

**HUBUNGAN ANTARA *CYBERLOAFING* DENGAN
PERILAKU KERJA INOVATIF PADA AGEN ASURANSI
PT. HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA**

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro untuk
Memenuhi Sebagian dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana**

Psikologi

SKRIPSI



Disusun oleh:

Ni Ayu Dellia Putri Waluyo

15000119140319

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024

**HUBUNGAN ANTARA CYBERLOAFING DENGAN
PERILAKU KERJA INOVATIF PADA AGEN ASURANSI
PT. HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA**

Ni Ayu Dellia Putri Waluyo¹, Prof. Dian Ratna Sawitri S.Psi., M.Si., Ph.D²

^{1,2} Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, S.H., Tembalang, Semarang, 50275

[Email: niayudel@students.undip.ac.id](mailto:niayudel@students.undip.ac.id)

ABSTRAK

Perilaku kerja inovatif merupakan perilaku yang ditampilkan seorang karyawan secara sadar untuk menciptakan dan menerapkan gagasan dan konsep baru untuk sebuah organisasi tempatnya bekerja. *Cyberloafing* adalah aktivitas individu sebagai karyawan dalam mengakses internet menggunakan fasilitas perusahaan untuk keperluan personal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku kerja inovatif dengan *cyberloafing* pada agen asuransi di PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Populasi penelitian berjumlah 120 agen asuransi. Sampel penelitian sebanyak 120 agen asuransi (51,7% Perempuan; rentang usia 21- 50 tahun; diperoleh melalui teknik *sampling* jenuh. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Perilaku Kerja Inovatif (31 aitem valid, $\alpha = 0,92$) dan Skala *Cyberloafing* (24 aitem valid, $\alpha = 0,95$). Hasil analisis data yang digunakan adalah uji *Spearman Rho* dengan hasil terdapat hubungan positif yang signifikan antara perilaku kerja inovatif dengan *cyberloafing* pada agen asuransi PT Hanwha Life Insurance Indonesia ($r = 0,022$ $p > 0,05$). Artinya, perilaku kerja inovatif berkaitan secara signifikan dengan *cyberloafing* pada agen asuransi PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut, maka semakin tinggi perilaku kerja inovatif, semakin tinggi juga *cyberloafing* agen asuransi PT Hanwha Life Insurance Indonesia.

Kata kunci: perilaku kerja inovatif; *cyberloafing*; agen asuransi

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CYBERLOAFING AND
INNOVATIVE WORK BEHAVIOR AMONG INSURANCE AGENTS AT
PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA**

Ni Ayu Dellia Putri Waluyo¹, Prof. Dian Ratna Sawitri S.Psi., M.Si., Ph.D²

^{1,2} Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, S.H., Tembalang, Semarang, 50275

[Email: niayudel@students.undip.ac.id](mailto:niayudel@students.undip.ac.id)

ABSTRACT

Innovative work behavior is behavior displayed by an employee consciously to create and implement new ideas and concepts for the organization where he works. Cyberloafing is an individual's activity as an employee accessing the internet using company facilities for personal needs. This research aims to determine the relationship between innovative work behavior and cyberloafing among insurance agents at PT Hanwha Life Insurance Indonesia. The research population consisted of 120 insurance agents. The research sample was 120 insurance agents (51.7% female; age range 21–50 years) obtained through a saturated sampling technique. The measuring instruments used in this research were the Innovative Work Behavior Scale (31 valid items, $\alpha = 0.92$) and the Cyberloafing Scale (24 valid items, $\alpha = 0.95$). The results of the data analysis used were the Spearman Rho test, which found that there was a significant positive relationship between innovative work behavior and cyberloafing at the insurance agent PT Hanwha Life Insurance Indonesia ($r = 0.022$, $p > 0.05$). This means that innovative work behavior is significantly related to cyberloafing at the insurance agent, PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Based on these results, the higher the innovative work behavior, the higher the cyberloafing of the PT Hanwha Life Insurance Indonesia insurance agent.

Keywords: innovative work behavior; cyberloafing; insurance agent.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan asuransi menjadi salah satu sektor penyedia jasa yang memiliki pertumbuhan positif di Indonesia. Badan Pusat Statistik mendata jumlah perusahaan yang bergerak di bidang asuransi di Indonesia mencapai 60 perusahaan asuransi jiwa per tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2021). Jumlah tersebut menunjukkan bahwa perusahaan asuransi di Indonesia dihadapkan dengan lingkungan yang dinamis dan kompetitif, karena itu karyawan perusahaan asuransi dituntut untuk inovatif dalam memasarkan produknya. Perkembangan di era digital lebih cenderung mendorong pelanggan untuk membeli produk dan jasa pada perusahaan yang memiliki pemasaran digital yang kuat (Aguspriyani, dkk., 2023). Studi yang dilakukan oleh Duffet (2017) memberikan gambaran bahwa pelanggan lebih tertarik dan juga membentuk penilaian positif pada jasa asuransi yang ditawarkan dari perusahaan yang mampu membangun pemasaran digital di media sosial yang menarik dan inovatif. Ditinjau dari pernyataan tersebut, persaingan kompetitif perusahaan asuransi di era digital ini tidak dapat dihindari. Karyawan yang bekerja di bidang asuransi kemudian dituntut untuk meningkatkan inovasinya agar mampu menghadapi ketatnya persaingan di industri asuransi.

Hadi, dkk (2020) menerangkan bahwa inovasi adalah proses pembaruan, penemuan baru yang dituangkan dalam ide-ide, cara atau lainnya. Karyawan memunculkan

perilaku inovatifnya saat menjumpai sebuah tantangan. Menciptakan sebuah inovasi adalah faktor penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan dalam kondisi krisis (Lang, 2020). Era globalisasi menuntut banyak terjadinya perubahan di segala bidang, sehingga perusahaan tentu seringkali dituntut oleh keadaan untuk menunjukkan perilaku inovatif agar terus bisa memberikan jasa layanan dan produk yang dapat bersaing di pasar bebas. Perusahaan yang tetap bertahan pada lingkungan yang terus berubah adalah perusahaan yang dapat berinovasi (Turgut, dalam Derin & Gokce, 2016). Banyak perusahaan memutuskan bahwa inovasi merupakan salah satu tanggung jawab karyawan (Scott & Bruce, 1994).

Berdasarkan *Global Innovation Index* (GII), input dan output inovasi di Indonesia menempati urutan 85 (Cornell University, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa input dan output inovasi di Indonesia masih tergolong rendah. Elemen krusial dari suatu proses inovasi bermula dari individu yang melahirkan, mengoptimalkan, dan memodifikasi sebuah ide yang bermanfaat bagi perusahaan (Scott & Bruce, 1994). Karyawan yang memiliki sifat inovatif dipandang bermanfaat bagi perusahaan untuk membuat, menawarkan, dan mewujudkan ide dan gagasan yang bermanfaat, sehingga proses kerja, produk, serta layanan yang dihasilkan oleh perusahaan meningkat (Janssen, 2000). Lee dkk (2019) berasumsi bahwa perilaku inovatif adalah proses gabungan yang mencakup kreativitas dan implementasi.

Perilaku inovatif dalam dunia pekerjaan dapat disebut dengan istilah perilaku kerja inovatif. Menurut Janssen (2004), istilah perilaku kerja inovatif merujuk pada suatu ciptaan, promosi, dan implementasi dari gagasan yang disengaja baik dalam

peran pekerjaan, unit kerja, atau institusi untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Lalu Lee dkk (2019) menyatakan bahwa perilaku kerja inovatif merupakan suatu konsep yang kompleks yang didalamnya terdapat beberapa proses seperti pencarian ide, pencetus, penawaran, hingga implementasi. Secara garis besar, perilaku kerja inovatif merupakan suatu proses yang terencana untuk melahirkan ide dan pengimplementasiannya untuk meningkatkan kinerja karyawan. Proses inovasi ini berawal dari suatu permasalahan yang solusinya harus dicari sehingga menjadi fondasi pencarian dan penemuan ide-ide dari karyawan (Lee dkk., 2019).

Menurut Yuan dan Woodman (2010), terdapat beberapa faktor penting dalam perilaku kerja inovatif, yaitu budaya organisasi serta iklim, hubungan dengan atasan, karakteristik pekerjaan, konteks sosial atau kelompok dan perbedaan individu. Perilaku kerja inovatif banyak ditunjukkan oleh karyawan dari berbagai bidang dan juga pelajar. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Dewi dan Syarifah (2018) mengenai perilaku kerja inovatif pada karyawan bidang pariwisata dapat dipantau dari resiliensi, serta dapat dilihat dari pembuktian pada makalah penelitian oleh Oktaria dkk (2021) mengenai *creative self-efficacy* yang memediasi relasi antara kepribadian yang proaktif dengan perilaku kerja inovatif guru. Firdausiah (2021) menunjukkan korelasi yang positif antara perilaku kerja inovatif dan efikasi diri kreatif di mahasiswa.

Hasil dari penelitian sebelumnya memberikan gambaran bahwa perilaku kerja inovatif berkorelasi dengan beberapa variabel dengan populasi yang berbeda. Misalnya, penelitian Putri (2020) memberikan gambaran bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara kepribadian proaktif dan perilaku kerja inovatif pada

karyawan generasi milenial. Populasi pada penelitian Putri (2020) adalah generasi milenial berusia 20-40 tahun yang berdomisili di Surabaya baik yang bekerja pada perusahaan swasta maupun milik negara. Putri (2020) mengklasifikasikan populasi tersebut berdasarkan gender dan masa kerja karyawan. Kekurangan pada penelitian yang dilakukan Putri (2020) ini menggunakan populasi penelitian yang luas yaitu, karyawan yang tergolong generasi millennial di Surabaya tidak hanya pada salah satu perusahaan di Surabaya sehingga kurang mengetahui karakter dan lingkungan dari generasi millennial tersebut.

Perilaku inovatif merupakan salah satu aspek yang dapat mendukung kinerja karyawan agen asuransi. Penelitian yang dilakukan oleh Siregar dkk (2018) menunjukkan bahwa perilaku inovatif perlu dimiliki oleh karyawan agen asuransi agar dapat mendukung kinerja karyawan dalam menarik perhatian calon nasabah sehingga hal ini dapat mendukung tercapainya target kinerja individu. Penelitian yang dilakukan oleh Ningrum (2022) mengenai perilaku kerja inovatif pada karyawan Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur yang memiliki kesamaan karakteristik dari segi deskripsi pekerjaan dengan agen asuransi, menunjukkan bahwa perilaku kerja inovatif merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh karyawan. Perilaku tersebut dapat mendukung karyawan untuk berinovasi dalam melakukan pemasaran agar dapat memenuhi target kerja yang disyaratkan yaitu mencari nasabah, memasarkan produk, dan akhirnya mencapai kesuksesan karir subjek.

Inovasi dibutuhkan oleh seorang agen asuransi untuk menghadapi nasabah di berbagai situasi. Penelitian yang dilakukan oleh Hartono (2019) menunjukan bahwa

pola kerja cerdas yang dimiliki oleh berkorelasi positif dengan kinerja agen asuransi dalam melaksanakan tanggung jawab, kerja cerdas berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengembangkan pengetahuan dan beradaptasi dengan kondisi yang dihadapi, sehingga hal ini akan mendukung agen asuransi untuk berinovasi ketika diharuskan untuk menghadapi nasabah. Lebih lanjut, agen asuransi saat ini dituntut untuk mampu menciptakan inovasi dalam menjalankan pekerjaan, khususnya berkaitan dengan kemampuan agen asuransi dalam menawarkan produknya sehingga produknya akan menjadi pilihan bagi masyarakat (Khairani, 2022).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kerja inovatif, salah satunya adalah faktor kontekstual non-individu. Pada faktor tersebut, perubahan terjadi pada sektor industri abad 20 yang berkembang di abad 21 dalam revolusi industri 4.0 berpengaruh pada masifnya penggunaan teknologi digital (Derin & Gökçe, 2016). Perkembangan dan pemerataan teknologi digital terutama akses internet salah satunya di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini dijelaskan pada survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan angka pengguna internet di Indonesia kini mencapai 215 juta pengguna (APJII, 2023). Hal tersebut kemudian berdampak pada ketergantungan terhadap internet dan teknologi digital pada ruang lingkup pekerjaan (Derin & Gökçe, 2016). Adanya pekerjaan yang mengharuskan menggunakan koneksi internet menjadi salah satu faktor yang cukup kuat karyawan melakukan *cyberloafing*. *Cyberloafing* dicetuskan sebagai istilah pertama kali oleh Cummins di tahun 1995, yang kemudian

dipopulerkan dalam makalah Lim yang diterbitkan dalam *Organizational Behavior Journal* pada tahun 2002 (Selwyn, 2008).

Cyberloafing ciri-cirinya meliputi tindakan spontan pada karyawan untuk melakukan pemakaian internet untuk kepentingan pribadi dan memeriksa surel pribadi pada jam kerja (Lim, 2002). Sedangkan menurut Askew (2012), *cyberloafing* adalah kegiatan karyawan yang mengakses jaringan internet menggunakan perangkat teknologi seperti ponsel pintar pada saat bekerja untuk kegiatan yang dipandang bukan bagian dari pekerjaan seperti pengiriman surel pribadi, mengobrol secara daring, mengunduh file hiburan seperti lagu atau film, belanja daring, dan kegiatan sejenis yang dilakukan untuk kepentingan pribadi (Blanchard & Henle, 2008). Menurut Lim dan Chen (2009), terdapat dua bentuk aktivitas *cyberloafing* di antaranya adalah, *browsing activities* yaitu saat karyawan mengakses internet untuk berselancar di internet, dan *emailing activities* dimana karyawan mengakses surel pribadi selama jam kerja. Menurut Van Doorn (2011), aktivitas *cyberloafing* dibagi menjadi empat kategorisasi yaitu, aktivitas sosial yang merupakan kegiatan mencari dan memberikan informasi melalui halaman media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan blog. Selanjutnya kegiatan menjelajahi internet untuk kegiatan kesenangan yang dihabiskan dengan perilaku, tidak produktif untuk menghabiskan waktu luang meliputi permainan online, mengunduh musik dan video. Kemudian kegiatan menerima informasi, seperti mengakses laman berita pada dunia maya seperti belanja online, situs kencan online dan situs judi.

Cyberloafing dianggap menjadi salah satu faktor yang dapat memicu *innovative work behavior* pada seorang karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Wijanarko dan Purba (2018) mengenai hubungan *cyberloafing* dengan *innovative work behaviour* pada generasi milenial yang bekerja di industri digital kreatif menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara *cyberloafing* dengan *innovative work behaviour*. Pada karyawan millennial terdapat kecenderungan untuk memanfaatkan perangkat teknologi untuk urusan personal di jam kerja (Kim, 2018). Dalam penelitian Koay & Soh (2018) *Cyberloafing* memberikan dampak yang positif kepada karyawan, hal ini dikarenakan karyawan dapat memperoleh perspektif atau ide baru dan segar, kemudian menginvestasikan kembali dan menerjemahkan pembelajaran tersebut ke dalam tugas yang terkait dengan pekerjaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ilham dkk. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan keuntungan pada individu dalam mengakses berbagai macam informasi dan pengetahuan baru, sehingga berdampak pada peningkatan inovasi pada individu dalam melaksanakan pekerjaannya. *Cyberloafing* pada karyawan tidak jarang dikorelasikan dengan kegiatan yang bertentangan dengan pekerjaan sehingga berdampak pada kinerja karyawan, namun pada penelitian yang dilakukan oleh Monica & Maharani (2020) menunjukkan bahwa *cyberloafing* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan. Lebih lanjut, pada penelitian yang dilakukan oleh Sao, dkk (2020) menunjukkan bahwa *cyberloafing* jika ditunjukkan melalui perilaku pencarian informasi yang berkaitan dengan pekerjaan dapat

memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan dan pengembangan karyawan.

Populasi pada penelitian ini adalah karyawan di bidang agen penjualan asuransi sebuah perusahaan asuransi bernama PT. Hanwha Life Insurance, sebuah perusahaan di sektor asuransi dari Korea Selatan yang berdiri pada tahun 1952. PT Hanwha Life Insurance mulai berdiri di Indonesia pada tahun 2013 dengan total aset yang dimiliki saat ini mencapai dua triliun rupiah. Saat ini Hanwha Life Insurance memiliki 13 kantor pemasaran dan 6.221 agen asuransi yang ada di seluruh Indonesia (Hanwhalife.co.id, 2023). PT Hanwha Life Insurance menempati posisi pertama dari 20 perusahaan asuransi terkuat secara finansial. Adapun rentang usia dari karyawan yang ada PT. Hanwha Life Insurance yaitu 18 hingga 50 tahun. Agen asuransi dapat didefinisikan sebagai karyawan yang merupakan bagian dari suatu entitas bisnis atau perusahaan yang bertugas untuk menawarkan dan mempromosikan suatu produk asuransi atas nama perusahaan asuransi (Asmara & Aslami, 2021). Menurut Undang-Undang Perasuransian Nomor 40 tahun 2014, agen asuransi adalah orang yang bekerja untuk perusahaan asuransi untuk memasarkan produk asuransi dan menjadi penghubung antara nasabah tertanggung dan perusahaan asuransi dalam penyelesaian klaim asuransi.

Sebuah perusahaan asuransi menawarkan sebuah produk untuk proteksi diri seperti asuransi jiwa, asuransi kesehatan hingga asuransi pendidikan. Karyawan sebuah perusahaan asuransi diharapkan dapat berkomunikasi dan berinovasi untuk memasarkan produk. Inovasi tersebut bisa ditemukan saat karyawan menggunakan alat

komunikasi sosial media dan menjelajahi internet seperti menonton *YouTube* atau *TikTok*. Perilaku menjelajahi internet tersebut biasa dilakukan dalam jam kerja yang menjadikan perilaku tersebut sebagai perilaku *cyberloafing*. Penelitian Gökçearslan, dkk. (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *cyberloafing* dengan kecanduan gawai. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *cyberloafing* kecanduan gawai juga semakin tinggi. *Cyberloafing* selalu dikaitkan dengan perilaku negatif seperti prokrastinasi kerja (Filasufiah, 2022). Padahal tidak selalu perilaku tersebut membawa dampak buruk, ada potensi dampak positif berupa perilaku inovatif bekerja karyawan.

Hal tersebut diperkuat dengan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada karyawan divisi agen penjualan asuransi PT. Hanwha Life Insurance yang menunjukkan adanya sarana internet yang memadai untuk melakukan *cyberloafing*. *Cyberloafing* yang dilakukan oleh karyawan adalah membuka media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, situs-situs hiburan seperti musik dan video, situs game dan investasi. *Cyberloafing* dilakukan oleh karyawan dengan alasan waktu luang yang mereka punyai saat pekerjaan sudah diselesaikan. Aktivitas *cyberloafing* yang dilakukan oleh karyawan tidak hanya dipandang sebagai perilaku prokrastinasi untuk hiburan, tetapi karyawan juga mendapatkan hal positif seperti dapat mencari calon nasabah melalui media sosial, meningkatkan kemampuan, mencari calon agen baru, promosi melalui media sosial dan menambah motivasi melalui video yang didapat dari situs hiburan. Karyawan pada PT. Hanwha Life Insurance diharapkan dapat berinovasi untuk memasarkan produk juga mencari nasabah. Kegiatan *cyberloafing* yang

dilakukan karyawan dapat membantu meningkatkan perilaku inovatif untuk karyawan untuk memasarkan produk dan mencari nasabah juga kandidat agen baru. Sejalan dengan penelitian yang telah disampaikan oleh Wijanarko dan Purba (2018) yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *cyberloafing* dengan *innovative work behaviour*, hasil penelitian Wijanarko dan Purba (2020) menggambarkan perbedaan yang terjadi antara pria dan wanita. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa mayoritas subjek berjenis kelamin pria jika dibandingkan dengan subjek berjenis kelamin wanita, lebih banyak melakukan *cyberloafing* dan memiliki perilaku bekerja inovatif.

Cyberloafing pada penelitian sebelumnya banyak diteliti pada beberapa populasi dan dikaitkan dengan beberapa variabel, contohnya pada penelitian Moffan dan Handoyo (2020) mengenai korelasi antara tekanan pekerjaan dengan aktivitas *cyberloafing* dengan kepuasan kerja sebagai variabel moderator pada karyawan di Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara *cyberloafing* dan tekanan pekerjaan pada pegawai, dimana semakin besar tekanan kerja maka akan semakin besar juga pegawai yang melakukan perilaku *cyberloafing* pada saat bekerja. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dkk. (2020) telah dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *cyberloafing* dengan kinerja karyawan, dan mendapatkan hasil negatif signifikan antara *cyberloafing* dengan kinerja karyawan yang berarti perilaku *cyberloafing* yang tinggi menyebabkan menurunnya kinerja karyawan. Sebaliknya, jika perilaku *cyberloafing* rendah maka kinerja karyawan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijanarko dan Purba (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *cyberloafing* dengan perilaku kerja inovatif. Meskipun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Derin dan Gökçe (2016) pada karyawan di Universitas Inonu Turki menunjukkan hubungan positif yang lemah antara *cyberloafing* dan perilaku kerja inovatif. Hubungan yang lemah tersebut dikarenakan subjek pada penelitian tersebut memiliki bidang kerja yang kurang membutuhkan kreativitas dan inovasi.

Kebaruan pada penelitian ini adalah melibatkan subjek penelitian agen asuransi dari sebuah perusahaan asuransi yaitu PT Hanwha Life Insurance yang bergerak pada bidang usaha jasa keuangan dan memasarkan produk asuransi kepada masyarakat sebagai perlindungan untuk mereka. Perusahaan asuransi banyak dihadapkan dengan lingkungan yang dinamis dan kompetitif, karena itu agen asuransi berperan penting dalam mempertahankan perusahaan dengan meningkatkan nasabah (Fauzan, 2020). Seorang agen asuransi harus bisa memberikan kemampuan layanan yang baik dan bisa memberikan produk asuransi yang inovatif dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah (Fauzan, 2020). Populasi penelitian yang merupakan karyawan PT Hanwha Life Insurance pada divisi agen pemasaran dipilih karena karyawan – karyawan pada divisi tersebut memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam memasarkan produk asuransi kepada calon konsumen. Karyawan pada divisi tersebut dituntut untuk memiliki ketrampilan serta inovasi – inovasi baru sehingga target penjualan asuransi yang dimiliki perusahaan tercapai. Perusahaan juga memberikan akses internet yang memadai pada karyawan di divisi tersebut, dengan harapan jika internet dapat menjadi

alat yang dinilai handal untuk membantu pekerjaan karyawan dengan meningkatkan kinerja karyawan, alat interaksi, dapat menciptakan kreativitas dan inspirasi bagi karyawan dan membantu karyawan untuk mempelajari banyak hal (Rustandi, dalam Mirza, 2020). Tindakan spontan pada karyawan untuk melakukan pemakaian internet untuk urusan personal seperti memeriksa email pribadi pada jam kerja dikenal dengan istilah *cyberloafing*. Korelasi antara tuntutan terhadap karyawan asuransi Hanhwa Life untuk mengedepankan perilaku kerja inovatif dengan intensitas kegiatan *cyberloafing* menjadi perhatian yang menarik untuk dibahas oleh peneliti.

Masih belum banyak ditemukannya penelitian mengenai *cyberloafing* dan *innovatife working behavior* pada karyawan agen asuransi mendukung dilakukann penelitian ini, selain itu adanya perbedaan hasil mengenai hubungan antara *cyberloafing* dengan *innovatife working behavior* juga mendukung terlaksanakan penelitian ini. Oleh karenanya, peneliti merasa tertarik dalam meneliti hubungan *cyberloafing* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan asuransi PT. Hanwha Life Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara *cyberloafing* dengan perilaku kerja inovatif pada agen asuransi PT. Hanwha Life Insurance Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *cyberloafing* dengan perilaku kerja inovatif pada agen asuransi PT. Hanwha Life Insurance Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi untuk memperkaya literatur di bidang keilmuan psikologi khususnya psikologi industri dan organisasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi subjek penelitian yaitu agen asuransi PT. Hanhwa Life Insurance Indonesia mengenai kaitan antara *cyberloafing* dengan perilaku kerja inovatif.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT. Hanhwa Life Insurance Indonesia mengenai kaitan antara *cyberloafing* dengan perilaku kerja inovatif, sehingga dapat menjadi salah satu referensi ketika akan menjalankan tindak lanjut untuk mengoptimalkan perilaku kerja yang inovatif pada karyawan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar atau pegangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya di masa yang akan datang mengenai *cyberloafing* dan hubungannya dengan perilaku kerja inovatif.

