

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era saat ini perkembangan teknologi dan globalisasi yang semakin meluas membuat pertumbuhan industri semakin meningkat sehingga perusahaan saling berupaya menciptakan keunggulan-keunggulan kompetitif. Salah satu sumber utama bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan yang kompetitif adalah sumber daya manusia (Woo & Chelladurai, 2012). Menurut Hasibuan (2012) sumber daya manusia adalah aktivitas yang bersangkutan dengan masalah penggunaan tenaga kerja manusia dalam suatu usaha kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Tanpa sumber daya manusia yang baik perusahaan tidak akan berkembang dengan baik dan mampu bertahan di dunia persaingan industrial.

Organisasi akan selalu mendapatkan tantangan baik internal maupun eksternal. Organisasi yang mampu bertahan menghadapi tantangan adalah organisasi yang mampu berkembang dan bertahan di persaingan industrial (Yogatama & Widyarini, 2015). Perusahaan tidak lagi hanya mencari calon karyawan yang memiliki kemampuan diatas rata-rata, namun mereka juga mencari calon karyawan yang mampu menginvestasikan diri mereka sendiri untuk terlibat dalam pekerjaan, proaktif, dan memiliki komitmen tinggi terhadap standar kualitas kinerja (Bakker, 2007).

Menurut Dessler (2010) dewasa ini karyawan menjadi salah satu aset perusahaan yang penting dan perlu dikembangkan untuk mendukung

kelangsungan dan keberhasilan suatu perusahaan. Karyawan merupakan komponen utama suatu perusahaan dan menjadi pelaku dalam setiap aktivitas perusahaan. Sumber daya manusia bersifat dinamis. Perubahan dapat terjadi ketika pekerja pensiun dan akan digantikan dengan pekerja lainnya (Ozcelik, 2015). Pada kenyataannya, tidak mungkin dalam suatu periode akan terdiri dari individu dengan usia atau kebiasaan yang sama, pada waktu yang sama akan terdiri dari karyawan senior dan junior (Wibowo & Haryanti, 2017).

Menurut Delcampo, Haggerty, Haney, & Knippel (2011) saat ini terdapat beberapa generasi yang ada dalam dunia kerja yaitu generasi *baby boomers* yang lahir pada tahun 1946-1964, generasi X yang lahir pada tahun 1965-1980, dan generasi milenial yang lahir pada tahun 1981-2000. Ketika golongan baby boomers mulai pensiun dan meninggalkan pekerjaannya, anggota dari generasi milenial masuk dalam dunia kerja.

Menurut Bencsik & Machova (2016) karakter yang dikenal dengan generasi milenial yaitu yang memegang komitmen dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dikarenakan generasi milenial mempunyai orientasi terhadap kesuksesan, sehingga ia akan selalu berusaha memberikan yang terbaik terhadap pekerjaannya. Hal tersebut diharapkan fenomena generasi milenial ataupun lintas generasi dapat membuat individu terikat dengan pekerjaannya. Aini (dalam Hidayati, Jufri, & Indahari, 2017) menyebutkan bahwa sumber daya manusia di beberapa industri saat ini mayoritas adalah generasi milenial dan diperkirakan mempunyai ukuran dua kali lebih besar dibandingkan dengan generasi X. Generasi milenial yang menguasai dunia kerja saat ini memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya.

Jurkiewicz (2000) berpendapat bahwa generasi X mempunyai karakteristik mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai

generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya. Sedangkan menurut Hobart (2014) generasi milenial cenderung lebih memilih pekerjaan yang berarti dan menantang. Generasi milenial membutuhkan waktu yang lebih lama daripada generasi-generasi sebelumnya dalam mencari pekerjaan yang sesuai. Generasi ini mencari fleksibilitas di tempat kerja, baik dari segi waktu maupun tempat dimana mereka bekerja.

Klein & Msw (2009) menambahkan bahwa generasi milenial mengharapkan adanya makna dalam bekerja sebagai umpan balik dari organisasi tempatnya bekerja. Diperlukan strategi khusus dari manajemen *Human Resource* untuk meningkatkan *engagement* melalui nilai pribadi karyawan generasi milenial (Schullery, 2013), serta mengembangkan praktik dan kebijakan baru yang memberikan kontribusi bagi penguatan *work engagement* karyawan generasi milenial (Ozcelik, 2015).

Peneliti memilih untuk mengambil lokasi penelitian di Dazzle Yogyakarta. Hal ini dikarenakan banyak karyawan milenial yang bekerja di Dazzle selain itu masalah *work engagement* juga ditemukan di Dazzle. Karena itulah peneliti merasa permasalahan yang terjadi di Dazzle sesuai dengan permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti .

Dazzle merupakan salah satu toko yang didirikan 17 tahun yang lalu dari sebuah toko kecil yang menjual aksesoris seperti casing, battery, dan charger untuk HP Nokia, Siemens, Ericsson, dan Motorola. Toko pertama Dazzle berukuran 4x5 m persegi, dibuka tanggal 7 Juni 2002 dan berlokasi di jalan Kaliurang km 4,5 Yogyakarta. Dikelola oleh owner dibantu 3 karyawan, di awal pertumbuhannya Dazzle membranding diri sebagai toko aksesoris handphone murah dengan promo regulernya yang diiklankan melalui media surat kabar Kedaulatan Rakyat. Strategi ini

berhasil, 6 bulan kemudian melebarkan tokonya menjadi 2 kali ukuran semula, untuk mengakomodasi stok dan pengunjung. Pada tahun 2004, karena toko dan lahan parkir dianggap sudah tidak memadai, maka Dazzle memindahkan tokonya ke lokasi baru yang lebih luas di jalan kaliurang km 5,6. Masih di ruas jalan yang sama, toko baru ini mempunyai luasan store 150m persegi dengan lahan parkir 50m persegi. Menempati lokasi baru yang lebih luas, Dazzle dikelola oleh owner dengan dibantu 30 karyawan.

Dazzle terdiri dari Head Office yaitu *Director, Purchasing, Marketing, Finance, Accounting*. Dan Store nya terdiri dari SPV, *Store staff* dan *Frontliner*. Dazzle mempekerjakan karyawan yang banyak. Pada cabang Jalan Kaliurang sebanyak 70 karyawan dan supervisor 1 orang. Kemudian pada cabang Gejayan sebanyak 35 karyawan. Karyawan Dazzle mayoritas adalah milenial dengan 80% berusia 21 - 41 tahun. Masing-masing karyawan memiliki kerjanya masing-masing. Ada di bagian *Store staff* dan *Frontliner*. Dalam shift kerja, ada 2 shift kerja pada karyawan, shift pertama pada jam 08.00-16.00 dan shift kedua jam 14.00-22.00 dan libur 1 minggu sekali (*rolling*).

Penelitian yang dilakukan oleh Hoole dan Bonnema (2012) menunjukkan bahwa generasi yang lebih tua loyalitas dan kebermanaan kerja memiliki hubungan yang signifikan dengan keterikatan kerja, sehingga generasi milenial terindikasi mengalami keterikatan kerja yang lebih rendah dibanding dengan generasi yang lebih tua (Coetze & de Villiers, 2010). Oleh karena itu salah satu fokus penelitian ini adalah keterikatan kerja pada generasi milenial.

Schaufeli & Bakker (2004) mendefinisikan *work engagement* adalah sebuah kondisi dimana seseorang memiliki pikiran yang positif sehingga ia mampu mengekspresikan dirinya baik secara fisik, kognitif dan afektif dalam melakukan seluruh pekerjaannya. Brown (Robbins, 2003) memberikan definisi *work engagement*

yaitu dimana seorang karyawan dikatakan memiliki *work engagement* dalam pekerjaannya apabila karyawan tersebut dapat mengidentifikasi diri secara psikologis dengan pekerjaannya, dan menganggap kinerjanya penting untuk dirinya, selain untuk organisasi. Karyawan dengan *work engagement* yang tinggi dengan kuat memihak pada jenis pekerjaan yang dilakukan dan benar-benar peduli dengan jenis kerja itu.

Schaufeli & Bakker (2004) menjelaskan tiga dimensi yang terdapat dalam *work engagement*, yaitu (1) *vigor* adalah tingginya energinya yang dikeluarkan, kemauan untuk memberikan usaha yang bisa dipertimbangkan, dan menunjukkan ketekunan ketika menghadapi kesulitan (2) *dedication* adalah seseorang yang memiliki perasaan terlibat sangat kuat dalam suatu pekerjaan, antusias dan bangga terhadap pekerjaan, merasa inspirasi dan penuh tantangan dalam pekerjaannya, dan (3) *absorption* adalah keterlibatan penuh karyawan pada pekerjaannya dengan berkonsentrasi penuh dan menyenangkan pekerjaannya, sehingga merasa waktu berjalan dengan cepat dan sulit untuk memisahkan dari pekerjaannya.

Trend *work engagement* di Indonesia digambarkan rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Andini & Kurniawan (2014), Ridho & Kurniawan (2015), Sari & Kurniawan (2015) menunjukkan bahwa *work engagement* masih menjadi permasalahan di Indonesia. Karyawan dengan tingkat *work engagement* yang tinggi dan sangat tinggi kurang dari 45%, tepatnya 41,26% ditemukan dalam penelitian Andini dan Kurniawan (2014), 37,25% dalam penelitian Ridho dan Kurniawan (2015), dan 41,27% dalam penelitian Sari dan Kurniawan (2015). Berdasarkan hasil survei Dale Carnegie Indonesia (2017) menunjukkan bahwa hanya 1 diantara 4 milenial yang *engaged*, dan 64% diantaranya yang terlibat sepenuhnya akan bertahan dalam

waktu 1 tahun. Sebaliknya, 60% milenial berencana mengundurkan diri apabila merasa *disengaged*.

Pada tahun 2018 dilakukan pra-survei mengenai *engagement* pada karyawan milenial di PT. XYZ, hasilnya menunjukkan bahwa 43% karyawan *engaged* dan 57% karyawan pada kondisi *disengaged* (Amalia, 2019). Berdasarkan data tersebut mengindikasikan rendahnya *engagement* generasi milenial di PT.XYZ. Oleh karena itu penting untuk memperkuat *work engagement* dikalangan karyawan generasi milenial. Tingginya *work engagement* pada karyawan generasi milenial diharapkan memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan (Amalia, 2019).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara *online* peneliti dapat disimpulkan bahwa 6 dari 10 orang karyawan Dazzle menunjukkan adanya permasalahan *work engagement*. Hal tersebut mengacu pada aspek *work engagement* oleh Schaufeli & Bakker (2004), dimensi pertama yaitu *vigor* yang terdapat masalah ditandai dengan perilaku karyawan yang belum merasa berusaha sekuat tenaga dan belum bersemangat dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, karyawan belum bekerja secara maksimal dan karyawan merasa cepat lelah dan bosan jika diberikan pekerjaan yang lebih berat. Pada dimensi *dedication* yang terdapat masalah ditandai dengan perilaku karyawan yang saat diberikan pekerjaan yang lebih berat, karyawan merasa tidak antusias dan tidak tertantang untuk menyelesaikan pekerjaan. Pada dimensi *absorption* yang terdapat masalah ditandai dengan perilaku karyawan yang merasa tidak bisa berkonsentrasi, dan karyawan merasa waktu saat bekerja terasa lama, tidak teliti dalam menyelesaikan tugas, dan tidak dapat menyelesaikan tugas dengan baik.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan belum berusaha sekuat tenaga dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, kurang bersemangat, karyawan cepat merasa lelah dan bosan jika diberikan pekerjaan yang lebih berat. Selain itu karyawan

tidak terlalu antusias dan tidak tertantang untuk mengerjakan pekerjaan, karyawan tidak bisa berkonsentrasi penuh. Karyawan juga merasa tidak bekerja secara maksimal, dan saat mengerjakan pekerjaannya merasa waktu menjadi terasa sangat lama.

Dalam penelitian Ayu, Maarif, dan Sukmawati (2015) *work engagement* seharusnya dimiliki oleh setiap karyawan dikarenakan karyawan yang tidak *engaged* merupakan pusat masalah apabila kehilangan komitmen dan motivasinya dalam bekerja, oleh karena itu karyawan diharapkan dapat terikat terhadap pekerjaannya karena banyak hal positif yang didapatkan ketika karyawan terikat terhadap pekerjaannya. Karyawan yang memiliki *work engagement* yang tinggi maka akan menunjukkan pada tingkah laku yang berorientasi pada tujuan, tekun dalam mencapai sesuatu dengan penuh semangat, serta antusias bermakna dan bangga terhadap apa yang telah dilakukan (Salanova & Schaufeli, 2008), begitupun sebaliknya bagi karyawan yang *work engagement*nya rendah maka akan menunjukkan sikap yang kurang peduli terhadap pekerjaan, sulit berkonsentrasi, kurang antusias, dan cenderung menggunakan waktu kerja dengan melakukan hal-hal yang kurang produktif. Dalam hal ini, karyawan yang terikat dengan pekerjaan cenderung menampilkan perilaku *organizational citizenship behavior* (Handayani, 2016).

Bakker (2011) berpendapat bahwa karyawan yang memiliki *work engagement* yang tinggi memiliki tiga keuntungan. Pertama, mereka menjadi lebih senang dan antusias, sehingga bisa menghasilkan *job resources* yang akan berdampak pada penyelesaian task performance dengan hasil yang lebih baik. Kedua, mereka akan lebih sehat baik secara fisik maupun psikologis, sehingga karyawan bisa bekerja lebih fokus dalam menyelesaikan pekerjaannya. Ketiga, mereka akan menyalurkan *work*

engagement kepada karyawan yang lain, sehingga hubungan interpersonal dapat terjalin dengan baik dan kinerja kelompok menjadi lebih baik. Hal ini didukung oleh Demerouti & Cropanza (dalam Bakker, dkk., 2011) yang menjelaskan bahwa *work engagement* bagi karyawan sangat disarankan dan bermanfaat bagi individu dan organisasi dengan harapan dapat mempengaruhi bagaimana individu tersebut melakukan pekerjaan mereka dan memenuhi tugas-tugas mereka.

Menurut Crawford, Lepine, dan Rich, (2010) *work engagement* yang dimiliki karyawan dapat membuat pekerjaan terasa lebih mudah dan menarik serta karyawan termotivasi mencari tantangan akan hal baru. Dampaknya, karyawan memiliki pemikiran yang positif terhadap pekerjaannya dan lebih produktif (Harter, Schmidt, & Hayes, 2002). Serupa dengan pernyataan tersebut, *work engagement* dapat membuat karyawan lebih sehat secara fisik dan psikologis sehingga secara otomatis dipenuhi dengan emosi yang positif dan lebih produktif (Bakker & Demerouti, 2008). Selain itu *work engagement* dapat membuat kualitas kerja semakin membaik, meminimalisasi konflik, kinerja tinggi, dan hasil bisnis yang positif (Hallberg & Schaufeli, 2006; Saks, 2006; Schaufeli dan Bakker, 2004). Artinya *work engagement* dapat memberikan energi positif bagi karyawan dan organisasi.

Menurut Bakker dan Demerouti (2008) ada tiga faktor yang mempengaruhi *work engagement* yaitu *job demands* (tuntutan kerja), *job resources* (sumber daya pekerjaan), dan *personal resources* (sumber daya pribadi). Contoh *job demands* menurut Karasek (dalam Hussain, 2011) ada tiga yaitu *workload* (beban kerja), *conflict demands* (tuntutan konflik), *employee demands* (tuntutan karyawan). Dalam penelitiannya De Jonge (2010) menambahkan contoh *job demands* yaitu *emotional demands* (tuntutan emosi), *mental demands* (tuntutan mental). Menurut Bakker dkk (2005) *job resources* terdiri dari *social support* (dukungan sosial), *autonomy*

(otonomi), *performance feedback* (umpan balik kinerja), dan *quality relationship with supervisor* (kualitas hubungan dengan atasan) yang dapat memulai proses motivasi sehingga mengarah pada *work engagement* dan membuat kinerja karyawan lebih tinggi. Menurut Tims, Bakker, dan Derks (2012) salah satu bentuk *personal resources* yaitu *job crafting*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sweetman dan Luthans (2010) menambahkan jika *self efficacy*, dan resiliensi merupakan salah satu bentuk *personal resources*.

Personal resources adalah perilaku proaktif, yaitu inisiatif diri, tindakan antisipatif yang bertujuan untuk mengubah dan memperbaiki situasi atau diri sendiri (Parker & Collins, 2010). Peneliti sebelumnya mengungkapkan bahwa ada hubungan positif antara kepribadian proaktif dan *work engagement* (Rizkiani, 2015). Tims, Bakker, dan Derks (2012) berpendapat bahwa salah satu bentuk perilaku proaktif adalah *job crafting*, yaitu inisiatif individu untuk membuat perubahan dalam pekerjaannya secara fisik maupun kognitif yang melibatkan tugas-tugas, hubungan di tempat kerja, serta cara individu berpikir mengenai pekerjaannya agar lebih bermakna (Wrzesniewski, dalam Dvorak, 2014).

Penelitian ini menggunakan *job crafting* sebagai variabel bebas. *Job crafting* dipilih karena menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan *work engagement* pada karyawan. Chien – Yu Chena dkk (2014) memaparkan bahwa 25 hotel internasional di Taiwan menunjukkan *job crafting* secara positif berkaitan dengan *work engagement*. Pendapat yang sama disampaikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Tims et al. (2014) pada beberapa universitas yang berada di Netherland yakni *job crafting* memiliki pengaruh positif terhadap *work engagement*.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 26 Maret 2021 pada 10 karyawan Dazzle. Hasil dari wawancara tersebut

didapatkan bahwa untuk aspek *increasing structural job resources* karyawan tidak tertarik untuk mempelajari hal-hal baru, karyawan tidak bertanggung jawab atas pekerjaannya. Pada aspek *increasing social job resources*, karyawan jarang mendapatkan umpan balik dari rekan kerja maupun atasan, kurang mendapatkan apresiasi dan motivasi. Untuk aspek ketiga yaitu *increasing challenging job demands* dimana karyawan merasa tidak bisa mengembangkan kemampuan dan juga pengetahuan baru, karyawan dapat berupaya untuk memperluas cakupan mereka. Terakhir yaitu aspek *decreasing hindering job demands* dimana karyawan tidak dapat menghindari proses pengambilan keputusan yang sulit dan meminimalisir relasi dengan individu yang bermasalah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa 6 dari 10 orang karyawan di Dazzle memiliki permasalahan pada *job crafting* yang rendah, sehingga peneliti memilih topik *job crafting* yang berpengaruh pada tingkat *work engagement*.

Menurut Tims, Bakker, dan Derks (2012) *job crafting* adalah bentuk perubahan yang dilakukan karyawan atas inisiatif sendiri untuk menyeimbangkan tuntutan pekerjaan dan sumber daya dalam pekerjaan. Wrzesniewski dan Dutton (2001) mendefinisikan *job crafting* sebagai proses proaktif karyawan dalam mengubah batasan mental untuk mendefinisikan ruang lingkup fisik, emosional, kognitif dan relasional dari sebuah pekerjaan. Pengertian tersebut berkembang dengan perhatian pada unsur preferensi personal sebagai determinan utama perubahan yang ditunjukkan karyawan.

Menurut Tims, Bakker, dan Derks (2012) ada empat aspek dalam *job crafting* yaitu *increasing structural job resources* yaitu perilaku karyawan yang berkaitan dengan peluang karyawan untuk mengembangkan serta melakukan otonomi terhadap kemampuan dalam lingkungan kerja. *Increasing social job resources* yaitu perilaku

karyawan yang memiliki hubungan dengan dukungan sosial, mendapatkan interaksi yang memuaskan dan meminta umpan balik dari rekan kerja maupun *supervisor*. *Increasing challenging job demands* meningkatkan tuntutan pekerjaan yang menantang untuk menstimulasi karyawan agar mengembangkan kemampuan dan pengetahuan sehingga dapat mencapai tujuan yang sulit, sekaligus menawarkan pengalaman dalam mengendalikan situasi. *Decreasing hindering job demands* karyawan menurunkan tuntutan pekerjaan mereka ketika merasa tuntutan pekerjaan yang dihadapinya terlampau berat.

Tims, Bakker dan Derks (2012) menjelaskan bahwa *job crafting* merupakan keahlian karyawan yang dapat mendesain ulang pekerjaan mereka atas inisiatif sendiri, dengan atau tanpa keterlibatan manajemen untuk menyeimbangkan tuntutan dan sumber daya pekerjaan dengan kemampuan pribadi ataupun kebutuhan mereka. *Job crafting* dianggap sebagai potensi untuk menyeimbangkan *job demands* dengan *job resources* (Bakker & Leiter, 2012). Sedangkan kedua hal tersebut merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *work engagement* karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wrzesniewski dan Dutton (2001), mengungkapkan bahwa karyawan yang berperan aktif dalam mengolah tugas-tugasnya maupun hubungan sosialnya dapat melakukan *job crafting*. Karyawan yang memiliki tingkat *job crafting* tinggi akan memiliki tingkat kebermaknaan dan *work engagement* yang tinggi. Penelitian lain mengatakan bahwa *job crafting* secara positif terkait dengan *work engagement*, hal ini menunjukkan semakin besar nilai *job crafting* tetap yang dapat dijadikan jaminan, keputusan akan penggunaan utang akan juga mengalami peningkatan, maka tingkat keterlibatan kerja karyawan juga tinggi (Chena dkk, 2014)

Tims dan Bakker (2010) menjelaskan bahwa perubahan yang dilakukan oleh karyawan yaitu *job crafting*, dianggap penting karena hal itu dapat meningkatkan dan menguntungkan pencapaian dalam bekerja serta karyawan menjadi terikat dengan perusahaan. Penelitian Bakker (2009) telah mengungkapkan bahwa karyawan yang terikat adalah individu yang sangat energik dan berkhasiat yang menggunakan pengaruh atas peristiwa yang mempengaruhi kehidupan mereka. Karena sikap positif dan tingkat aktivitas mereka, karyawan yang terikat menciptakan umpan balik positif mereka sendiri, dalam hal penghargaan, pengakuan, dan kesuksesan. Meskipun karyawan yang terlibat merasa lelah setelah bekerja keras seharian, mereka menggambarkan kelelahan mereka sebagai keadaan yang menyenangkan karena dikaitkan dengan *job crafting* yang positif. Akhirnya, karyawan yang terlibat menikmati hal-hal lain di luar pekerjaan. Tidak seperti pecandu kerja, karyawan yang terikat tidak bekerja keras karena dorongan dalam yang kuat dan tak tertahankan, tetapi karena mereka bekerja dengan senang (Gorgievski, Bakker, dan Schaufeli, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengajukan sebuah rumusan permasalahan apakah ada hubungan antara *job crafting* dengan *work engagement* pada karyawan milenial Dazzle di Yogyakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara *job crafting* dengan *work engagement* pada karyawan milenial Dazzle di Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Karyawan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberi informasi dan bahan pertimbangan kepada karyawan untuk lebih memperhatikan aspek *job crafting* dan *work engagement* pada saat bekerja. Agar karyawan dapat mendesain ulang pekerjaan mereka sesuai dengan keterampilan dan kemampuannya. Dengan begitu karyawan menjadi lebih terikat dengan tempat bekerja.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *job crafting* dengan *work engagement*. Pada perusahaan yang menuntut *work engagement* tinggi disarankan perusahaan lebih meningkatkan *job crafting* dari tiap individu dikarenakan dapat meningkatkan *work engagement*.

c. Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan dalam bidang Psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi serta sebagai bahan acuan dan pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan *job crafting* dan *work engagement*.