

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang masalah

Perusahaan menggambarkan suatu organisasi yang menciptakan benda serta jasa yang mempunyai nilai jual, serta tiap perusahaan beroperasi dengan memakai segala sumber dayanya agar bisa menciptakan yang bernilai jual. Sumber daya manusia ataupun karyawan ialah aset berguna untuk mendukung keberhasilan suatu industri. Perusahaan butuh mengelola sumber daya manusia secara optimal dalam menunjang persaingan pasar usaha. Isu yang sangat mendasar dalam mengelola mutu sumber daya manusia merupakan hubungan perusahaan dengan karyawannya dimana keduanya silih memerlukan. Perusahaan tidak lagi cuma mencari calon karyawan yang mempunyai keahlian di atas rata-rata, tetapi mereka juga mencari karyawan yang sanggup menginvestasikan diri mereka sendiri untuk ikut serta penuh dalam pekerjaan, proaktif serta mempunyai komitmen besar terhadap standar mutu kerja (Bakker, Arnold, Evangelia, & Demerouti, 2008)

Perusahaan yang bergerak maju dalam jangka panjang harus memperhitungkan mengenai *work engagement* pada karyawan. Pada saat karyawan merasa ikut serta dengan pekerjaannya, sehingga karyawan tersebut merasakan menyatu dengan pekerjaannya serta tidak berpengaruh kepada keadaan di lingkungannya. Kebalikannya, pada saat karyawan merasa tidak mempunyai *work engagement* sehingga karyawan menjadikan pekerjaannya sebagai tuntutan hidup yang wajib dilakukan. Penjelasan tersebut sesuai dengan (Bakker, Hakanen, & Schaufeli, 2006) akibat dari *work engagement* ialah rendahnya

kecenderungan untuk meninggalkan perusahaan, Salah satu sikap yang di impikan oleh perusahaan sehingga tujuan organisasi yang dicapai yaitu *work engagement*.

*Work engagement* pula diketahui mempunyai imbas positif untuk perusahaan. (Watson, 2014) menghitung nilai margin dari karyawan yang mempunyai rasa *engaged* serta dampaknya terhadap produktivitas. Perusahaan yang mempunyai karyawan dengan rasa *engaged* yang besar mengalami kehabisan produktivitas kerja rata- rata sebesar 7, 6 hari kerja per tahun. Sedangkan itu, perusahaan dengan karyawan yang tidak mempunyai rasa *engaged* mengalami kehabisan produktivitas kerja rata- rata sebesar 14, 1 hari kerja per tahun. Perihal tersebut menunjukkan jika perusahaan dengan karyawan yang tidak *engaged* akan mengalami nyaris 2 kali lipat kehilangan produktivitas kerja dibandingkan dengan perusahaan dengan karyawan yang mempunyai rasa *engaged*. Tidak hanya itu, terdapat dampak positif lain yang diterima oleh perusahaan yang mempunyai karyawan dengan *work engagement*. Studi dari (Halbesleben, 2010) mengatakan jika *work engagement* mempunyai korelasi negatif dengan *burnout*.

Indonesia sendiri mempunyai tingkatan *work engagement* yang bisa dikatakan masih sangat rendah, perihal ini di dukung dengan hasil survey (Gallup, 2018) pada *Human Resources Director Breakfast meeting* yang diselenggarakan Perhimpunan Manajemen Sumber Daya Manusia (PMSM) Indonesia di Jakarta, mengatakan jika 80% lebih pekerja di Indonesia dikategorikan selaku *not engaged* di tempat kerja. Rinciannya hanya 13% pekerja yang *fully engaged*, 76% *not engaged*, serta 11% *actively disengage*. Pada tahun 2013, hanya 13 persen karyawan di 142 negara yang merasa *engaged* di tempat kerja mereka. Terhitung di Indonesia, tercatat sebesar 15 persen karyawan merasa *engaged* di perusahaan tempat karyawan itu bekerja (Siswono, 2016). *Work engagement* mengacu dalam keadaan kognisi (penyerapan) dan semangat yang berkembang. Sehingga *work engagement* merupakan prediktor yang baik dari kinerja pekerjaan. Pada

*engagement* yang tinggi, membuat karyawan sangat termotivasi dalam bekerja dan mempunyai komitmen, bersemangat, serta bergairah (Mujiasih, 2015), (Watson, 2014) pula menguraikan hasil survei yang mengaitkan lebih dari 9.000 responden dari beberapa negara Asia Pasifik, tercantum Indonesia. Hasil survei menampilkan jika hanya ada 39% karyawan yang mempunyai rasa *engaged* yang besar terhadap perusahaan. Perihal tersebut menampilkan jika dari presentase optimal sebesar 100%, *work engagement* yang dimiliki oleh karyawan masih terkategori rendah tetapi, (Watson, 2014) lebih lanjut menguraikan jika negara dengan perkembangan ekonomi yang kilat seperti Indonesia mempunyai karyawan dengan rasa *engaged* yang lebih besar dibanding negara dengan kondisi ekonomi yang telah berkembang di daerah Asia Pasifik.

Data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 30 April 2021 mengungkapkan jika dari 7 karyawan 5 karyawan menunjukkan gejala perilaku *work engagement* yang dapat digolongkan rendah. Pada aspek *vigor*, kelima karyawan tersebut mengatakan bahwa mereka kurang bersemangat ketika pergi ketempat kerja, rasa tidak semangat karyawan ditandai dengan mudah lelah untuk menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab, istirahat lebih lama dari waktu yang sudah ditentukan sehingga banyak karyawan akan menunda pekerjaan yang telah diberikan. Selanjutnya pada Aspek *dedication*, hasil wawancara menunjukkan kelima karyawan tersebut tidak merasa tertantang dengan pekerjaan yang sulit, tidak fokus dengan pekerjaannya, karyawan sering menunda-nunda pekerjaan yang diberikan, mudah lelah saat bekerja. Aspek *absorption*, hasil wawancara menunjukkan bahwa kelima karyawan tidak senang berada ditempat kerja, karyawan merasa bahwa waktu terasa sangat lambat selama bekerja, kurang konsentrasi penuh dalam menyelesaikan pekerjaan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa 5 dari 7 orang

karyawan memiliki *work engagement* yang tergolong rendah , sedangkan sisanya memiliki *work engagement* yang relatif sedang.

Waroeng Steak and Shake yang biasa disapa dengan WSS berdiri semenjak tahun 2000 di Yogyakarta. Restoran ini awal kali didirikan oleh Bapak Jody Brotosuseno serta Ibu Aniek (istrinya) di jalan Cendrawasih No. 3 Jogja. Hingga tahun 2021 Waroeng Steak and Shake ini Telah mempunyai cabang yang tersebar di seluruh kota besar di Indonesia terhitung pulau Jawa, Bali serta Sumatera. Sesuai namanya, menu utama Waroeng Steak and Shake (WSS) merupakan steak. Di WSS pelanggan akan menemukan bermacam berbagai hidangan steak dari daging sapi, ayam, ikan serta udang.

Panduan wawancara di atas mengacu pada aspek- aspek *work engagement*. *Work engagement* bisa dikatakan tinggi bila memenuhi aspek *vigor*, *dedication* serta *absorption* kebalikannya bila ketiga aspek di atas (*vigor*, *dedication* serta *absorption*) tidak terpenuhi sehingga dapat dikatakan *work engagement* rendah. Dari hasil wawancara di atas bisa disimpulkan jika 5 dari 7 orang karyawan memiliki *work engagement* yang tergolong rendah, sedangkan sisanya memiliki *work engagement* yang relatif sedang, Perihal ini bisa dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan PT. Waroeng Steak Indonesia yang ketiga aspeknya tidak terpenuhi.

Tingkat *work engagement* yang rendah pada karyawan terhadap pekerjaannya akan menyebabkan sebagian sikap yang bisa merugikan suatu perusahaan, seperti kemangkiran ataupun aksi tidak masuk kerja tanpa sebab, tingkat kemangkiran yang besar bisa berakibat langsung pada keefektifan serta efisiensi organisasi. Karyawan yang mempunyai *engagement* bisa dilihat dengan tidak merasakan pekerjaan sepenuhnya tentang deskripsi pekerjaan yang dilakukan namun karyawan dapat fokus pada tujuan serta berupaya untuk menggapai secara konsisten akan suksesnya suatu perusahaan.

Karyawan secara aktif mencari jalan untuk bisa memperluas keahlian yang dimiliki dan karyawan pantang menyerah meski dihadapkan dengan suasana yang menyulitkan.

Pada penelitian (Iqbal & Khan, 2012) menerangkan jika *work engagement* yang rendah bisa memunculkan permasalahan seperti kurang- tertarik karyawan dalam bekerja, kerap lamban dalam pekerjaan, kerap terlambat tiba dalam bekerja, kerap tidak masuk kerja, apalagi sampai keluar dari perusahaan, karyawan yang merasa jika dirinya bisa membuat suatu perbedaan yang positif akan membuat mereka terus menjadi tertantang untuk mengerjakan pekerjaan yang belum sempat dikerjakan sebelumnya serta terlibat secara penuh terhadap pekerjaan mereka. *Work engagement* yang besar membuat seseorang sangat termotivasi dalam bekerja dan mempunyai komitmen, bersemangat, serta antusias. *Work engagement* membuat seseorang merasa keberadaannya dalam organisasi/ perusahaan bermakna untuk kehidupan tiap karyawan sampai menyentuh tingkatan terdalam yang pada ujungnya akan meningkatkan kinerja perusahaan ataupun organisasi.

Riset (Lockwood, 2007) membagikan hasil jika *work engagement* bisa dipaparkan lewat bermacam aspek salah satunya merupakan Komunikasi Organisasional (Lockwood, 2007) dalam penelitiannya menerangkan bahwa Komunikasi yang baik antara rekan kerja sangat diperlukan didalam proses organisasi Komunikasi yang baik akan membuat karyawan merasa aman di lingkungan kerja serta secara tidak langsung menaikkan produktivitas kerja. didalam dunia bisnis perusahaan maupun dalam berbagai hal lain dalam kehidupan, segala sesuatu dapat gagal apabila tidak berkomunikasi secara efektif (Hattersley & Mcjannet, 2008) komunikasi adalah hal central dalam organisasi, hampir keseluruhan dari kegiatan didalam organisasi terdiri dari komunikasi. (Devito, 2012) menerangkan bahwa komunikasi organisasi ialah suatu usaha pengiriman serta penerimaan pesan baik dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Dalam

penafsiran ini bisa di simpulkan jika subjek pelaku komunikasi organisasi, bisa berbentuk kelompok yang bersifat formal, ataupun kelompok yang bersifat informal di dalam suatu organisasi tertentu. Itu berarti komunikasi organisasi terjalin di dalam organisasi itu sendiri serta bukan di luar organisasi tersebut, Menurut (Wiryanto, 2005), komunikasi organisasi ialah suatu proses penyampaian serta penerimaan pesan dalam suatu organisasi tertentu. Penafsiran ini rasanya senada dengan penafsiran dari (Devito, 2012) jika komunikasi organisasi terjalin di dalam suatu organisasi itu sendiri. (Muhammad, 2007) mengemukakan komunikasi ialah sistem yang menghubungkan antar orang dan bagian dalam organisasi sehingga bila tidak terjalin komunikasi yang baik akan mengganggu kinerja dari suatu organisasi tersebut, (Muhammad, 2007) juga menerangkan jika terdapat komunikasi yang baik suatu organisasi bisa berjalan mudah, sebaliknya bila tidak terdapatnya komunikasi akan memunculkan konflik antara anggota organisasi. Komunikasi sangat penting dalam suatu organisasi, sebab menyangkut penyampaian pesan antar individu serta kelompok mengenai pekerjaan dalam organisasi.

Komunikasi merupakan unsur penting dalam membangun hubungan antar sesama karyawan, dalam hal ini antara pimpinan, karyawan dan komunikasi antar sesama karyawan. *Work Engagement* sendiri bukan merupakan hal yang mudah untuk dapat mempertahankan karyawan dengan tingkat loyalitas dan komitmen sangat sulit dimiliki apalagi hingga sedemikian dalam, komunikasi sendiri sangat penting perannya terlebih dalam menciptakan hubungan yang baik dan terutama dalam usaha menciptakan *engagement* pada karyawan. komunikasi organisasi selaku salah satu aspek dari *Work engagement*, idealnya dengan didukung oleh strategi komunikasi yang baik akan menghasilkan hubungan- hubungan yang harmonis baik dalam internal organisasi ataupun dalam ikatan organisasi. Namun apabila karyawan merasa komunikasi organisasi yang dirasakannya tidak berjalan dengan baik sehingga karyawan akan merasakan tidak

nyaman dalam bekerja, cemas serta tertekan selama bekerja sehingga karyawan tersebut akan mengalami stres kerja. Konsep komunikasi organisasi tersebut bisa mempengaruhi *work engagement*. Komunikasi organisasi mempunyai pengaruh yang baik untuk karyawan ataupun perusahaan maka komunikasi organisasi haruslah memenuhi indikator tertentu. Indikator tersebut hendak membentuk suatu kebiasaan, kepercayaan serta persepsi pada karyawan. Strategi komunikasi dalam organisasi merupakan cara untuk membantu organisasi mengatasi lingkungan yang selalu berubah dan membantu organisasi untuk memecahkan masalah terpenting yang dihadapi (Effendy, 2012).

Menurut (Effendy, 2012) Terdapat dua aspek Komunikasi Organisasi yaitu Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal, Dipaparkan oleh (Clampitt, 2017) jika dampak positif dari komunikasi yang baik serta cukup dalam organisasi adalah bisa menaikkan produktivitas individu serta organisasi, sebab aliran informasi dan ide-ide mengalir dengan lumayan baik dan lancar, dan terdapatnya manajerial yang bisa menampung ide-ide serta melanjutkan pada usulan strategi yang berguna untuk organisasi. Dalam hal ini, pemimpin ataupun manajemen akan memperoleh masukan serta gagasan yang cocok dan melingkupi seluruh kebutuhan organisasi dan permasalahan utama yang perlu dituntaskan. Efektivitas organisasi terletak pada efektivitas komunikasi, karena komunikasi itu berguna untuk menciptakan pemahaman yang sama antara pengirim informasi dengan penerima informasi pada seluruh tingkatan ataupun tingkat dalam organisasi. Komunikasi organisasi merupakan hal penting berkaitan dengan *work engagement*, Sebagian pemicu konflik di perusahaan pimpinan organisasi tidak melaksanakan proses komunikasi yang efisien dengan karyawan sehingga karyawan hendak merasa *not engaged* komunikasi yang efisien dan memberikan kejelasan informasi memudahkan karyawan untuk memberikan atensi pada hal yang diprioritaskan dalam organisasi, tata cara serta metode komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada

waktu komunikasi dilancarkan akan tercapai kepuasan atas komunikasi sehingga Karyawan akan merasa *engaged* karyawan yang mempunyai *engaged* sanggup fokus pada tujuan serta berupaya untuk menggapai secara konsisten akan suksesnya suatu perusahaan.

Berlandaskan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Komunikasi Organisasi dengan *Work Engagement* pada Karyawan PT. Waroeng Steak Indonesia.”

## **B. Tujuan Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara komunikasi organisasi dengan *work engagement* Pada Karyawan PT.Waroeng Steak Indonesia Yogyakarta.

## **C. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini sebagai penambahan dan pengembangan keilmuan psikologi, khususnya dibidang psikologi industri dan organisasi, terutama yang berkaitan dengan komunikasi organisasi dan *Work engagement*.

### 2. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Karyawan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada karyawan mengenai Komunikasi organisasi dengan *Work Engagement* yang dialami oleh karyawan.

#### 2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan manfaat bagi perusahaan sehingga pihak perusahaan mampu mengambil tindakan secara *preventive* untuk meningkatkan *work engagement* yang ada pada karyawan yang memiliki rasa



*engaged* yang rendah terhadap pekerjaannya. Sehingga produktivitas perusahaan ikut berkembang sejalan dengan perkembangan karyawannya. Selain itu dengan lebih memperhatikan komunikasi organisasi yang berlaku di dalam perusahaan maka hal ini akan meningkatkan perilaku *work engagement* pada karyawan.

### 3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian untuk menambah wawasan dan referensi yang dapat digunakan oleh peneliti lain, penelitian ini selanjutnya dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan penelitian terkait komunikasi organisasi dan *work engagement*.