

Hubungan Antara *Employee Engagement* Dengan *Intention To Improvement* Pada Karyawan PT. "X"

The Relationship Between Employee Engagement And Intention To Improvement In Employees of PT. "X"

Hanita Febby Rizki Salasah

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: hanita.19023@mhs.unesa.ac.id

Meita Santi Budiani

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: meitasanti@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait hubungan *employee engagement* dengan *intention to improvement* pada karyawan PT. "X". Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Subjek penelitian ini berjumlah 203 orang karyawan, dengan rincian 30 orang karyawan sebagai subjek uji coba dan 173 orang karyawan sebagai subjek penelitian. Pengambilan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan dimensi *employee engagement* dan dimensi *intention* yang telah dimodifikasi dengan menghubungkan pada aspek *improvement* berdasarkan program *improvement* di perusahaan yakni sumbang saran. Analisis data menggunakan korelasi *pearson product moment* dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar 0,815 yang mana termasuk pada kategori sangat kuat dan bernilai positif. Penelitian ini menunjukkan hasil adanya hubungan yang signifikan antara *employee engagement* dengan *intention to improvement* pada karyawan PT. "X". Hubungan searah pada penelitian ini dikarenakan adanya nilai positif pada *Pearson Correlation*, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *employee engagement* maka semakin tinggi pula *intention to improvement* pada karyawan, begitu pula sebaliknya.

Kata kunci : *Employee Engagement, Intention to Improvement, Karyawan.*

Abstract

This study aims to obtain information related to the relationship between employee engagement and the intention to improvement in PT. "X". The research method used in this study is quantitative. Data retrieval techniques use purposive sampling techniques. The subjects of this study amounted to 203 employees, with 30 employees as test subjects and 173 employees as research subjects. The data collection of this study used a questionnaire prepared based on the employee engagement dimension and the intention dimension that had been modified by linking the improvement aspects based on improvement programs in the company, namely discordant suggestions. Data analysis using Pearson Product Moment correlation with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). It is also known that the value of the correlation coefficient is 0.815 which is included in the very strong and positive category. This study shows the results of a significant relationship between employee engagement and intention to improvement in PT. "X". The unidirectional relationship in this study

is due to the positive value in the Pearson Correlation, it shows that the higher the employee engagement, the higher the intention to improve in employees, and vice versa.

Key word : *Employee Engagement, Intention to Improvement, Employee*

Article History	 
<i>Submitted : 27-06-2023</i>	
<i>Final Revised : 04-07-2023</i>	
<i>Accepted : 04-07-2023</i>	<p><i>This is an open access article under the CC-BY-SA license</i></p> <p><i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i></p>

Kompetisi yang ada pada dunia bisnis menjadi sesuatu yang dapat dikatakan normal, masing-masing perusahaan akan berkompetisi menunjukkan bahwa dirinya yang terbaik. Persaingan yang ketat dan lingkungan industri yang terus berkembang merupakan akibat dari meningkatnya kualitas barang atau jasa yang diminta oleh konsumen (Zulkarnain et al., 2019). Lingkungan industri harus mampu mengikuti perkembangan dunia bisnis yang semakin dinamis, sehingga organisasi harus mampu memunculkan berbagai cara untuk meningkatkan efisiensi dan kemampuan beradaptasi dengan lingkungan yang berlaku agar tetap kompetitif (Widodo et al, 2019). Pada dasarnya masing-masing perusahaan akan memiliki target utama yang sama yakni mencapai keuntungan sebesar-besarnya (Nur Irawan, 2019). Untuk itu, perusahaan kemudian mencari cara agar dapat bertahan, cara yang digunakan salah satunya menargetkan perbaikan terus-menerus, menjadikannya sumber keunggulan utama dan pencapaian tujuan untuk bertahan hidup.

Organisasi atau perusahaan membutuhkan perbaikan untuk semua bidang (Khattak et al., 2020). Perbaikan pada sistem, manajemen, proses penjualan, dan lain sebagainya merupakan usaha perusahaan untuk terus bertumbuh dan berkembang dengan sebaik mungkin sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lainnya (Indrajaya, 2008; Nuraeni, 2018). Coughlan (2012; Nuraeni, 2018) menjelaskan bahwa perubahan pada pendekatan perusahaan untuk melakukan perbaikan bersifat penting guna pengembangan lebih lanjut serta mempertahankan perbaikan terus-menerus. Sebuah organisasi yang berfokus pada peningkatan proses menjadi organisasi pembelajar, dimana semua peserta belajar bertanggung jawab atas semua urutan kegiatan yang diatur secara logis. Diyakini bahwa hanya organisasi seperti itu yang mampu menanggapi kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berubah. Peningkatan proses tidak dapat dianggap sebagai proyek satu kali, karena penciptaan nilai membutuhkan tekanan pada proses yang tersebar dari waktu ke waktu (Smart et al., 2009; Brajer-Marczak, 2014).

Perbaikan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pada organisasi dimana seluruh karyawannya senantiasa mencari peluang untuk menghilangkan penyebab ketidaksempurnaan fungsi organisasi tersebut baik dalam hal sistem, manajemen, fasilitas, pelayanan, dan lain sebagainya. Untuk itu perusahaan menginginkan adanya inisiatif yang tinggi dari karyawan dalam berkontribusi memberikan masukan, ide, ataupun saran berkaitan dengan perbaikan perusahaan yang merupakan tempat mereka bekerja. Proses perbaikan tentu tidak hanya menjadi tanggung jawab para pemimpin perusahaan namun lebih dari itu, seluruh karyawan diharapkan dapat memberikan masukan yang membangun pada tingkatan terkecil seperti perbaikan untuk divisi atau departemennya sendiri hingga tingkat perusahaan.

Karyawan memiliki peran penting untuk perbaikan perusahaan karena dapat dikatakan bahwa karyawan merupakan motor penggerak suatu perusahaan.

Sebelum melakukan sebuah perilaku atau tindakan dengan tujuan untuk melakukan perbaikan, setiap individu akan memiliki niat atau minat. Untuk itu Ajzen (2005) menyatakan fakta bahwa niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku merupakan komponen yang paling penting, faktor ini pula yang secara langsung mempengaruhi tindakan yang diambil. Ketika individu dapat menjelaskan kapan, dimana, dan seperti apa niat mereka saat akan melakukan sesuatu maka kemungkinan besar perilaku tersebut akan benar-benar dilakukan oleh individu tersebut (Ajzen, 2005). Individu yang memiliki niat untuk melakukan perbaikan mempunyai kegairahan atau dorongan untuk menunaikan serangkaian tingkah laku untuk mendekati objek itu (Purba, 2012; Picaully, 2018).

Tentu saja pimpinan perusahaan berkeinginan agar seluruh karyawannya dapat berkontribusi secara positif tidak hanya dalam proses bekerja yang berhubungan dengan deskripsi pekerjaan tetapi juga dalam proses pengembangan perusahaan. Ajzen (2005) menyatakan bahwa niat terdiri dari empat komponen yakni target, tindakan, konteks, dan waktu. target adalah kata yang mengacu pada tujuan yang ingin dicapai seseorang saat berperilaku tertentu. Ketika perilaku terjadi, itu disebut tindakan. Suatu situasi yang mempengaruhi suatu perilaku disebut konteks. Sementara waktu menunjukkan kapan perilaku tersebut terjadi. Niat untuk melakukan suatu perilaku dapat diprediksi berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai teori perilaku terencana menyatakan bahwa perilaku manusia dikendalikan oleh tiga aspek yakni; Pertama, pendapat individu tentang konsekuensi yang mungkin terjadi dari tindakan mereka dan cara mereka melihat konsekuensi tersebut (*attitude toward behavior*). Kedua, kepercayaan seseorang tentang ekspektasi normatif orang lain dan dorongan mereka untuk memenuhi ekspektasi tersebut (*subjective norm*). Ketiga, keyakinan individu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi atau menghalangi kinerja perilaku, serta bagaimana faktor-faktor tersebut dianggap memiliki kekuatan (*perceived behavioral control*). Faktanya, niat yang dievaluasi dalam studi yang tercantum dalam *Theory of Planned Behavior* berhubungan erat dengan perilaku dalam hal elemen target, tindakan, konteks, dan waktu (Ajzen, 2005).

PT. "X" memiliki beberapa program perbaikan secara terus menerus, misalnya Sumbang Saran, 5R, dan QCC. Pada penelitian ini hanya membahas Sumbang Saran sebagai program yang digunakan untuk sarana perbaikan. Tujuan sederhana dari program sumbang saran membuat menarik untuk diangkat. Tujuan dari program ini adalah mengajak seluruh karyawan untuk ikut andil dalam proses perbaikan perusahaan baik terkait sistem, fasilitas, pelayanan, dan lain sebagainya. Program sumbang saran ini dilakukan dengan mengajak karyawan untuk menyumbangkan ide atau saran dari lingkup terkecil hingga lingkup besar setingkat perusahaan. Program sumbang saran pada PT. "X" telah dilakukan selama satu tahun, sejak 2022 hingga saat ini. Program ini *slogan* berupa "1 karyawan, 1 saran untuk perusahaan". PT. "X" memiliki 12 divisi atau departemen yang terdiri dari *Quality Control* (QC), *Stock Preparation* (SP), PPIC, *Power Plant* (PP), *Paper Machine* (PM), *Purchasing, Marketing, Finance, Mechanical*, IT, HRGA, *Electric*. PT. "X" memiliki sebanyak 12 departemen, dari departemen-departemen tersebut diketahui bahwa jumlah keseluruhan karyawan berjumlah 482 karyawan.

Pada hasil observasi, studi dokumentasi melalui rekap data Sumbang Saran selama satu tahun terakhir, dan wawancara sebelumnya yang dilakukan dengan manajer HRGA pada PT. "X" diketahui bahwa total karyawan yang telah memberikan saran berjumlah 281 karyawan, sedangkan jumlah keseluruhan karyawan tetap pada PT. "X" ini berjumlah 482 karyawan. Kemudian fakta lain yang ada yakni terdapat 417 saran yang masuk yang telah disumbangkan

oleh 281 karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa setengah dari jumlah keseluruhan karyawan telah menyumbangkan sarannya.

Perbaikan pada perusahaan memiliki tujuan utama yakni membenahi perusahaan atau organisasi untuk menjadi lebih baik dan semakin baik, sehingga perusahaan atau organisasi dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Sejalan dengan penjelasan tersebut setiap perusahaan selalu memiliki visi, misi, dan tujuan yang menjadi pedoman dan arah langkah mereka. Dessler (2018; Ariva & Puspitadewi, 2022) menjelaskan bahwa keterikatan karyawan mampu mempererat hubungan terkait nilai, tujuan, visi, misi organisasi dengan karyawan dan manajer.

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi untuk melakukan perbaikan, faktor tersebut berhubungan pula dengan keterikatan karyawan terdapat pada faktor personal. Faktor personal ini meliputi sikap, nilai, ciri kepribadian, emosi, dan kecerdasan. Faktor personal ini kemudian disebut *personal engagement* oleh Khan (1990) berkaitan fisik, kecerdasan kognitif, dan emosi. Sejalan dengan penjelasan tersebut *personal engagement* memiliki pengertian yang sama menurut Luthans (2011) yang menjelaskan bahwa *employee engagement* merupakan keadaan karyawan secara emosional telah mengabdikan dirinya pada pekerjaannya. Maka dapat disimpulkan bahwa *employee engagement* dengan *personal engagement* memiliki arti yang sama yakni suatu keadaan seorang karyawan atau diri seseorang yang terikat dengan pekerjaannya baik secara emosi, kecerdasan, maupun secara fisik.

Ketika karyawan tidak merasa terikat terhadap organisasi karyawan cenderung memikirkan untuk berkontribusi pada perusahaan hanya sekedar untuk memenuhi tanggung jawabnya yang telah ditentukan dalam deskripsi pekerjaan. Kemudian dengan adanya keterikatan karyawan pada proses perbaikan ini dapat menunjukkan bahwa karyawan memiliki keinginan untuk tetap menjadi bagian dari perusahaan, baik dalam hal melayani perusahaan maupun memberikan manfaat bagi perusahaan (Marzouk & Bou'sha, 2017; Al-Gharaibeh et al., 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Gallup (2014; Brajer-Marczak, 2014) menyatakan bahwa hanya 13% karyawan di seluruh dunia yang berkomitmen terhadap pekerjaan mereka atau dapat disebut hanya 13% yang memiliki sikap *engagement* terhadap pekerjaannya.

Hal yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan di PT. "X" dapat dikatakan sebagai karyawan yang "*engaged*" namun tidak sempurna, jika didasarkan pada hasil rekap data program perbaikan melalui sumbang saran serta hasil wawancara dengan beberapa karyawan. Ini menunjukkan masih kurangnya karyawan pada keinginan untuk ikut serta dalam berinovasi serta memberikan manfaat bagi perusahaan. Untuk itu *employee engagement* dipilih sebagai variabel yang berhadapan dengan variabel intensi untuk melakukan perbaikan.

Penelitian ini didukung dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berdasarkan topik atau variabel yang sama. Berikut beberapa rujukan penelitian terdahulu: penelitian ini dilakukan oleh Vinca Regina Letsoin dan Sri Langgeng Ratnasari (2020) berjudul "Pengaruh Keterikatan karyawan, Loyalitas Kerja, dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan karyawan tidak berdampak signifikan terhadap kinerja mereka. Sejalan dengan hasil sebelumnya, variabel loyalitas kerja juga memiliki dampak terhadap kinerja karyawan, tetapi tidak signifikan. Namun, kerjasama tim dan kinerja karyawan saling berpengaruh. Secara keseluruhan, kinerja karyawan tidak banyak dipengaruhi oleh keterikatan karyawan, loyalitas kerja, dan kerja tim. Rujukan penelitian kedua berjudul "Pengaruh *Employee Engagement*, Pemberdayaan, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Toyota Motormanufacturing Indonesia" dilakukan oleh Adel Christian P Sakeru, Aji Hermawan, dan Yunus Triyonggo (2019). Penelitian

menunjukkan bahwa pemberdayaan dan *employee engagement* juga berdampak positif pada komitmen organisasi. Meskipun *employee engagement* tidak mempengaruhi kinerja karyawan secara signifikan secara langsung, *employee engagement* meningkatkan komitmen organisasi.

Kemudian pada data dan penjelasan sebelumnya telah diketahui bahwa kondisi lapangan yang sesungguhnya menunjukkan perbedaan antara jumlah keseluruhan karyawan dengan jumlah karyawan yang telah memberikan sarannya. Berbekal dari data tersebut peneliti memilih lokasi yang sama dengan lokasi tempat magang sebelumnya, karena permasalahan yang diangkat pada penelitian ini sesuai dengan fenomena yang ada, dimana terdapat *gap* antara hal yang seharusnya terjadi dengan kenyataan di lapangan. Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, yang juga didasarkan pada fenomena yang terjadi, penelitian terdahulu, serta pemilihan lokasi yang menurut peneliti sangat tepat untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Maka penelitian dengan judul “Hubungan Antara *Employee Engagement* Dengan *Intention to Improvement* Pada Karyawan PT. “X”. Dengan harapan penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara keterikatan karyawan dan niat untuk memperbaiki di PT. “X”. Kemudian temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran yang relevan tentang keterikatan karyawan dan upaya untuk memperbaiki organisasi. Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui hubungan antara *employee engagement* dengan *intention to improvement* pada karyawan PT. “X”.

Metode

Metode kuantitatif diterapkan pada penelitian ini. Penelitian kuantitatif sendiri memiliki ciri yakni mengumpulkan dan memeriksa data berdasarkan statistik dan angka (Soegiyono, 2011). Instrumen penelitian seperti kuesioner, survei, atau pengamatan sistematis untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kemudian menganalisisnya secara statistik untuk menghasilkan informasi dan temuan yang dapat diukur dan diinterpretasikan secara objektif (Arikunto, 2002; Stone Romero, 2004; Sugiyono, 2017; Jannah, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik korelasional untuk menilai hubungan antara dua variabel pengukuran, seberapa erat hubungan mereka, dan apakah hubungan tersebut memiliki signifikansi (Anwar, 2009). Pada penelitian ini variabel yang akan diukur adalah variabel bebas (X) variabel yang memiliki kedudukan diawal sebelum variabel dependen atau variabel terikat (Darwin et al., 2021) dan variabel terikat (Y) variabel ini juga dikenal sebagai variabel dependen atau variabel yang terpengaruh dalam penelitian (Darwin et al., 2021).

Sampel/populasi

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh karyawan tetap di PT. “X”. Sampel Sampel merupakan bagian dari populasi yang nantinya akan dijadikan subjek penelitian (Jannah, 2016; Jannah, 2018). Peneliti menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*. Kemudian untuk menentukan ukuran sampel populasi penelitian ini, peneliti menggunakan tabel Isaac & Michael dengan tingkat kesalahan 10%. Kriteria sampel pada penelitian ini yakni karyawan tetap pada PT. “X”, karyawan merupakan bagian dari divisi yang ada pada PT. “X”, dan karyawan yang secara sukarela berkenan menjadi subjek penelitian. Subjek yang digunakan pada penelitian berjumlah 203 orang karyawan dengan 30 orang karyawan sebagai subjek uji coba dan 173 orang karyawan sebagai subjek penelitian.

Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan medel *skala likert* yang telah dimodifikasi. Dengan menggunakan *skala likert* yang dimodifikasi, peneliti dapat mengumpulkan data tentang persepsi, pendapat, atau sikap responden terkait dengan variabel yang diteliti (Sugiono, 2005; Anwar, 2009). Sedikit berbeda dengan *skala likert* pada umumnya dimana rentang skor yang dimunculkan yakni pada angka 1 hingga 5. Namun, pada penelitian ini terdapat modifikasi skala, modifikasi ini dilakukan untuk menghilangkan skor netral pada jawaban yang ditawarkan. Pilihan jawaban yang digunakan pada penelitian ini yaitu “SS” (sangat setuju), “S” (setuju), “TS” (tidak setuju) dan “STS” (sangat tidak setuju). Pengelompokan pernyataan dibagi menjadi dua bentuk yaitu pernyataan yang berbentuk positif (*favorable*) dan berbentuk negatif (*unfavorable*). Nilai jawaban yang diberikan yakni pada rentang 1 hingga 4. Kuesioner tersebut didistribusikan menggunakan *google form* secara *online* dan lembar kuesioner yang dibagi secara *offline*.

Variabel *employee engagement* diukur menggunakan skala *employee engagement* yang dikembangkan oleh Schaufeli (2013) yang memiliki dimensi *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. Variabel *intention to improvement* menggunakan skala *intention* yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) dengan dimensi yakni *Attitude Toward the Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*. Pada variabel *intention to improvement* kuesioner dimodifikasi dengan menghubungkan pada aspek *improvement* berdasarkan program *improvement* di perusahaan yakni sumbang saran.

Analisis data

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen tersebut benar-benar menggambarkan fenomena yang sedang diteliti (Anwar, 2009). Penghitungan tersebut menggunakan nilai-nilai korelasi *product moment*, harus lebih dari 0,3. Jika nilai setiap aitem kurang dari 0,3 maka aitem tersebut hilang atau gugur. Uji reliabilitas menilai stabilitas dan konsistensi temuan pengukuran yang dihasilkan dengan instrumen yang digunakan (Anwar, 2009). Dengan menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*, jika hasil signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,7 dapat dikatakan reliabel. Perangkat lunak statistik seperti *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) dan *Microsoft Office Excel* digunakan untuk melakukan penghitungan uji validitas dan reliabilitas penelitian.

Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, data dapat dikatakan berdistribusi norma jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (Soegiyono, 2011). Untuk memastikan hubungan antara dua variabel dan kekuatannya, analisis data terdiri dari pemeriksaan korelasi *Pearson product-moment* atau uji hubungan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Hasil

Deskripsi statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standart deviasi yang dijabarkan melalui tabel dibawah ini.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. deviasi
<i>Employee Engagement</i>	173	66	136	106,14	15,871
<i>Intention to Improvement</i>	173	40	79	59,68	7,233

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel *employee engagement* dengan nilai rata-rata 106,14, nilai terendah sebesar 66, sedangkan nilai maksimal 136. Kemudian pada variabel *intention to improvement* memiliki nilai rata-rata 59,68, dengan nilai terendah sebesar 40 dan nilai maksimal sebesar 79. Nilai standar deviasi pada kedua variabel masing-masing sebesar 15,871 *employee engagement* pada variabel dan 7,233 pada variabel *intention to improvement*.

Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, data dapat dikatakan berdistribusi norma jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Pada penelitian ini uji normalitas dijelaskan melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
<i>Employee engagement</i> dan <i>Intention to improvement</i>	0,064	Berdistribusi normal

Tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi sebesar 0.064 ($p > 0,05$). Berdasarkan hal tersebut maka kedua variabel memiliki sebaran data yang berdistribusi normal, karena kedua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui hubungan antara *employee engagement* dengan *intention to improvement*. Penelitian ini juga memiliki hipotesis yakni terdapat hubungan antara *employee engagement* dengan *intention to improvement*. Untuk membuktikan hal tersebut maka dilakukanlah uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson product-moment*. Koefisien korelasi dengan nilai ($p < 0,05$) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan, sedangkan jika nilai koefisien korelasi memiliki nilai ($p > 0,05$) maka data dinyatakan tidak signifikan. Adapun kategori hubungan yang menjadi pedoman menurut Sugiyono (2006).

Tabel 3. Interval Koefisien Korelasi

Interval korelasi	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Tidak ada korelasi
0,20-0,399	Berkorelasi lemah
0,40-0,599	Berkorelasi sedang
0,60-0,799	Berkorelasi kuat
0,80-1,00	Berkorelasi sangat kuat

Berikut merupakan hasil uji *Pearson product-moment* pada penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi

		Employee	Intention
Employee	Pearson Correlation	1	.815**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	173	173
Intention	Pearson Correlation	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	173	173

Temuan uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara faktor *employee engagement* dengan *intention to improvement*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Menurut temuan analisis korelasi *Pearson Product-Moment*, korelasi antara *employee engagement* dengan *intention to improvement* sangat kuat berkorelasi, dengan nilai korelasi 0,815 bila dilihat dari tabel interval divisi korelasi.

Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis pada variabel *employee engagement* dan *intention to improvement* diketahui bahwa nilai signifikansi bernilai 0,000 hal tersebut menyatakan bahwa *employee engagement* memiliki hubungan dengan *intention to improvement*. Koefisien korelasi pada kedua variabel menunjukkan nilai 0,815 yang berarti bahwa kedua variabel berkorelasi sangat kuat, dan angka positif menunjukkan bahwa keadaan yang searah, dapat diartikan bila tingkat *employee engagement* tinggi maka tingkat *intention to improvement* tinggi pula, hal tersebut berlaku pada situasi sebaliknya, jika tingkat *employee engagement* rendah maka tingkat *intention to improvement* juga bernilai rendah. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alinda Mariyanti Wibowo dan Umi Anugerah Izzati (2019) memiliki hasil korelasi antar variabel yang sangat kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,601. Berdasarkan nilai signifikansi untuk uji normalitas dalam penelitian ini adalah 0,64 ($p > 0,05$), data dianggap berdistribusi normal.

Merujuk pada analisis data yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa tingkat skor *employee engagement* pada karyawan PT. "X" memiliki kecenderungan pada kategori tingkat keterikatan sedang dengan jumlah sebanyak 111 karyawan (64,2%). Variabel *employee engagement* memiliki tiga dimensi yakni *vigor* (semangat), *dedication* (dedikasi), dan *absorption* (penyerapan). Berdasarkan tabulasi data berdasarkan jawaban partisipan diketahui rata-rata masing-masing dimensi pada penelitian. Pada dimensi *vigor* atau semangat memiliki rata-rata 3,26, dimensi *dedication* (dedikasi) diperoleh rata-rata 3,15, dan dimensi *absorption* atau penyerapan 3,02.

Kebervarian dari hasil data yang diperoleh dan menunjukkan kategori sedang ditandai dengan kesukarelaan karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan antusias dan memberikan saran kepada perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh M. Rizza Akbar (2013) memperoleh

hasil bahwa sebanyak 54,48% responden memiliki kategori keterikatan pada tingkat sedang. Penelitian lain dilakukan oleh M. Agus Hali (2019) menunjukkan hasil tingkat *absorption* 3,51 (sedang), kemudian *dedication* 3,45 (sedang), dan *vigor* 3,34 (sedang), maka secara rata-rata 3,43 dengan kategori sedang.

Beberapa faktor, termasuk lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, hubungan dengan rekan kerja, pelatihan dan pengembangan karir, kompensasi, kebijakan, prosedur, struktur organisasi, dan sistem, serta kesejahteraan di tempat kerja, dapat mempengaruhi berbagai tingkat kategorisasi dalam variabel *employee engagement* (Khan, 1990). Faktor lain yang mempengaruhi *employee engagement* adalah budaya organisasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Alviandi Akbar dan Meita Santi Budiani (2021) menunjukkan bahwa dukungan sosial berhubungan positif dengan *employee engagement*. Maka jika tingkat budaya organisasi tinggi maka *employee engagement* juga memiliki tingkat yang tinggi.

Menurut data penelitian yang dilakukan sebelumnya, tingkat intensi pada karyawan PT. "X" untuk melakukan perbaikan skor cenderung jatuh ke area sedang dengan jumlah sebanyak 121 karyawan (69,9%). Hal ini diketahui berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *intention to improvement*. Variabel *intention to improvement* memiliki tiga dimensi yakni *attitude to toward the behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku). Berdasarkan tabulasi data berdasarkan jawaban partisipan diketahui rata-rata masing-masing dimensi pada penelitian. Pada dimensi *attitude to toward the behavior* atau sikap terhadap perilaku memiliki rata-rata 3,03, dimensi *subjective norm* (norma subjektif) diperoleh rata-rata 2,96, dan dimensi *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku 2,94.

Kebervarian dari hasil data yang diperoleh dan menunjukkan kategori sedang ditandai kemauan karyawan menyumbangkan saran sebagai feedback atas hak-hak karyawan yang telah diberikan oleh perusahaan dan karyawan menyadari bahwa perusahaan membutuhkan karyawan yang memiliki loyalitas. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Oktavia Sari dan Suci Rahma Nio (2019) memperoleh hasil bahwa sebanyak 97 partisipan atau sebanyak 97% partisipan memiliki kategori intensi membeli pada tingkat sedang. Sedangkan pada penelitian Adelina, dkk (2017) menunjukkan hasil bahwa sebanyak 25 (71,4%) partisipan memiliki kategori intensi melakukan diskriminasi pada tingkat sedang.

Koefisien korelasi pada variabel *employee engagement* dan *intention to improvement* bernilai tinggi disebabkan tingginya nilai rata-rata pada setiap dimensi yang dimiliki oleh masing-masing variabel khususnya pada dimensi *vigor* atau semangat dan *attitude to toward the behavior* atau sikap terhadap perilaku yang dimiliki oleh variabel *intention*.

Sejumlah variabel, termasuk faktor personal (kepribadian, nilai kehidupan, emosi, dan kecerdasan), seperti yang dijelaskan oleh Khan (1990) faktor personal juga berkaitan dengan diri mereka sendiri seperti ekspresi diri dari peran diri, seseorang akan terikat dengan pekerjaannya ketika mereka mampu mengekspresikan dirinya dan bersedia memberikan energi pribadi dalam pekerjaannya, untuk itu mengapa faktor personal dikaitkan dengan *employee* karena semua bersumber dari diri sendiri, faktor yang kedua yakni faktor sosial (usia, jenis kelamin, etnis, pendidikan, pendapatan, agama, dan sebagainya), dan faktor informasi yang berkaitan dengan akses informasi, dapat mempengaruhi intensi, faktor-faktor tersebutlah yang dapat menyebabkan tingkat kategorisasi variabel pada tingkat yang berbeda (Ajzen, 2005).

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini diketahui bahwa nilai hipotesis memiliki tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil olah data yang telah disajikan sebelumnya. Dengan tingkat signifikansi ini, jelas bahwa ada hubungan antara kedua variabel dalam penelitian ini. Nilai *pearson product moment* sebesar 0,815, nilai tersebut memiliki kategori korelasi kuat. Nilai *pearson product moment* menunjukkan angka positif yang berarti bahwa kedua variabel saling berhubungan lurus, atau dengan penjelasan saat tingkat *employee engagement* tinggi maka tingkat *intention to improvement* memiliki nilai yang tinggi pula, begitu pula pada keadaan sebaliknya, jika tingkat *employee engagement* rendah maka tingkat *intention to improvement* memiliki tingkat yang rendah. Maka dengan demikian hipotesis H₁ dapat diterima berdasarkan hasil penelitian dan olah data.

Analisis data yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa tingkat skor *employee engagement* pada karyawan PT. "X" memiliki kecenderungan pada kategori tingkat keterikatan sedang dengan jumlah sebanyak 111 karyawan (64,2%). Sejalan dengan *employee engagement*, variabel *intention to improvement* memiliki kecenderungan pada kategori tingkat keterikatan sedang dengan jumlah sebanyak 121 karyawan (69,9%).

Saran

Penelitian ini hanya terfokus pada subjek yang merupakan karyawan tetap di satu perusahaan manufaktur. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pendalaman penelitian kepada seluruh karyawan tetap pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur. Penelitian terkait *intention to improvement* belum banyak dibahas. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait variabel tersebut dengan harapan dapat menghasilkan dimensi baru.

Daftar Pustaka

- Adelina, F., Hanurawan, F., & Yasminum Suhanti, I. (2017). Terhadap Mahasiswa Yang Berasal Dari Nusa Tenggara Timur. *Sains Psikologi*, 6(1), 1–8. doi: <http://dx.doi.org/10.17977/um023v6i12017p1-8>
- Agus Hali, M. (2019). Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Komitmen Organisasi (Studi Pada Divisi Produksi Pt. Indo Putra Harapan Sukses Makmur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 228–234. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/25466>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (Second). Open University Press McGraw-Hill Education.
- Akbar, R. A., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan antara Budaya Organisasi dengan Employee Engagement pada Karyawan Laksmi Muslimah. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 1–12. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41429>
- Al-Gharaibeh, S. M., Hijazi, H. A., ALqudah, M. N., Al-zoubi, D. M., Abdallah, K., & Alnaimi, H. M. (2022). Impact Of The Employee Engagement On The Continuous Improvement Through The Innovative Behavior In The Public Sector In The Hashemite Kingdom of

- Jordan. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2), 4551–4568. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/2826>
- Anwar, A. (2009). Statistika untuk Penelitian Pendidikan. In *IAIT Press* (Vol. 53, Issue 9). IAIT Press.
- Ariva, A. P., & Puspitadewi, N. W. S. (2022). Hubungan Keterikatan Karyawan dengan Persepsi Kinerja Karyawan PT X di Masa Pandemi Covid-19. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(7), 34–46. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/48416>
- Brajer-Marczak, R. (2014). Employee Engagement In Continuous Improvement Of Processes. *Management*, 18(2), 88–103. doi: <https://doi.org/10.2478/manment-2014-0044>
- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Jannah, M. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi. In M. Jannah (Ed.), *Yogyakarta: Pustaka pelajar*. Unesa University Press.
- Khan, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management*, 33(04), 692–724. doi: <https://doi.org/10.1021/la051212i>
- Khattak, M. N., Zolin, R., & Muhammad, N. (2020). Linking Transformational Leadership And Continuous Improvement: The Mediating Role of Trust. *Management Research Review*, 43(8), 931–950. doi: <https://doi.org/10.1108/MRR-06-2019-0268>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Letsoin, V. R., & Ratnasari, S. L. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Loyalitas Kerja dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*, 9(1), 17–34. doi: <https://doi.org/10.33373/dms.v9i1.2316>
- Luthans, F. (2011). *Organizational Behavior* (12th ed.). McGraw-Hill. doi: https://doi.org/10.5005/jp/books/10358_23
- Nur Irawan, M. R. (2019). Analisis Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. TJCM. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1273. doi: <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.236>
- Nuraeni, E. (2018). Pengaruh Continuous Improvement Terhadap Change of Culture dan Upside-Down-Organization Himpunan Pedagang Alun-alun Mojokerto (HIPAM) Pada Area PKL Benteng Pancasila Kota Mojokerto. *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, 1(2), 59–66. doi: <https://doi.org/10.32616/jbr.v1i2.99>
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di

- Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. doi: <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>
- Rizza Akbar, M. (2013). Pengaruh budaya organisasi terhadap employee engagement (studi pada karyawan PT. Primatexco Indonesia di Batang). *Journal of Social and Industrial Psychology*, 2(1), 10–18. doi: <https://doi.org/10.15294/sip.v2i1.2124>
- Sakeru, A. C. P., Hermawan, A., & Triyonggo, Y. (2019). Pengaruh Employee Engagement, Pemberdayaan, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Toyota Motormanufacturing Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 12(2), 126–148. doi: <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i2.12345>
- Sari, A. O., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Antara Citra Diri Dengan Intensi Membeli. *Psikologi*, 2(3), 1–12.
- Schaufeli, W. B. (2013). *What is engagement?* In C. Truss, K. Alfes, R. Delbridge, A. Shantz, & E. Soane (Eds.), *Employee Engagement in Theory and Practice*. Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9780203076965-10>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Statistik untuk Penelitian* (E. Mulyatiningsih (ed.)). CV Alfabeta.
- Wibowo. A, I. U. (2019). Hubungan antara employee engagement dengan organizational citizenship behavior pada perawat rumah sakit x. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(3), 1–9. doi: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/29137>
- Widodo, Tri & Fardiansyah, I. (2019). Implementasi Continuous Improvement Dengan Menggunakan Metode PDCA Pada Proses Handover Di Warehouse PT. ABC. *Journal Industri Manufacturing*, 4(1), 37–44. doi: <http://dx.doi.org/10.31000/jim.v4i1.1243>
- Zulkarnain, I., Gemina, D., & Yuningsih, E. (2019). Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kinerja Karyawan PT BCD Bogor. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(1), 40–48. doi: <https://doi.org/10.30997/jsh.v10i1.1615>