
Masa Kerja	1 - 5 tahun	27	51,92%	222,78	Tinggi	112,56	Tinggi
	6 - 9 tahun	18	34,61%	215,78	Tinggi	106,22	Tinggi
	>10 tahun	7	13,46%	225,57	Tinggi	109	Tinggi
Pendidikan	SMA	2	0,38%	214	Tinggi	100	Tinggi
	D1	1	0,19%	217	Tinggi	113	Tinggi
	D3	10	19,23%	211,20	Tinggi	108,20	Tinggi
	S1	39	75%	223,62	Tinggi	110,74	Tinggi

Berdasarkan dari hasil perhitungan *mean empirik* pada data deskripsi subjek terhadap kedua variabel, diketahui bahwa pegawai *Marketing Associate* agen properti di wilayah Jakarta Selatan berada pada kategori profiktivitas tinggi dan kecerdasan emosional yang juga tinggi.

Uji Asumsi

Dalam melakukan uji asumsi terdapat dua tahap yakni uji normalitas dan uji linieritas.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov Test*. Berdasarkan pengujian normalitas pada skala produktivitas diperoleh hasil nilai p (signifikansi) yaitu sebesar 0,040 ($p < 0,05$), hal ini dapat dikatakan bahwa distribusi skala produktivitas berdistribusi tidak normal. Kemudian pada skala kecerdasan emosi diperoleh hasil nilai p (signifikansi) yaitu sebesar 0,152 ($p > 0,05$), hal ini dapat dikatakan bahwa distribusi skala kecerdasan emosi berdistribusi normal.

Selanjutnya yaitu uji linieritas, uji linieritas dalam penelitian ini menghasilkan nilai *Sig. Deviation from Linierity* sebesar 0,000 ($P < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara produktivitas dengan kecerdasan emosional.

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi dan regresi dengan melihat hasil nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,050$), maka hipotesis diterima. Pada penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah adanya kontribusi antara produktivitas terhadap kecerdasan emosi pada pegawai *Marketing Associate* agen properti di wilayah Jakarta Selatan. Semakin tinggi kecerdasan emosi maka semakin tinggi produktivitas. Pada pengujian korelasi didapati bahwa hipotesis diterima, yaitu ada hubungan yang sangat signifikan antara kecerdasan emosional dengan produktivitas pada pegawai *Marketing Associate* agen properti di wilayah Jakarta Selatan, hal ini berdasarkan dari analisa data yang dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson (2-tailed) dengan nilai korelasi sebesar 0,779 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menggunakan perhitungan uji regresi sederhana antara variabel kecerdasan emosional dan produktivitas diperoleh nilai R sebesar 0,779 yang menunjukkan arah hubungan positif, nilai R juga menyatakan bahwa kedua variabel memiliki keeratan lemah dengan skor 0,779. Berdasarkan hasil uji regresi juga diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,608 (60,8%). Hal ini berarti bahwa variabel kecerdasan emosi memiliki pengaruh sebesar 60,8% terhadap variabel produktivitas, sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada dan seberapa besar kontribusi kecerdasan emosional terhadap produktivitas pada pegawai *Marketing Associate* agen properti di wilayah Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya ada hubungan antara kecerdasan emosional dengan produktivitas serta berdasarkan hasil uji regresi juga diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,608 (60,8%). Hal ini berarti bahwa kontribusi kecerdasan emosi terhadap produktivitas sebesar 60,8%.

Berdasarkan hasil mean empirik kedua variabel dapat dijelaskan bahwa kecerdasan emosi lebih rendah dibanding dengan produktivitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Marketing Associate* yang memiliki kecerdasan emosi yang tinggi akan berpengaruh pada produktivitasnya yang ikut tinggi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Pasaribu & Tufty, 2021) yang menyatakan bahwa secara deskriptif rendahnya produktivitas kerja dipengaruhi oleh rendahnya tingkat kecerdasan emosi karyawan. Dalam

penelitian lain yang dilakukan oleh Nasrullah (2017), juga didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara antara kecerdasan emosional dengan produktivitas ke arah korelasi yang positif, yang mana pegawai yang memiliki kecerdasan emosi yang tinggi akan berpengaruh pada produktivitasnya yang ikut tinggi, begitu pun sebaliknya.

Pada penelitian ini telah didapatkan sampel yang berjenis kelamin pria berjumlah 19 orang sedangkan berjenis kelamin wanita berjumlah 33 orang. Pada hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa wanita memiliki mean produktivitas dan kecerdasan emosi yang tinggi dibandingkan pria. Teori segmentasi pasar tenaga kerja mengatakan bahwa laki-laki pada usia prima terkonsentrasi dalam pekerjaan berupah tinggi, stabil dan dengan latihan, promosi dan prospek karir lebih baik dan disebut sebagai *primary jobs* (Della Putri & Fakhrudin, 2016). Sedangkan *secondary jobs* tidak menjanjikan jaminan akan kestabilan bekerja, kompensasi rendah, tanpa prospek untuk berkembang dimasa depan, dan pada umumnya perempuan berada pada segmen ini.

Deskripsi subjek berdasarkan usia terbagi menjadi 4 kelompok sampel berjumlah 52 orang yang merupakan Marketing Associate, dengan rentang usia berkisar 22 tahun sampai 59 tahun. Dari 52 subjek rentang usia 22 tahun sampai 36 tahun ada 11 orang, lalu usia 37 tahun sampai 44 tahun ada 13 orang, pada usia 45 tahun sampai 50 tahun ada 15 orang, sedangkan untuk usia 51 tahun sampai 59 tahun ada 13 orang. Pada hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa subjek dengan rentang usia 22 hingga 36 tahun memiliki mean produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan usia di atasnya yaitu sebesar 223,73. Hal ini dapat disimpulkan bahwa usia 22 hingga 36 memiliki produktivitas yang baik. Faktor usia yang dimiliki pekerja sangat berpengaruh sekali dalam menjalankan aktivitas kerjanya, sebagai contoh hal ini bisa kita ketahui pada jenis golongan pelopor dan penerimaan akhir (Adha et al., 2019). Golongan pelopor usianya antara 25-40 tahun. Golongan pelopor antara lain cirinya adalah berpikiran maju, pandai, pengetahuan luas, usahanya rata-rata maju, penghasilan tinggi, kaya dan memiliki produktivitas yang tinggi. Sifat keistimewaan adalah selalu ingin tahu saja dan aktif mencari keterangan kemana-mana. Tetapi mereka kurang memperdulikan orang-orang disekitarnya, tidak aktif menyebar luaskan pengetahuan dan pengalamannya. Adapun pekerja yang umurnya sudah agak tua antara umur 45 tahun keatas dan 50 tahun keatas biasanya cenderung statis. Kelompok ini dimasukkan pada golongan penerimaan akhir dan golongan penolak, golongan penerimaan akhir cirinya adalah keadaannya kurang mampu, sifatnya kurang giat untuk hal-hal baru.

Pada penelitian ini, deskripsi subjek berdasarkan lama bekerja 1 - 5 tahun berjumlah 27 orang, 6-9 tahun berjumlah 18 orang, sedangkan > 10 tahun berjumlah 7 orang. Berdasarkan lama bekerja pada kelompok > 10 tahun memiliki mean produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang lainnya yaitu sebesar 225,57. Simanjuntak dalam Susilawati (2018) menyatakan bahwa orang yang baru mulai bekerja kurang berpengalaman dan biasanya memiliki produktivitas yang rendah pula. Sedangkan menurut istilah umum ketenagakerjaan, pengalaman kerja adalah pengetahuan atau kemampuan karyawan yang terserap oleh seorang pekerja karena melakukan pekerjaan dalam kurun waktu tertentu. Hal ini juga diperkuat oleh Chipain (2013) yang menyatakan bahwa kecerdasan emosi seorang karyawan akan dipengaruhi oleh lama kerja yang dapat mempengaruhi kinerja. Kemudian menurut Brooks (2014) menyatakan pengalaman kerja adalah salah satu upaya yang membuat pemasaran, penjualan dan pelayanan dapat diintegrasikan dengan kemampuan kecerdasan emosi untuk mengoptimalkan keterampilan membina hubungan dengan individu lain, oleh sebab itu diharapkan *Marketing Associate* memiliki kecerdasan emosi yang baik.

Berdasarkan deskripsi subjek selanjutnya yaitu berdasarkan pendidikan, penelitian ini telah didapatkan sampel dengan pendidikan terakhir pendidikan SMA ada 2 orang, D1 ada 1 orang, D3 ada 10 orang, S1 ada 39 orang. Dari hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa karyawan S1 memiliki mean produktivitas lebih tinggi yaitu sebesar 70,20. Menurut Sedarmayanti (2009), pendidikan dalam berbagai programnya mempunyai peranan penting dalam proses memperoleh dan meningkatkan kualitas kemampuan profesional individu. Melalui pendidikan, seseorang dipersiapkan untuk memiliki bekal agar siap tahu, mengenal dan mengembangkan metode berpikir secara sistematis agar dapat memecahkan masalah yang akan dihadapi dalam kehidupan kemudian hari. Pendidikan yang lebih tinggi mengakibatkan produktivitas kerja yang lebih tinggi dan oleh sebab itu memungkinkan penghasilan yang lebih tinggi juga Simanjuntak (dalam Susilowati, 2018). Tingkat pendidikan ternyata berdampak positif pada tingkat pendapatan. Dengan peningkatan pendapatan yang cukup tinggi berdampak juga pada tingkat kesejahteraan yang akan diterima para tenaga pekerja.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas, diketahui bahwa pegawai *Marketing Associate* agen properti di wilayah Jakarta Selatan memiliki kecerdasan emosi yang baik sehingga produktivitas Perusahaan juga akan mendapatkan hasil yang tinggi. Dengan memiliki kecerdasan emosi yang baik, akan mampu memberikan keuntungan yang besar bagi Perusahaan, hal tersebut dikarenakan pegawai mampu mengenali dan mengelola emosi diri sendiri dan orang lain, dapat memotivasi diri, serta terciptanya hubungan yang baik (Goleman, 2017). Sebagai pegawai yang bekerja untuk kepentingan Perusahaan, maka sebaiknya pegawai mampu meningkatkan kecerdasan emosinya dengan berbagai cara agar memberikan keuntungan bagi Perusahaan dilihat dari segi produktivitasnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan diterima, artinya ada kontribusi antara produktivitas terhadap kecerdasan emosi pada pegawai Marketing Associate agen properti di wilayah Jakarta Selatan. Semakin tinggi kecerdasan emosi maka semakin tinggi produktivitas, sebaliknya jika kecerdasan emosi rendah maka semakin rendah juga tingkat produktivitas. Berdasarkan hasil uji regresi juga diperoleh nilai R Square sebesar 0,608 (60,8%). Hal ini berarti bahwa kontribusi kecerdasan emosi terhadap produktivitas sebesar 60,8%, sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan dari hasil perhitungan mean empirik pada data deskripsi subjek terhadap kedua variabel, diketahui bahwa pegawai Marketing Associate agen properti di wilayah Jakarta Selatan berada pada kategori produktivitas tinggi dan kecerdasan emosional yang juga tinggi.

BIBLIOGRAFI

- Adha, R. N., Qomariah, N., & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh motivasi kerja, lingkungan kerja, budaya kerja terhadap kinerja karyawan dinas sosial kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(1), 47–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ipteks.v4i1.2109>
- Angraini, E., Badrul Anwar, S. E., Kom, S., Kom, M., Rama, A., Ganefri, P. D., & Yulastri, A. (2023). *Entrepreneur Of Pastry Art*. uwais inspirasi indonesia.
- Bimantoro, N. K., & Ardiansah, M. N. (2019). Analisis pengaruh capital adequacy ratio (car), return on asset (roa), non performing financing (npf), dan financing to deposit ratio

- (fdr) terhadap pertumbuhan laba pada bank umum syariah di indonesia periode 2013-2017. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 16–35.
- Della Putri, C., & Fakhrudin, F. (2016). Ketidaksetaraan Gender Dan Kemiskinan Wilayah Aceh: Studi Komparasi Wilayah Kota Di Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 400–408.
- Eq, Z. M., & Agus, R. (2007). Pengaruh Kecerdasan Emosi Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada Fungsi Operasi dan Penunjang PT. Pertamina (Persero) Unit Pengolahan Balongan Indramayu. *Sinergi: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/js.v9i2.58>
- Faslah, R., & Savitri, M. T. (2013). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Pt. Kabelindo Murni, Tbk. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 1(2), 40–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JPEB.001.2.3>
- Ginting, S., & Yunita, Y. (2021). Kekuatan Hukum Perjanjian Agen Pemasaran Properti Dalam Bentuk Eksklusif Listing. *Law Pro Justitia*, 6(2), 36–61.
- Hadiyanti, R., & Setiawardani, M. (2017). Pengaruh pelaksanaan program keselamatan dan kesehatan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(3), 12–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/jrbi.v3i3.941>
- Milinia, P. H., & Andy, A. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja, Kecerdasan Emosional, dan Motivasi terhadap Produktivitas kerja karyawan PT. Victory Chingluh Indonesia. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 460–467.
- Muhammad, A. H. (2020). *Pengaruh Iklim Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Melalui Etos Kerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Barru*. ITB Nobel Indonesia.
- Pandiangan, P., & Martini, I. A. O. (2020). Digital Marketing Strategy of Property Agents in The New Normal Era. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31251>
- Pasaribu, F., & Tufty, Z. (2021). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerfja Terhadap Kinerja Guru Sma Negeri 15 Medan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 258–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.53695/ja.v2i2.166>
- Risma, D. (2012). Pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan: Penelitian eksperimen. *Jurnal Educhild: Pendidikan Dan Sosial*, 1(1), 86–97. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33578/jpsbe.v1i1.1628>
- Rismayadi, B. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Karyawan (Studi Kasus pada CV Mitra Bersama Lestari Tahun 2014). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36805/manajemen.v1i1.53>
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Saparwadi, S., & Sahrandi, A. (2021). Mengenal Konsep Daniel Goleman Dan Pemikirannya

Dalam Kecerdasan Emosi. *Al Musyrif: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 4(1), 17–36.

Yudhira, A. (2021). Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Value*, 1(2), 13–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.36490/value.v2i1.118>