

Pengaruh Personal Values Terhadap Persepsi Dalam Penghematan Energi di Kantor

Alfikhairina Jamil¹, Ulfa Mazaya²

¹Jurusan Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Budaya Indonesia Aceh, Indonesia

²Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Syiah Kuala, Indonesia

Email: alfikhairina@isbiaceh.ac.id, ulfa@usk.ac.id

Abstract. *Energy conservation remains a challenging practice to implement in office. Several factors hinder energy-saving behaviors in the office, including physical factors such as the numerous electronic devices that heavily rely on electricity, the need for lighting to illuminate workspaces, thermal comfort dependent on air conditioning, and security as well as safety measures often supported by the use of 24-hour surveillance cameras. Additionally, habitual or ingrained behaviors also pose barriers to energy conservation efforts. This study aims to explore employees' perceptions of the importance of energy conservation in the office. The perceptions and underlying reasons for these perceptions are then examined and linked to the values assumed to form the basis of these views. This research employs a qualitative approach, with data collected through open-ended online questionnaires. The analysis reveals four categories of individual perceptions toward energy conservation: Action-Based Energy Saver, Energy-conscious, Unattached, and Wasteful Energy Consumer.*

Keywords: *Values and Perceptions, Energy Conservation, Office, Qualitative, Content Analysis*

Abstrak. *Penghematan energi merupakan hal yang masih sangat sulit untuk diterapkan di kantor. Banyak faktor yang ada di kantor yang menghambat perilaku penghematan ini, baik dari faktor fisik seperti banyaknya alat elektronik yang sangat bergantung kepada arus listrik, kebutuhan pencahayaan untuk penerangan ruangan, kenyamanan termal yang bergantung kepada penggunaan pendingin ruangan, dan faktor keamanan dan kenyamanan kantor yang terkadang harus ditunjang dengan penggunaan kamera keamanan selama 24 jam. Ada pula hambatan perilaku penghematan energi yang bersifat habitual atau kebiasaan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu persepsi pegawai terhadap pentingnya melakukan penghematan energi di kantor. Persepsi dan alasan yang mendasari persepsi pegawai terhadap penghematan energi kemudian dikaji dan dihubungkan dengan nilai yang diasumsikan menjadi dasar dari persepsi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner daring yang bersifat open-ended. Hasil analisa data menunjukkan adanya empat kategori persepsi individu terhadap penghematan energi, yaitu Action-Based Energy Saver, Energy-conscious, Unattached, dan Wasteful Energy Consumer.*

Kata Kunci: *Nilai dan Persepsi, Hemat energi, Kantor, Kualitatif, Content Analysis*

Diterima : 11 November 2024| Diterbitkan: 23 Desember 2024| doi. 10.22373/jial.v2i2

Coressponding author : alfikhairina@isbiaceh.ac.id

1. Pendahuluan

Menurut *Buildings energy data book*, gedung perkantoran adalah sumber utama dan sumber pengkonsumsi energi serta emisi karbon dioksida (CO₂) yang terus meningkat. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri seiring berkembangnya era globalisasi, dimana banyak proses pekerjaan yang telah berubah ke arah yang lebih digital, sehingga kebutuhan penggunaan listrik pun ikut meningkat. Pada umumnya, kegiatan yang berlangsung pada kantor membutuhkan energi listrik untuk menunjang aktivitas

pegawainya. Selain

penggunaan komputer, alat elektronik, dan alat kantor lainnya dalam menunjang pekerjaan, pegawai juga menggunakan listrik yang difasilitasi oleh kantor untuk kegiatan dan kebutuhan personal.

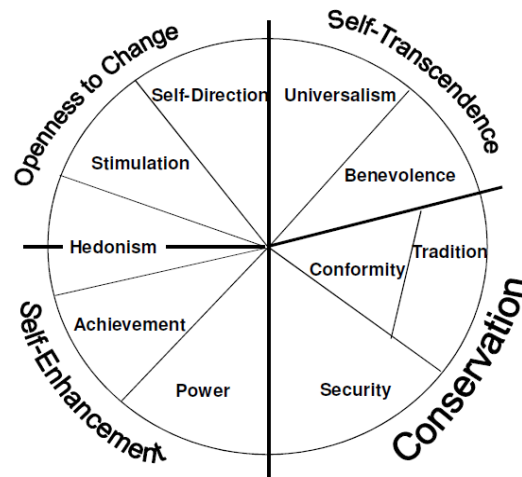
Bagi sebagian besar pekerja atau karyawan, menghemat listrik tidak berarti menghemat biaya untuk diri sendiri, seperti halnya untuk keperluan rumah tangga. Oleh karena itu, merujuk pada energi dalam hal biaya mungkin memiliki dampak yang lebih lemah pada motivasi di tempat kerja dan aspek lain dari penggunaan energi mungkin memiliki dampak yang lebih luas (Leygue, 2017). Oleh karena itu, perilaku hemat energi juga seharusnya tetap diterapkan tidak hanya saat berada di hunian pribadi, tapi juga diterapkan oleh semua pihak di kantor, hal ini dikarenakan konservasi energi bermanfaat bukan hanya untuk menekan konsumsi dan biaya konsumsi energi, namun juga memberikan dampak yang lebih baik terhadap lingkungan (Nugroho, 2005)

Penelitian sebelumnya berpendapat bahwa ketergantungan seseorang terhadap teknologi dapat menghambat seseorang untuk memiliki motivasi terhadap perilaku yang sadar akan lingkungan (Murtagh, 2015). Dalam penelitian ini, akan dikaji mengenai persepsi penghematan energi individu di kantor, dan melihat apakah ada keterkaitan antara ketergantungan akan teknologi dan persepsi tersebut.

Saat seseorang melakukan apapun dalam kehidupan sehari-hari, seluruh kegiatan tersebut akan berdasar kepada nilai yang dijadikan pedoman hidup, akan berdasarkan apa yang dianggap penting dalam kehidupan. Masing-masing individu berpegang kepada berbagai nilai (contohnya pencapaian, keamanan, kebajikan, dll) dengan berbagai tingkat prioritas yang berbeda-beda. Suatu nilai mungkin dirasa sangat penting untuk dijadikan pedoman bagi satu orang, tetapi mungkin saja, bagi orang lain nilai tersebut dirasa tidak penting (Schwartz, 2012). Nilai juga dapat dilihat sebagai perwakilan dari motivasi, karena nilai merupakan kriteria yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih dan membenarkan sebuah aksi, dan juga untuk mengevaluasi orang lain, diri sendiri, dan sebuah kejadian. Kriteria ini seharusnya berbeda dalam konten serta dalam hubungan struktural satu sama lain. (Grunert, 1995).

Ada enam konsep utama mengenai nilai yang dipegang oleh individu:

- Nilai adalah kepercayaan. Nilai adalah kepercayaan yang terikat kepada emosi, bukan tujuan, dan ide
- Nilai adalah kumpulan motivasi. Merujuk kepada tujuan akhir yang ingin dicapai oleh orang-orang
- Nilai melampaui tindakan dan situasi tertentu. Merupakan sebuah tujuan abstrak. Sifat abstrak sebuah value membedakannya dari konsep seperti norma dan sikap, yang biasanya merujuk pada tindakan, objek, atau situasi tertentu.
- Nilai menjadi panduan pemilihan atau evaluasi tindakan, kebijakan, orang, dan peristiwa. Artinya, value berfungsi sebagai standar atau kriteria.
- Nilai disusun menurut kepentingan relatif satu sama lain. Nilai-nilai orang membentuk sistem prioritas nilai yang dipesan yang mencirikannya sebagai individu. Fitur hierarkis nilai-nilai ini juga membedakan mereka dari norma dan sikap. (Schwartz, 2006)



Gambar 1. Model teoritis hubungan antara sepuluh jenis motivasi dari nilai (Sumber : Schwartz, 2012)

Berdasarkan model teoritis di atas, ada sepuluh jenis motivasi dari nilai;

1. *Self-Direction* (Arahan Diri). Pemikiran dan tindakan independen; memilih, membuat, menjelajahi.
2. *Stimulation* (Stimulasi). Kegembiraan, hal yang baru, dan tantangan dalam hidup
3. *Hedonism* (Hedonisme). Kepuasan dan pemenuhan keinginan untuk diri sendiri.
4. *Achievement* (Pencapaian). Kesuksesan pribadi dengan cara menunjukkan kompetensi/kelebihan sesuai dengan standar sosial.
5. *Power* (Kekuatan). Status sosial dan prestise, kontrol atau dominasi terhadap orang dan sumber daya
6. *Security* (Keamanan). Rasa aman, harmoni, dan kestabilan dengan masyarakat, hubungan, dan diri.
7. *Conformity* (Kesesuaian). Menahan diri dari tindakan, kecenderungan, dan impuls yang mungkin membuat marah atau membahayakan orang lain dan melanggar harapan atau norma sosial
8. *Tradition* (Tradisi). Rasa hormat, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan dan ide yang diberikan oleh adat, budaya, atau agama kepada diri sendiri
9. *Benevolence* (Kebaikan). Menjaga dan meningkatkan kesejahteraan orang lain yang memiliki frekuensi kontak paling sering ('kelompok terdekat')
10. *Universalism* (Universalisme). Pengertian, penghargaan, toleransi, dan perlindungan untuk kesejahteraan semua orang dan untuk alam (Schwartz, 2006)

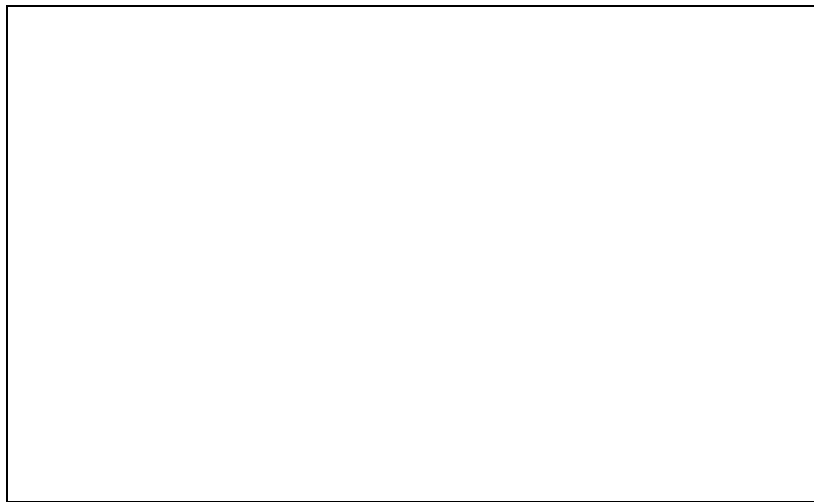
Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan antara nilai dan persepsi individu terhadap penghematan energi di kantor dan mengkaji *human value* yang mungkin mendasari persepsi seorang individu terhadap penghematan energi.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan *grounded theory* yang telah dikembangkan oleh Strauss & Corbin (1998) untuk mengungkap seluruh kejadian yang ada di lapangan dan untuk melihat keterkaitan antar kejadian di suatu tempat. Pendekatan ini memiliki beberapa tahap analisis yaitu *axial coding*, *open coding*, dan *selective coding* (Corbin & Strauss, 1990) yang digunakan dalam menerjemahkan jawaban *open-ended* responden mengenai persepsi terhadap penghematan energi di kantor. Penelitian ini

menggunakan teknik eksploratif, yaitu dengan mengumpulkan semua data tanpa memiliki ilmu pengetahuan yang memadai sebelumnya (Kumar, 2005).

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring secara *non-random sampling* dengan teknik *snow-ball* yaitu mengirimkan kuesioner dari satu orang ke kelompok lain (Kumar, 2005). Responden pada penelitian ini adalah individu yang sedang bekerja di sebuah kantor, tidak ada batasan domisili terhadap responden. Jumlah total responden berjumlah 101 orang. Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 62 responden, dan pria berjumlah 39 responden. Responden berasal dari berbagai macam kota dan provinsi di Indonesia, yaitu Banda Aceh, Medan, Bandung, dan beberapa kota lainnya.



Gambar 2. Domisili Responden (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

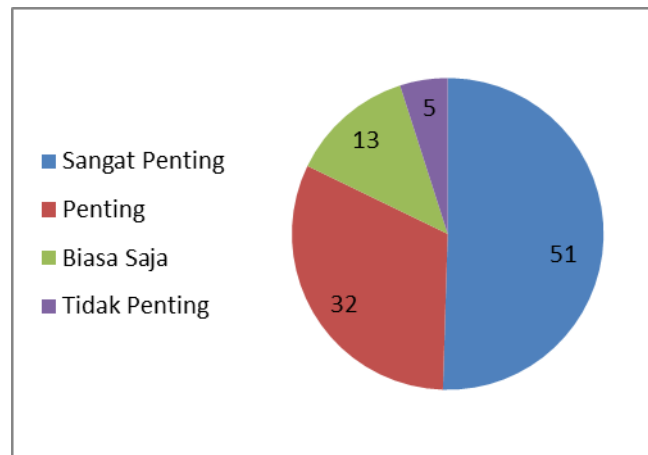
Berdasarkan waktu lamanya responden telah bekerja di kantor, terdapat 4 kategori responden, yaitu telah bekerja kurang dari 6 bulan (14%), 6 bulan-1 tahun (10%), 1-2 tahun (26%), 3-4 tahun (25%), dan responden yang telah bekerja lebih dari 4 tahun (25%). Pendidikan terakhir sebagian besar responden adalah S1/D3 (88%) dan beberapa responden adalah lulusan S2 (7%), dan SMA (5%).

Pertanyaan pada kuesioner daring disusun secara tertutup dan terbuka. Pertanyaan tentang atribut individu seperti jenis kelamin, tahun lahir, tingkat pendidikan terakhir, durasi bekerja, domisili, dan tingkat kepentingan perilaku hemat energi di kantor ditanyakan dengan menggunakan tipe pertanyaan tertutup (*close-ended*), sedangkan pertanyaan tentang alasan atas jawaban mengenai tingkat kepentingan perilaku hemat energi, kegiatan penghematan yang dilakukan di kantor, pemborosan yang terjadi di kantor, dan kegiatan yang dilakukan responden guna menghemat energi ditanyakan menggunakan tipe pertanyaan terbuka (*open-ended*). Pada pertanyaan terbuka, responden memberikan jawaban berdasarkan pengalaman mereka terhadap penggunaan energi di kehidupan sehari-hari, responden juga dapat menjawab 'tidak ada' apabila pada kegiatan yang ditanyakan dirasa tidak terjadi/dilakukan.

3. Hasil & Diskusi

Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat persepsi pegawai kantor mengenai tingkat kepentingan perilaku hemat energi di kantor. Pada pertanyaan tersebut, pilihan jawaban yang diberikan adalah Sangat Penting, Penting, Biasa Saja, dan Tidak Penting. Berdasarkan hasil yang didapatkan, dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang berjumlah 51 responden menyatakan bahwa perilaku hemat energi penting untuk dilakukan, 32 responden menyatakan bahwa perilaku hemat energi di kantor sangat penting, 13

responden menyatakan biasa saja, dan 5 responden menyatakan bahwa perilaku hemat energi di kantor tidak penting untuk dilakukan.



Gambar 3. Frekuensi Pemilihan Jawaban oleh Responden (Sumber : Dokumentasi pribadi)

Pada penelitian ini, dilakukan analisa korespondensi antara tingkat pendidikan terakhir responden dan pilihan responden mengenai tingkat kepentingan penghematan energi di kantor. Hasil korespondensi tersebut menunjukkan *Likelihood ratio* 0.6691, dan *P-Value* 0.7256. Dari hasil korespondensi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dan persepsi tingkat penghematan.

Dalam analisis isi, dilakukan *open coding* dari alasan responden terhadap jawaban *close-ended* sebelumnya (tingkat kepentingan perilaku hemat energi di kantor). Pada tahap *open coding*, dilakukan pengidentifikasian segmen makna, penentuan kata kunci dan kategori berdasarkan jawaban responden. Berikut merupakan contoh *open coding* dari jawaban responden.

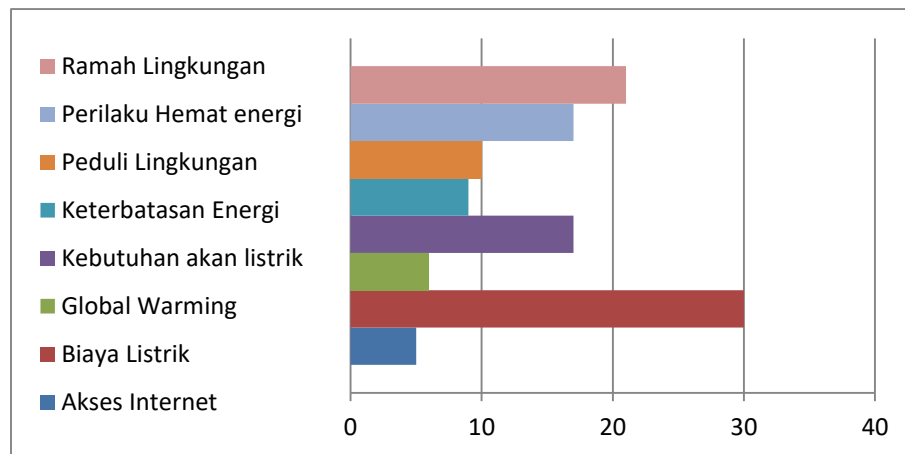
“Agar hemat listrik, biaya listrik turun, ramah lingkungan”
(perilaku hemat energi, biaya listrik, ramah lingkungan)

“Listrik sangat terbatas, harus mulai berhemat dari sekarang”
(keterbatasan listrik, perilaku hemat energi)

“Susah karna di kantor butuh listrik, wifi dll”
(kebutuhan akan listrik, akses internet)

“Susah untuk diterapkan. lebih baik dimulai dari rumah sendiri dulu”
(kebutuhan menggunakan listrik)

Melalui metode *open coding* yang dilakukan terkait alasan responden terhadap tingkat kepentingan perilaku hemat energi di kantor, didapatkan 8 kata kunci. Kata kunci yang paling sering muncul yaitu ‘Biaya Listrik’ (f:30), kata kunci yang sering muncul berikutnya adalah ‘Ramah Lingkungan’ (f:21), ‘Kebutuhan akan Listrik’ (f:17), ‘Perilaku Hemat Energi’ (f:17), ‘Peduli Lingkungan’ (f:10), ‘Keterbatasan Energi’ (f:9), ‘Global Warming’ (f:6), dan ‘Akses Internet’ (f:5).



Gambar 4. Frekuensi Kata Kunci (Sumber : Dokumentasi pribadi)

Biaya listrik (f:30) merupakan kata kunci yang paling sering muncul, pada kategori ini mayoritas responden membahas mengenai biaya listrik yang pada dasarnya bukan tanggung-jawab dari pegawai. Pada responden yang memilih sangat penting/penting, responden menyatakan bahwa semakin hari tagihan listrik semakin mahal, sehingga kegiatan penghematan energi penting dilakukan untuk membantu menurunkan biaya tagihan listrik yang harus dibayarkan oleh perusahaan/kantor. Sedangkan pada responden lainnya, kategori biaya listrik ini merupakan representasi dari pendapat responden yang menyatakan bahwa biaya listrik merupakan tanggung jawab perusahaan, dan bukan tanggung jawab dari pegawai. Ramah lingkungan (f:21) merupakan kata kunci yang mewakili responden yang menyatakan bahwa penghematan energi di kantor penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan responden berpendapat bahwa penghematan energi akan memberi dampak positif bagi lingkungan.

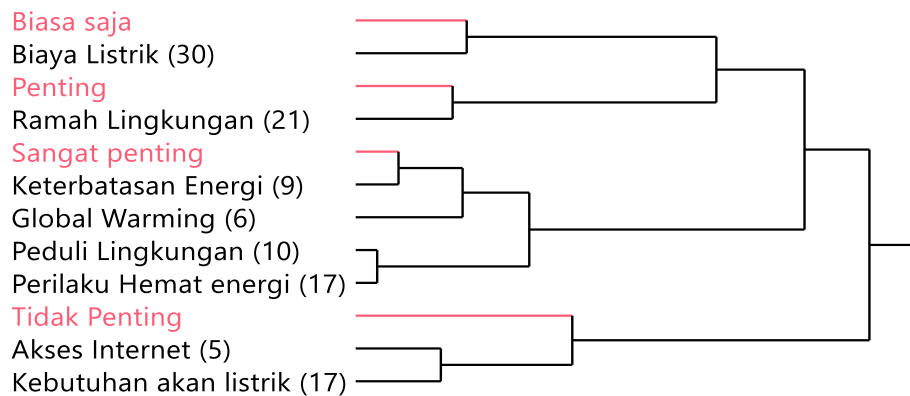
Kebutuhan akan listrik (f:17) mewakili responden yang merasa kegiatan penghematan energi di kantor tidak penting untuk dilakukan. Responden ini berpendapat bahwa kegiatan di kantor sangat bergantung kepada penggunaan listrik, dan penghematan energi akan menghambat kinerja pegawai. Perilaku hemat energi (f:17) merupakan kategori dengan frekuensi yang sama dengan kebutuhan akan listrik. Responden menyatakan bahwa penghematan energi merupakan perilaku yang baik, semua individu memiliki kewajiban untuk melakukan kegiatan penghematan, tanpa terkecuali penghematan energi di kantor. Peduli akan lingkungan (f:10) menjadi kategori tersendiri dan terpisah dari kategori ramah lingkungan karena kategori ini mewakili responden yang tidak hanya sadar akan pentingnya kegiatan penghematan energi, namun juga melakukan kegiatan penghematan.

Keterbatasan energi (f:9) mewakili responden yang berpendapat bahwa penghematan energi penting dilakukan karena responden sadar bahwa listrik merupakan energi yang tidak terbarukan. *Global warming* (f:6) mewakili responden yang berpendapat bahwa penghematan energi di kantor penting untuk dilakukan karena penggunaan energi yang berlebihan dapat memperburuk kondisi *global warming*. Akses internet (f:5) merupakan salah satu kata kunci yang mewakili responden yang menyatakan bahwa penghematan energi di kantor tidak penting untuk dilakukan. Responden tersebut menjelaskan bahwa akses internet sangat penting untuk membantu kinerja selama berada di kantor, sehingga peralatan elektronik yang menggunakan internet tidak bisa dimatikan atau dikurangi intensitas penggunaannya.

3.1 Hubungan antara Tingkat Kepentingan Perilaku Hemat Energi di Kantor dan Alasan

Hubungan antara tingkat kepentingan perilaku hemat energi di kantor dan alasan dilakukan melalui analisis korespondensi. Tingkat kepentingan telah dibagi menjadi empat kelompok, yaitu sangat penting, penting, biasa saja, dan tidak penting, sedangkan alasan terhadap tingkat

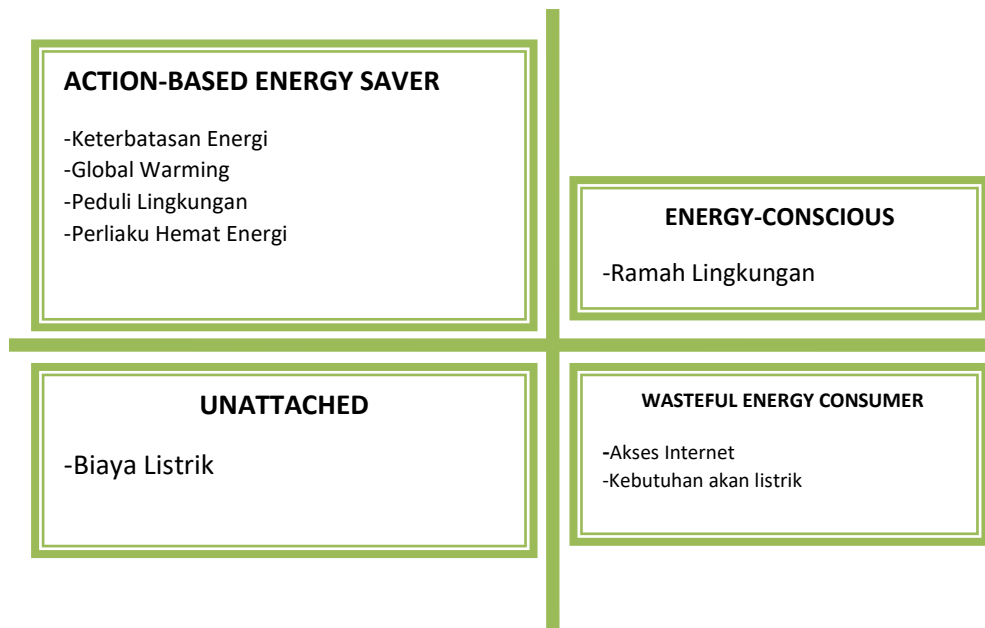
kepentingan tersebut telah terklasifikasi menjadi 8 kata kunci utama. Berdasarkan hasil analisis, keduanya memiliki hubungan yang signifikan dengan *P-Value* 0,0133 dan *Likelihood Ratio* 0,0094.



Gambar 5. Dendrogram hubungan tingkat kepentingan penghematan energi dan alasan
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3.2 Hubungan antara Nilai dan Persepsi Individu Terhadap Penghematan Energi di Kantor

Kajian mengenai hubungan antara nilai dan persepsi individu terhadap penghematan energi di kantor dipaparkan berdasarkan kelompok yang dominan ke kelompok yang frekuensinya paling kecil.



Gambar 6. Empat Kelompok Individu Berdasarkan Persepsi (Sumber : Dokumentasi pribadi)

Action-Based Energy Saver (Sangat Penting)

Kelompok sangat penting merupakan kelompok dengan jumlah pemilih terbanyak. Pada kelompok ini, responden cenderung peduli terhadap empat kategori alasan besar, yaitu perilaku hemat energi, peduli lingkungan, keterbatasan energi, dan *global warming*. Kelompok sangat penting tidak hanya sadar dan peduli akan lingkungan, namun memberikan kontribusi dalam bentuk aksi nyata penghematan energi. Kelompok ini merupakan individu yang persepsi dan tindakannya berlawanan dengan teori yang menyatakan bahwa penghematan energi di kantor merupakan tindakan yang jarang

dilakukan karena energi yang tersedia di kantor pada hakikatnya adalah fasilitas “gratis” dimana penghematan pada fasilitas yang tidak berbayar sangat sulit dilakukan dan berpotensi menjadi pemborosan (Perc, 2013).

Berdasarkan *Schwartz Theory of Basic Value*, kelompok individu ini paling mendekati kelompok *Humility and Universalism-Nature* (Kerendahan hati dan Universalisme – Alam) dimana kelompok nilai tersebut menekankan nilai kehidupan untuk bekerja dalam melestarikan lingkungan alam, melawan ancaman, sikap aktif yang bertentangan dengan kerendahan hati. Kelompok dengan nilai ini memiliki pandangan bahwa melakukan kegiatan sukarela (*volunteer work*) penting dalam hidup seseorang. Kelompok *Humility and Universalism-Nature* merupakan bagian dari *Self-Transcendence* (melampaui diri sendiri), individu yang memiliki nilai ini merupakan individu yang tidak hanya memikirkan diri sendiri.

Unattached (Biasa Saja)

Kelompok biasa saja merupakan kelompok yang mewakili responden yang masih tidak terlalu pasti dalam mengemukakan pendapatnya mengenai penghematan energi, kelompok dengan nilai ini juga menjadikan biaya listrik sebagai alasan utamanya, dimana pada sebuah kantor, biaya listrik bukanlah tanggung jawab langsung pegawai. Kelompok ini belum bisa dikategorikan ke dalam kelompok nilai yang spesifik karena adanya kebimbangan dalam memutuskan pandangan perilaku dan prinsip dalam kegiatan penghematan energi di kantor. Berikut beberapa alasan pemilihan tingkat kepentingan yang biasa saja terhadap penghematan energi di kantor;

“Di kantor hanya untuk bekerja, biaya sudah ditanggung”

“Susah karena di kantor butuh listrik, wifi, dll.”

Meskipun tidak ada kelompok nilai yang spesifik, individu pada kelompok ini cenderung menunjukkan nilai yang diwakili oleh kelompok nilai *Achievement*. Seperti yang dipaparkan oleh responden diatas, salah satu alasan mengapa tidak menganggap penghematan energi merupakan hal yang penting untuk diimplementasikan dikarenakan adanya kebutuhan dan tuntutan untuk bekerja, dan pentingnya menyelesaikan pekerjaan yang ada.

Waterful Energy Consumer (Tidak Penting)

Kelompok ini merupakan kelompok individu yang berpendapat bahwa dalam menjalankan pekerjaannya, adanya kebutuhan listrik dan akses internet yang tinggi sehingga kegiatan penghematan energi tidak penting untuk dilakukan di kantor. Salah satu faktor utama yang menghambat perilaku hemat energi adalah kurangnya kesadaran mengenai konsekuensi dari perilaku individu, meskipun perilaku atau kegiatan yang dilakukan merupakan hal yang kecil (Hansla *et al.*, 2008)

Merujuk kepada *Schwartz Basic Value*, kelompok ini paling mendekati ke kelompok yang memiliki nilai *Achievement* (Pencapaian) dimana nilai ini memiliki prioritas untuk mencapai tujuan utama dalam kehidupannya. Dalam kasus penghematan energi ini, nilai *Achievement* menjadi alasan mendasar mengapa individu tersebut lebih memilih untuk menjalankan rutinitas pekerjaannya yang penting, meskipun dalam menjalankan rutinitas kerja tersebut, secara sadar ataupun tidak sadar, individu juga melakukan pemborosan energi.

Energy-concious (Penting)

Kelompok terakhir adalah kelompok penting, pada kelompok ini responden sadar akan pentingnya penghematan energi karena hubungan dan imbasnya terhadap lingkungan. Kelompok ini merupakan bagian dari *Openness to Change* (terbuka terhadap perubahan), individu yang memiliki nilai ini merupakan individu yang memiliki potensi untuk berubah dan beradaptasi pada hal-hal yang berbeda.

Pada persepsi

penghematan energi di kantor, kelompok ini sudah memiliki pandangan bahwa penghematan energi merupakan hal yang baik dan sadar akan imbasnya terhadap untuk lingkungan.

4. Kesimpulan

Persepsi penghematan energi di kantor terbagi menjadi empat kelompok, yaitu *Action-Based Energy Saver*, *Energy-conscious*, *Unattached*, dan *Wasteful Energy Consumer*. Kelompok *Action-based energy saver* merupakan kelompok yang tidak hanya sadar dan peduli akan lingkungan, tapi juga memberikan kontribusi dalam bentuk aksi nyata penghematan energi. Individu yang termasuk dalam kelompok tersebut menjadi bagian dari *Self-Transcendence* (melampaui diri sendiri), individu yang memiliki nilai ini merupakan individu yang tidak hanya memikirkan diri sendiri. Kelompok *Energy-conscious* sadar akan pentingnya penghematan energi dan hubungannya dengan lingkungan. Kelompok ini merupakan individu yang memiliki nilai *Openness to Change*, dimana individu ini memiliki keterbukaan akan perubahan dan memiliki potensi untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Kelompok *Unattached* merupakan kumpulan individu yang masih tidak terlalu pasti dalam mengemukakan pandangannya mengenai penghematan energi. Kelompok yang terakhir adalah *Wasteful Energy Consumer*, merupakan kumpulan individu yang berpendapat bahwa penghematan energi di kantor dapat menghambat kinerja pekerjaannya. Individu pada kelompok ini menunjukkan nilai *Achievement* dimana pencapaian pekerjaannya menjadi prioritas dan prinsip di kehidupan sehari-hari.

Referensi

- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research : Procedures , Canons , and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3–20.
- DoE, U.S. (2011). Buildings energy data book. Energy Efficiency & Renewable Energy Department.
- Grunert, S. C., & Juhl, H. J. (1995). Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of economic psychology*, 16(1), 39-62.
- Hansla, A., Gamble, A. , Juliusson, A. & Gärling, T. (2008). Psychological Determinants of Attitude towards and Willingness to Pay for Green Electricity. *Energy Policy* 36, 768–74.
- Kumar, R. (2005). *Research Methodology: A Step-by-step Guide for Beginners* (2nd Editio). Malaysia: SAGE Publication Ltd.
- Leygue, C., Ferguson, E., & Spence, A. (2017). Saving energy in the workplace: why, and for whom?. *Journal of Environmental Psychology*, 53, 50-62.
- Murtagh, N., Gatersleben, B., Cowen, L., & Uzzell, D. (2015). Does perception of automation undermine pro-environmental behaviour? Findings from three everyday settings. *Journal of Environmental Psychology*, 42, 139-148.
- Nugroho, H. (2005). Konservasi energi sebagai keharusan yang terlupakan dalam manajemen energi nasional Indonesia: Belajar dari Jepang dan Muangthai. In *Workshop on Energy Conservation*, Yokohama Jan–Feb.
- Perc, M., Gomez-Gardenes, J., Szolnoki, A., Floría, L. M., & Moreno, Y. (2013). Evolutionary dynamics of group interactions on structured populations: a review. *Journal of the royal society interface*, 10(80), 20120997.
- Schwartz, S. H. (2006). Basic human values: An overview. Recuperado de <http://www.yourmorals.org/schwartz>.
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., ... & Dirilen-Gumus, O. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of personality and social psychology*, 103(4), 663.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online readings in Psychology and Culture*, 2(1), 11.