

Pengaruh Artificial Intelligence (AI) dan Robotics Awareness pada Niat Keinginan Berpindah yang Dimoderasi oleh Dukungan Organisasi yang Dirasakan (POS) dan Iklim Psikologis Kompetitif

The Effect of Artificial Intelligence (AI) and Robotics Awareness Its Impact on Turnover Intention the Moderating Roles of Perceived Organizational Support (POS) and Competitive Psychological Climate

Nurrohmatillah dan Yeni Fajariyanti

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret
nurr.rohmattillah@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of artificial intelligence (AI) and robotics awareness its impact on turnover intention the moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate. Specifically this research limits studies in employees of Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Data in the study were collected through questionnaires distributed to respondents. The number of samples in this study is 115. Sampling technique used is purposive sampling. Method used in this study is Structural Equation Model (SEM). The test carried out include test data instruments including validity and reliability test. The test equipment used is AMOS. The results of this study indicate that the artificial intelligence (AI) and robotics awareness, and competitive psychological climate have a positive effect on turnover intention. Perceived organizational support have a negative effect on turnover intention. This study has a limitation that is object of obsevation that only on Hotel Hyatt Regency Yogyakarta so that the study generalization is very limited. Future studies are is expected to establish different and broader observation objects so that they can be generalized on other phenomena and can be compared to research result.

Keyword: *artificial intelligence (ai) and robotics awareness, turnover intention, perceived organizational support, competitive psychological climate*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini dipicu oleh munculnya mesin yang didukung oleh *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* sangat memengaruhi industri perhotelan, dan efek penggantinya pada tenaga kerja manusia telah menjadi topik yang sangat diperdebatkan. Meskipun demikian, bukti empiris dalam bentuk studi empiris yang diterbitkan belum muncul di jurnal akademik yang menyajikan bukti kuat yang membahas apa yang menjadi kesadaran karyawan perhotelan pada dampak potensial yang mungkin terkait dengan *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* yang secara khusus diterapkan dalam konteks niat keinginan berpindah mereka dan prospek pekerjaan di masa depan. *Artificial intelligence* (AI) lebih sering muncul di berbagai pengaturan perhotelan secara global. Sistem otomatisasi layanan sekarang menampilkan robot yang digunakan oleh manajemen hotel menggunakan *artificial intelligence* (AI) agar proses lebih efisien dan mempercepat tugas yang biasanya dilakukan oleh *receptionist*, pendaftaran tamu (*check-in/out*), layanan kamar, *bartending*, *chatbots*, dan bantuan suara virtual (Ivanov dan Webster, 2017; Kuo et al., 2017; Tung dan Law, 2017). Pada prinsipnya, *artificial intelligence* (AI) adalah teknologi yang membuat sistem komputer mampu belajar, berfikir, dan bertindak layaknya manusia.

Munculnya jenis teknologi canggih ini di lingkungan yang terus berkembang telah memungkinkan pelaku bisnis perhotelan untuk saat ini menggunakan solusi *artificial intelligence* (AI) dan otomatisasi untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal dan berkesan bagi tamu inap serta menurunkan biaya tenaga kerja karyawan. Namun, dampak potensial yang mungkin ditimbulkan oleh pengenalan sistem perhotelan dengan menggunakan *artificial intelligence* (AI) pada hubungan kerja yang terkait dengan peningkatan produktivitas dan pengurangan biaya yang dikaitkan dengan penggantian tenaga kerja manusia telah tinggalkan. Pengenalan *artificial intelligence* (AI) di tempat kerja dapat secara tidak sengaja menyebabkan kerusakan psikologis pada karyawan dan perasaan emosional mereka terkait dengan rasa memiliki dan dedikasi di tempat kerja. Sikap negatif di tempat kerja ini dapat memotivasi karyawan untuk merenungkan dan membuat pilihan karier alternatif. Perkembangan teknologi terkait *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* akan memiliki dampak signifikan pada profil pekerjaan di tempat kerja, jam kerja, hubungan karyawan dengan rekan kerja dan manajer. Bisnis lebih cenderung mengadopsi teknologi baru yang melibatkan *artificial intelligence* (AI) karena selain faktor penghematan upah, *artificial intelligence* (AI) juga bisa meminimalisasi apa yang biasa disebut dengan istilah *human error*. Namun, tetap saja peran manusia akan dibutuhkan juga untuk mengendalikan sistem kerja *artificial intelligence* (AI) selain itu ada beberapa faktor lain yang membuat *artificial intelligence* (AI) tidak bisa menggantikan peran manusia karena mesin *artificial intelligence* (AI) tidak mempunyai kemampuan moral, etika, kesadaran dan *humanisme*.

Mayoritas pekerjaan yang membutuhkan interaksi langsung dengan manusia diperkirakan tingkat keluar dari pekerjaannya sangat rendah dikarenakan mengingat proporsi keterampilan yang relatif tinggi untuk posisi-posisi ini yang sangat sulit untuk diotomatisasi. Manajemen perusahaan harus meminimalkan potensi ancaman tersebut di tempat kerja yang ditimbulkan oleh *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* melalui pembentukan atmosfer dengan sistem internal yang memiliki komunikasi internal sangat baik dan interaksi yang lancar antara manajer dan karyawan dengan cara pelatihan berkelanjutan. Karyawan diketahui sangat merespon dukungan organisasi dengan tingkat komitmen organisasi dan keterikatan psikologis, kewajiban, serta loyalitas yang tinggi. Sehingga, hubungan antara *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* serta niat keinginan berpindah dapat dilemahkan oleh persepsi karyawan mengenai sejauh mana organisasi peduli dengan tujuan profesional yang berkembang dan manfaat di tempat kerja. Dengan demikian, dukungan organisasi yang dirasakan (POS) menjadi alasan yang tepat untuk mempertimbangkan pada karyawan untuk tetap bekerja di perusahaan. Sehingga dukungan organisasi yang dirasakan dapat dianggap sebagai moderator potensial dari hubungan antara *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* serta niat keinginan berpindah mereka sehingga hubungan tersebut akan melemah ketika semua individu tersebut merasakan tingkat dukungan organisasi yang lebih tinggi.

Seiring perkembangan teknologi yang terus menjadi lebih maju, *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* akan menjadi lebih terjangkau, lebih cepat, dan jauh lebih handal daripada manusia. Tingkat keterampilan mesin yang tinggi, pada bisnis saat ini akan menghemat sumber daya keuangan di sebagian besar bidang dengan menggunakan *artificial intelligence* (AI) daripada menggunakan karyawan manusia untuk melakukan banyak tugas (Smith dan Anderson, 2014). Di bawah lingkungan kerja yang kompetitif ini, penggunaan *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* akan

menyebabkan karyawan saling bersaing untuk mendapatkan penghargaan, bonus, dan promosi (Schrock et al., 2016). Penelitian sebelumnya telah menyarankan bahwa karyawan cenderung berhenti dari pekerjaan ketika mereka mengalami stres di bawah kondisi kompetitif (Gim et al., 2015). Hubungan antara *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah jelas diperkuat di mana terdapat persepsi iklim psikologis yang sangat kompetitif. Perilaku karyawan dalam suatu organisasi dapat dipengaruhi berbagai faktor yang salah satunya adalah keadaan lingkungan kerjanya. Dalam kesehariannya organisasi menciptakan iklim yang berubah-ubah, sehingga membuat perilaku karyawan dalam organisasi tersebut menjadi dinamis. Dengan keadaan lingkungan seperti itu dimaknai oleh pegawai yang nantinya akan meningkatkan produktivitasnya dalam bekerja. Iklim psikologis kompetitif juga mencakup beberapa dimensi yang dalam pekerjaannya dan beberapa karakteristik yaitu peran, grup kerja, subsistem serta organisasi dan kepemimpinan. Yang berarti iklim psikologis kompetitif yang baik nantinya akan memberikan kontribusi baik untuk segala aspek kinerja dalam perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu diharapkan bahwa dalam peraturan hotel, persepsi iklim psikologis yang sangat kompetitif akan memoderasi hubungan antara *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* dan niat karyawan untuk berpindah. Diharapkan persepsi iklim psikologis yang sangat kompetitif akan memperkuat dampak positif yang dimiliki *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat karyawan untuk berpindah.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pengaruh *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah yang dimoderasi oleh dukungan organisasi yang dirasakan (POS) dan iklim psikologis kompetitif pada Hotel Hyatt Regency Yogyakarta yang merupakan salah satu hotel bintang lima di Yogyakarta. Selama beberapa tahun, berbagai inovasi teknologi semakin jauh masuk ke dalam lingkup industri perhotelan, menawarkan efisiensi dan informasi dalam waktu singkat. Hal tersebut meliputi kemampuan untuk mengintegrasikan *artificial intelligence* (AI) dalam operasional sehari-hari serta proses pengambilan keputusan.

LANDASAN TEORI

Hubungan antara *Artificial Intelligence* (AI) dan *Robotics Awareness* pada Niat Keinginan Berpindah

Penelitian yang dilakukan oleh Chui, Manyika, dan Miremadi (2015), menemukan bahwa ketika dunia menjadi lebih berbasis teknologi, *artificial intelligence* (AI) dan robotika dapat secara langsung menggantikan 45% aktivitas kerja yang sebelumnya dilakukan oleh karyawan AS. Akhirnya, penelitian yang dilakukan oleh Acemoglu dan Restrepo (2017) mendokumentasikan bahwa robot industri ekstra per 1000 pekerja AS dapat mengurangi rasio pekerjaan pada populasi sebesar 0,18- 0,34 poin persentase. Chui et al. (2015) berpendapat bahwa hal itu dapat mengarah pada tingkat niat keinginan berpindah yang berpotensi tinggi di berbagai pekerjaan dan industri jika perusahaan terus mengambil keuntungan dari *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* di tempat kerja. Dengan demikian, jika teknologi canggih membuat karyawan merasa tidak aman atau cukup stres tentang prospek masa depan dan kepedulian mereka dalam pekerjaan mereka, maka karyawan lebih mungkin mempertimbangkan untuk mengundurkan diri dari posisi mereka saat ini dengan atasan mereka. Berdasarkan literatur sebelumnya, mengarah pada hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* karyawan hotel memiliki efek positif yang signifikan pada niat keinginan berpindah.

Hubungan antara *Artificial Intelligence* (AI) dan *Robotics Awareness* pada Niat Keinginan Berpindah Dimoderasi oleh Dukungan Organisasi yang Dirasakan (POS)

Dukungan organisasi yang dirasakan (POS) berfokus pada insentif dan dukungan kuat yang diberikan oleh organisasi untuk memotivasi karyawan di semua tingkatan untuk mengembangkan pola pikir yang lebih produktif dan menciptakan lingkungan kerja yang unggul (Chiang dan Hsieh, 2012). Teknologi modern adalah salah satu penekan di lingkungan kerja, dikaitkan dengan menghasilkan hasil yang berhubungan dengan pekerjaan yang sangat negatif terkait dengan kerusakan hubungan kerja, menyebabkan tingkat ketidakamanan kerja yang tinggi, dan menciptakan ambiguitas tentang pengembangan karier masa depan (Brougham dan Haar, 2017). Ketika karyawan merasa terancam ketika keahlian mereka terkikis oleh kemajuan yang terus berkembang dalam teknologi di tempat kerja, mereka cenderung mengalami tingkat kecemasan, kesedihan, dan frustrasi yang tinggi.

Dukungan organisasi menjamin karyawan bahwa perusahaan ada di belakang mereka karena mereka menangani situasi yang penuh tekanan dan melaksanakan pekerjaan mereka (Chiang dan Hsieh, 2012). Dengan demikian, memberi karyawan lingkungan kerja yang mendukung, beban kerja yang dapat dikelola, dan peningkatan otonomi, dukungan organisasi yang dirasakan (POS) dapat membantu mengantisipasi dan mengurangi hasil negatif dari aplikasi *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* di tempat kerja dengan meningkatkan kesejahteraan keseluruhan karyawan mereka dan meningkatkan level keseluruhan mereka.

Dengan demikian, pengaruh *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah mereka dimoderasi oleh dukungan organisasi yang dirasakan (POS) sedemikian rupa sehingga hubungan tersebut dilemahkan oleh tingkat dukungan organisasi yang dirasakan (POS) yang lebih tinggi. Dari paparan di atas didapatkan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Dukungan organisasi yang dirasakan (POS) memengaruhi hubungan antara *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah. Artinya, hubungan melemah ketika karyawan hotel merasakan tingkat tinggi dukungan organisasi.

Hubungan antara *Artificial Intelligence* (AI) dan *Robotics Awareness* pada Niat Keinginan Berpindah Dimoderasi oleh Iklim Psikologis Kompetitif

Peran iklim psikologis kompetitif mencerminkan sejauh mana karyawan mempersepsikan kinerja pekerjaan mereka, dan tergantung pada kedudukan relatif mereka di antara rekan-rekan mereka (Brown et al., 1998). *Artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* dapat memacu upaya peningkatan berkelanjutan karyawan, menggunakan kinerja mesin sebagai tolok ukur yang menginspirasi, namun *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* juga dapat menyebabkan lingkungan yang penuh tekanan karena daya saing tempat kerja dapat membagi rekan kerja dengan menimbun informasi dan tidak berbagi pengetahuan atau keahlian satu sama lain yang

mengakibatkan rusaknya di tempat kerja.

Dengan demikian, karyawan yang bekerja di iklim psikologis kompetitif tingkat tinggi kemungkinan besar akan berhenti dari pekerjaan mereka karena tekanan internal yang meningkat dari rekan-rekan yang kompetitif dan ambang harapan yang lebih tinggi dari manajer tingkat yang lebih tinggi (Gim et al., 2015). Dari paparan di atas didapatkan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Iklim psikologis kompetitif memengaruhi hubungan antara *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah. Khususnya, hubungan diperkuat ketika karyawan hotel merasakan tingkat iklim psikologis kompetitif yang tinggi.

METODE PENELITIAN

Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan tujuan studi deskriptif dan pengujian hipotesis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah yang dimoderasi oleh dukungan organisasi yang dirasakan (POS) dan iklim psikologis kompetitif. Unit analisis merupakan tingkat data yang dikumpulkan selama menganalisis data dan pada penelitian ini unit analisis yang digunakan adalah individu karena data yang diteliti merupakan respon tiap karyawan sebagai sumber data individual. Dengan menggunakan skor pada skala Likert tujuh poin, di mana jawaban satu menunjukkan pada skala sangat tidak setuju dan pada poin tujuh menunjukkan skala yang sangat setuju.

Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Pada pengambilan sampel ini menggunakan metode *purposive sampling* yang responden dalam penelitian ini adalah beberapa departemen yang ada di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta yang tiap pekerjaannya menyangkut dengan *artificial intelligence* (AI) seperti *front office*, *F&B service*, departemen SDM, departemen pemasaran dan departemen keuangan. Kriteria tersebut ditentukan agar responden dapat menjawab setiap item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Pada penelitian ini digunakan metode *non probability sampling* yang merupakan tidak memberikan peluang yang sama pada populasi yang ingin dijadikan sampel, dengan cara pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive* (pengambilan sampel bertujuan).

Definisi Operasional

Artificial Intelligence (AI) dan *Robotics Awareness* menurut (Rich and Knight, 1991) merupakan sebuah studi tentang bagaimana membuat komputer melakukan hal-hal yang pada saat ini dapat dilakukan lebih baik oleh manusia. Empat *item* diambil dan dimodifikasi dari studi (Brougham dan Haar, 2017). *Item* sampel termasuk: "Saya rasa pekerjaan saya memiliki risiko yang cukup tinggi pada otomatisasi dan akan digantikan oleh mesin dengan *artificial intelligence* (AI)" dan "Saya cukup pesimis dengan masa depan saya di hotel ini karena karyawan mungkin digantikan oleh *artificial intelligence* (AI)".

Niat keinginan berpindah menurut (Tett and Mayer, 1993) mendefinisikan intensi keinginan berpindah sebagai karyawan secara sadar memiliki keinginan untuk meninggalkan tempat mereka bekerja. Skala lima *item* yang dikembangkan oleh (Wayne,

Shore, dan Liden, 1997). Misalnya, responden ditanya apakah mereka setuju bahwa "Saya pikir mungkin sudah waktunya untuk mempertimbangkan secara serius untuk berhenti dari pekerjaan saat ini", atau sebaliknya, "Saya tidak akan meninggalkan posisi saya saat ini".

Dukungan organisasi yang dirasakan (POS) adalah tingkat di mana karyawan yakin organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli dengan kesejahteraan mereka. Delapan *item* diadaptasi dari penelitian sebelumnya (Eisenberger et al., 1986) dan dimodifikasi agar sesuai dengan konteks hotel. *Item* sampel termasuk: "Hotel kami peduli dengan suara karyawan", "Hotel kami peduli pada kesejahteraan karyawan", dan "Saya bisa mendapatkan bantuan segera apabila saya membutuhkannya".

Iklm psikologis adalah rasa aman dan berarti yang dapat memengaruhi usaha dalam bekerja dan keterlibatan kerja. (Brown dan Leigh, 1996) Empat *item* skala diambil dari (Fletcher, Major, dan Davis, 2008). Contoh pertanyaan termasuk "Hadiah yang saya terima tergantung pada kinerja saya yang dibandingkan dengan rekan saya" dan "Semua orang ingin diakui sebagai pemain top di hotel ini"

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada analisis ini dapat digunakan untuk menganalisis profil dari tiap responden dan tanggapan responden di setiap *item* pertanyaan yang mengkaji mengenai *artificial intelligence (AI)* dan *robotics awareness*, niat keinginan berpindah, dukungan organisasi yang dirasakan (POS), dan iklim psikologis kompetitif. Pada penelitian ini akan menggunakan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* memakai *software AMOS*. Validitas suatu indikator dapat dinyatakan valid, jika *critical ratio* dari *regression weight* yang menunjukkan nilai di atas 2,0 dengan $p < 0,05$. *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* harus dipenuhi, dikarenakan salah satu syarat agar bisa menganalisis model dengan *Structural Equation Modelling (SEM)*. Untuk menguji reliabilitas digunakan *construct reliability*, nilai dapat dikatakan reliabilitas apabila nilainya $> 0,70$. Sedangkan reliabilitas 0,6 - 0,7 masih dapat diterima.

Goodness of Fit dan Uji Hipotesis

Pada evaluasi kesesuaian model melalui telaah pada syarat *Goodness of Fit*, sebagai berikut: 1) *Chi-square Statistic*, nilai yang rendah dan tidak signifikanlah yang diharapkan agar hipotesis nol sulit untuk ditolak dan dasar penerimaannya adalah probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p \geq 0,05$ dan $p \geq 0,10$. 2) *Probability (p)*, nilai yang bisa diterima yaitu $p \geq 0,05$. 3) *Goodness of Fit Index (GFI)*, indeks ini menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi terestimasi GFI, yaitu sebuah ukuran *non statistical* yang mempunyai rentang nilai antara 0 - 1,0. Nilai yang tinggi ($> 0,9$) merupakan "better fit". 4) *Normed Fit Index (NFI)*, nilai pada NFI berkisaran antara 0 - 1 dan tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $NFI > 0,90$. 5) *Comparative Fit Index (CFI)*, rentang nilai indeks ini antara 0 - 1, di mana semakin mendekati 1 mengidentifikasi tingkat fit paling tinggi dan nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,95$. 6) *Tucker Lewis Index (TLI)*, nilai yang direkomendasikan diterimanya sebuah model $\geq 0,95$. 7) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*, nilai indeks yang dapat diterima model pada RMSEA adalah 0,08 yang mencerminkan sebuah *close fit model* itu berbasis *degrees of freedom*. Pengujian hipotesis di penelitian ini dilakukan dengan melihat apakah koefisien jalur (*path*) dalam model berhubungan secara signifikan. Signifikansi koefisien jalur mempunyai kriteria jika *critical ration (CR)* $> 1,96$ serta P kurang dari $\alpha = 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jumlah kuesioner yang didistribusikan pada penelitian ini adalah 115 kuesioner. Responden penelitian ini adalah karyawan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta yang bekerja pada bagian SDM, pemasaran, *f&b service*, *front office*, dan bagian keuangan. Diketahui bahwa 62 karyawan (57.6%) berjenis kelamin laki-laki dan 53 karyawan (42.4%) berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa sebagian besar karyawan berjenis kelamin laki-laki.

Berdasarkan hasil usia karyawan diketahui bahwa 96 karyawan (84.8%) berusia 21-35 tahun dan 19 karyawan (15.2%) berusia > 35 th. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa sebagian besar karyawan berusia 21-35 tahun. Berdasarkan hasil dari tingkat pendidikan karyawan diketahui bahwa 19 karyawan (15.1%) berpendidikan SMA, 38 karyawan (30.4%) berpendidikan Diploma, dan 58 karyawan (54.5%) berpendidikan S1. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa sebagian besar karyawan berpendidikan S1.

Hasil yang didapat dari tugas departemen diketahui bahwa 31 karyawan (40.6%) menjabat sebagai *front office*, 29 karyawan (23.2%) menjabat sebagai *F&B Service*, 18 karyawan (12.1%) menjabat sebagai bagian pemasaran, 22 karyawan (15.1%) menjabat sebagai SDM, dan 15 karyawan (9.0%) menjabat sebagai bagian keuangan. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa sebagian besar karyawan menjabat sebagai *front office*.

Hasil dari lama bekerja antara lain: 6-12 bulan dan > 1 tahun. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa 40 karyawan (35.7%) lama bekerja 6-12 bulan dan 75 karyawan (64.3%) lama bekerja > 1 tahun. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa sebagian besar karyawan lama bekerja > 1 tahun.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas suatu indikator dapat dinyatakan valid, jika indikator yang digunakan dapat diukur konstruk tertentu jika *critical ratio* dari *regression weight* yang menunjukkan nilai diatas 2,0 dengan p lebih kecil dari 0,05.

Hasil dari keempat variabel yang diteliti, yaitu *artificial intelligence (AI) and robotics awareness*, dukungan organisasi yang dirasakan (POS), iklim psikologis kompetitif, dan niat keinginan berpindah memiliki nilai *construct reliability* > 0,70, artinya bahwa instrumen yang diteliti mengungkap kelima variabel tersebut yang dinyatakan layak untuk dijadikan instrumen di penelitian ini atau reliabel.

Uji Goodness of Fit

Pada evaluasi kesesuaian model melalui telaah pada syarat *Goodness of Fit*, sebagai berikut: 1) *Chi-square Statistic*, nilai yang rendah dan tidak signifikanlah yang diharapkan agar hipotesis nol sulit untuk ditolak dan dasar penerimaannya adalah probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p \geq 0,05$ dan $p \geq 0,10$. 2) *Probability (p)*, nilai yang bisa diterima yaitu $p \geq 0,05$. 3) *Goodness of Fit Index (GFI)*, indeks ini menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi terestimasikan GFI, yaitu sebuah ukuran *non statistical* yang mempunyai rentang nilai antara 0 - 1,0. Nilai yang tinggi (> 0,9) merupakan "*better fit*". Hasil dari pengujian *Goodness of Fit* secara lebih lengkap dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1 Ringkasan Uji GOF

NO	Index	Nilai Acuan	Model Biasa		Model Moderasi	
			Nilai	Kriteria	Nilai	Kriteria
1	X2 chi-square	Diharapkan kecil	210.742	Fit	257.786	Marginal
2	Probability	> 0,05	0.078	Fit	0.030	Marginal
3	CMIN/ DF	≤ 2	1.152	Fit	1.188	Fit
4	RMSEA	≤ 0.08	0.036	Fit	0.041	Fit
5	GFI	≥ 0,90	0.860	Marginal	0.848	Marginal
6	AGFI	≥ 0,90	0.823	Marginal	0.807	Marginal
7	TLI	≥ 0,95	0.985	Fit	0.984	Fit
8	CFI	≥ 0,95	0.987	Fit	0.986	Fit

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasar keterangan tersebut dapat disimpulkan secara keseluruhan model yang telah disebutkan pada model non moderasi dan model moderasi menunjukkan bahwa model yang diusulkan memiliki tingkat kesesuaian menyeluruh yang sudah fit.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini pada penelitian dilakukan dengan melihat apakah koefisien jalur (*path*) dalam model berhubungan secara signifikan. Signifikansi koefisien jalur mempunyai kriteria jika *critical ration (CR)* > 1,96 serta P kurang dari $\alpha = 0,05$. Moderasi pada organisasi yang dirasakan (POS) variabelnya positif tetapi *artificial intelligence (AI)* dan *robotics awareness* variabel negatif karena membuat karyawan khawatir akan niat keinginan berpindah.

Tabel 2 Rangkuman Uji Hipotesis

Hipotesis		Estimate	S.E.	C.R.	p	Keterangan
<i>Artificial intelligence (AI) and robotics awareness</i>	→ Niat keinginan berpindah	0.128	0.064	1.999	0.046	Signifikan
Dukungan organisasi yang dirasakan (POS)	→ Niat keinginan berpindah	-0.473	0.108	-4.392	0.000	Signifikan
Iklm psikologis kompetitif	→ Niat keinginan berpindah	0.365	0.104	3.491	0.000	Signifikan
AI x POS	→ Niat keinginan berpindah	-0.002	0.004	-0.575	0.565	Tidak signifikan
AI x IPK	→ Niat keinginan berpindah	0.003	0.001	2.212	0.027	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Setelah organisasi dirasakan (POS) masuk maka jadi memperlemah untuk niat keinginan berpindah. Iklim psikologis kompetitif disini variabelnya memperkuat dikarenakan *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah sebesar 1,999 dan signifikansinya 0,04 setelah dimoderasi oleh iklim psikologis kompetitif maka menjadi 2.212 dan signifikansinya 0.5. maka, semakin lebih kecil signifikansinya maka lebih memperkuat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian tentang pengaruh *artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* pada niat keinginan berpindah yang dimoderasi oleh dukungan organisasi yang dirasakan (POS) dan iklim psikologis kompetitif diperoleh kesimpulan *Artificial intelligence* (AI) dan *robotics awareness* berpengaruh positif dan signifikan pada niat keinginan berpindah, Dukungan organisasi yang dirasakan (POS) berpengaruh negatif dan signifikan pada niat keinginan berpindah. Iklim psikologis kompetitif berpengaruh positif dan signifikan pada niat keinginan berpindah.

Keterbatasan dan Saran

Peneliti sadar bahwa pada penelitian ini masih ada kekurangan dan keterbatasan. Keterbatasan pada penelitian ini ialah pada hasil penelitian yang menggambarkan fenomena kecerdasan buatan hanya berfokus pada Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Hal ini menjadikan generalisasi studi sangat mungkin terbatas, sehingga model pada penelitian ini memiliki kemungkinan untuk menampilkan hasil yang berbeda apabila diterapkan pada konteks yang berbeda.

Hotel hendaknya lebih menyesuaikan penggunaan *artificial intelligence* (AI) dalam proses kerja di perusahaan. Hal ini dikarenakan penggunaan *artificial intelligence* (AI) berpengaruh pada keinginan berpindah dari karyawan. Karyawan merasa khawatir akan pekerjaannya yang tergantikan oleh *artificial intelligence* (AI) dan menjadikan penggunaan tenaga manusia akan berkurang. Selain itu hotel diharapkan mampu memberikan sosialisasi tentang penggunaan *artificial intelligence* (AI) guna mengurangi kekhawatiran dari karyawan.

Penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama diharapkan dapat menambah metode analisis yang berbeda, seperti metode wawancara. Dengan demikian akan menghasilkan penelitian yang lebih akurat. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah jumlah responden dan variabel lain sehingga hasil pada penelitian mengenai keinginan berpindah dapat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Acemoglu, D., and Restrepo, P. 2017. Robots and Jobs: Evidence from US Labor Markets.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., and Farsani, H. K. 2012. Evolution of the World Wide Web: From WEB 1.0 TO WEB 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1-9. and *Behavioral Sciences*, 172, 658-665.
- Bakker, A. B., and Leiter M. P. 2010. *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research*. New York: Psychology Press.
- Bluedorn, Carol. 2001. The Impact of Various Factors on the Personality, Job Satisfaction and Turnover Intentions of Professional Accountants. *Managerial Auditing Journal*, 16 (14): 234-245.
- Brougham, D., and Haar, J. 2017. Smart Technology, Artificial Intelligence, Robotics, and

- Algorithms (STARA): Employees' Perceptions of Our Future Workplace. *Journal of Management & Organization*, 1-19.
- Brown, S. P., and Leight, T. W. 1996. A New Look at Psychological Climate and its Relationship to Job Involvement, Effort, and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 8 (14), 358-368.
- Brown, S. P., Cron, W. L., and Slocum, J. W., Jr. 1998. Effects of Trait Competitiveness and Perceived Intraorganizational Competition on Salesperson Goal Setting and Performance. *Journal of Marketing*, 62, 88-98.
- Chiang, C. F., and Hsieh, T. S. 2012. The Impacts of Perceived Organizational Support and Psychological Empowerment on Job Performance: The Mediating Effects of Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 180-190.
- Chui, M., Manyika, J., and Miremadi, M. 2015. Four Fundamentals of Workplace Automation. *McKinsey Quarterly*, 29(3), 1-9.
- Duke, A. B., Goodman, J. M., Treadway, D. C., and Breland, J. W. 2009. Perceived Organizational Support as a Moderator of Emotional Labor/Outcomes Relationships. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(5), 1013-1034.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., and Sowa, D. 1986. Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71, 500-507.
- Fletcher, T. D., Major, D. A., and Davis, D. D. 2008. The Interactive Relationship of Competitive Climate and Trait Competitiveness with Workplace Attitudes, Stress, and Performance. *Journal of Organizational Behavior*, 29(7), 899-922.
- Gim, G. C., Desa, N. M., and Ramayah, T. 2015. Competitive Psychological Climate and Turnover Intention with the Mediating Role of Affective Commitment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 658-665.
- Kahn, W. A. 1990. Psychological Condition of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academic of Management Journal*, 33, 992-724
- Ivanov, S., and Webster, C. 2017. Adoption of Robots, Artificial Intelligence and Service Automation by Travel, Tourism and Hospitality Companies—a Cost-Benefit Analysis. International Scientific Conference “Contemporary Tourism—Traditions and Innovations”, 19-21 October 2017. Sofia University. *McKinsey Quarterly*, 29(3), 1-9.
- Mobley, Horner and Hollingsworth. 1978. The Relationship between Human Resource Practise and Employee Relation in Public Organisations: An Exploratory Study Conducted in the United Arab Emirates. *International Journal of Business and Social Science*.
- Rhoades, L and Eisenberger, R. 2002. Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Rich, Elaine dan Knight, Kevin. 1991. Artificial Intelligence. *McGraw-Hill Inc*, New York.
- Sahin, Faruk. 2011. Affective Commitment as a Mediator of the Relationship between Psychological Climate and Turnover Intention. *World Applied Sciences Journal* 14(4), 523-530.
- Schrock, W. A., Hughes, D. E., Fu, F. Q., Richards, K. A., and Jones, E. 2016. Better together: Trait Competitiveness and Competitive Psychological Climate as Antecedents of Sales Person Organizational Commitment and Sales Performance. *Marketing Letters*, 27(2), 351-360.
- Smith, A., and Anderson, J. 2014. AI, Robotics, and the Future of Jobs. Vol. 6. Pew

- Research Support. *Journal of Applied Psychology*, 71, 500-507.
- Tett, R. P., and Meyer, J. P. 1993. Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover: Path Analyses Based on Meta-Analytic Findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293
- Wan Li Kuen, Edward Wong Sek Khin and Sharon Kaur, 2010. Employee's Turnover Intention to Leave the Malaysian Context, *the South East Asian Journal Management*, Vol. IV No.2
- Wayne, S. J., Shore, L. M., and Liden, R. C. 1997. Perceived Organizational Support and Leader-Member Exchange: A Social Exchange Perspective. *Academy of Management Journal*, 40(1), 82-111