**HUBUNGAN ANTARA *PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT* DENGAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PADA *SALES*  BJ HOME YOGYAKARTA**

**Yolanda Ulandari’ Nurf achmi BS, Mpsi.,Psikolog**

Universitas Mercubuana Yogyakarta

yolandaulandari95@gmail.com

**ABSTRAK**

 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Perceived Organizational Support (POS)* dengan *employee engagement* pada *sales* BJ HOME Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara POS dengan *employee engagement* pada pada *sales* BJ Home Yogyakarta. Subjek penelitian adalah karyawan bagian sales, sudah bekerja minimal 6 bulan dan berstatus karyawan tetap sebanyak 40. Pengambilan subjek menggunakan *sampling purporsive* dengan datayang dikumpulkan menggunakan Skala *Employee Engagement* dan Skala POS. Data dianalisis menggunakan korelasi *product moment* dengan program SPSS v.23. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai korelasi sebesar 0.669 dengan p = 0.000 (p<0.005). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara POS dengan *employee engagement*. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R²) sebesar 0.447 yang berarti POS memiliki kontribusi 44.7% terhadap *employee engagement* dan sisanya 55.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *karakteristik pekerjaan, penghargaan dan pengakuan, persepsi dukungan pengawas, prosedural dan keadilan distributif.*

**Kata kunci :** *Perceived Organizational Support (POS)*, *employee engagement*

**RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT WITH EMPLOYEE ENGAGEMENT AT SALES BJ HOME YOGYAKARTA**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between Perceived Organizational Support (POS) and employee engagement on BJ HOME Yogyakarta employees. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between POS and employee engagement on BJ Home Yogyakarta employees. The research subjects were sales department employees, had worked at least 6 months and had a permanent employee status of 40. Subjects used purporsive sampling with data collected using the Employee Engagement Scale and POS Scale. Data were analyzed using product moment correlation with the SPSS v.23 program. Based on the results of the analysis, obtained a correlation value of 0.669 with p = 0.000 (p <0.005). These results indicate that there is a significant positive relationship between POS and employee engagement. The acceptance of the hypothesis in this study shows the coefficient of determination (R²) of 0.447 which means that POS has 44.7% contribution to employee engagement and the remaining 55.3% is influenced by other factors not examined in this study such as job characteristics, rewards and recognition, perceived supervisor support, procedural and distributive justice.*

***Keywords****: Peceived Organizational Support, employee engagement*

**PENDAHULUAN**

Pembangunan hotel, mall, perumahan, dan gedung lainnya yang semakin bertambah dari waktu ke waktu di Yogyakarta menandakan bahwa setiap tahunnya pembangunan di kota tersebut kian meningkat (Yodab, 2018). Peningkatan pembangunan sebuah bangunan tidak lepas dari peran tenaga kerja kontruksi dan arsitek yaitu seorang ahli di bidang ilmu arsitektur dalam merancang bangun (Yodab, 2018).

Material bangunan dapat dijumpai diberbagai tempat yang tersebar di Yogyakarta, salah satunya, Bangun Jaya Mandiri Yogyakarta. Menurut HRD (*Human Resources Departement*) Bangun Jaya Mandiri Yogyakarta. Perusahaan tersebut bergerak dibidang jasa penjualan bahan bangunan murah yang mengusung konsep *one stop shopping* (konsep berbelanja kebutuhan suatu produk dalam satu tempat) dengan menyediakan semua kebutuhan rumah dari lantai hingga atap beserta isinya. . HRD mengatakan bahwa terdapat empat divisi secara umum di BJ home yaitu pertama divisi HRD bertugas membuat kebijakan untuk karyawan, bertanggung jawab mengelola dserta mengembangkan sumber daya manusia (SDM), proses rekrutmen karyawan, dan lain sebagainya. Kedua divisi *accounting* bertugas membuat pembukuan keuangan kantor, membuat laporan pemasukan serta pengeluaran, dan lain sebagainya. Ketiga divisi sales (penjualan) bertugas untuk melayani konsumen *online* maupun *offline*, menata barang, membersihkan barang, mencatat barang yang masuk serta keluar, dan lain sebagainya. Keempat, divisi *general affair* bertugas untuk mengangkut dan mengantarkan barang dari perusahaan ke tempat konsumen.

Menurut HRD semua divisi berperan penting untuk kemajuan perusahaan namun yang paling penting adalah divisi yang langsung berhubungan dengan mangsa pasar yaitu bagian sales*.* Lebih lanjut, divisi sales adalah sebagai pemasaran yang harus sigap melayani konsumen, harus mengetahui bagian penaruhan tempat produk, dan detail produknya untuk meyakinkan konsumen agar membeli produk tersebut. Terlebih lagi, terdapat beberapa pesaing perusahaan yang mengharuskan karyawan bekerja secara optimal agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitornya. Hal ini sesuai dengan pendapat Nuzulah (2018) pentingnya bagian pemasaran maupun pelayan menjadikan konsumen merasakan kepuasan dan akhirnya melakukan pembelian berulang yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Makmur dan Saprijal (2015) berpendapat bahwa beban berat yang ditanggung SDM bagian sales dapat menjadikan karyawan tidak bersungguh-sungguh dalam bekerja maka karyawan akan menunjukkan pelayanan yang tidak baik yang membuat konsumen enggan untuk kembali lagi, enggan belajar untuk mengetahui lebih detai produk, dan kurang cakap menjelaskan produk maka konsumen ragu untuk membeli produknya. Kondisi ini jika terus terjadi berdampak penurunan penjualan bagi perusahaan. Menurut Robinson, Perryman, dan Hayday (2004) perusahaan dapat meningkatkan penjualannya jika karyawannya memiliki kesadaran bisnis yaitu didapatkan melalui *employee engagement*.

Menurut Robinson, Perryman, dan Hayday (2004) perusahaan dapat meningkatkan penjualannya jika karyawannya memiliki kesadaran bisnis yaitu didapatkan melalui *employee engagement*. Triwijanarko (2017) menyatakan bahwa *employee engagement* mampu membuat karyawan loyal, bekerja secara produktif, dan berkualitas. Tidak hanya itu saja, karyawan yang *engaged* juga berkontribusi pada keuntungan perusahaan dengan bersedia melakukan berbagai upaya agar perusahaan mengalami peningkatan pendapatan secara konsisten.

Schaufeli, dkk. (2002) Mendefinisikan *employee engagement* sebagai pandangan hidup positif yang membawa karyawan untuk menumbuhkan rasa memiliki dan pada akhirnya sulit melepaskan diri dengan pekerjaannya. Menurut Schaufeli, dkk. (2002) *employee engagement* terbagi dalam tiga aspek yaitu aspek *vigor* (semangat) merupakan tingginya tingkat kekuatan dalam bekerja, keinginan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh menjalani pekerjaan, dan gigih menghadapi kesulitan dalam pekerjaannya. Aspek *dedication* (dedikasi) merupakan suatu perasaan yang penuh makna, antusias, inspirasi, kebanggaan dan menantang dalam melakukan pekerjaan. Aspek *absorption* (penghayatan)merupakan adanya konsentrasi, minat mendalam, tenggelam dalam pekerjaan, waktu terasa berlalu begitu cepat dengan begitu karyawan akan sulit melepaskan diri dari pekerjaan sehingga dapat melupakan segala sesuatu di sekitarnya.

*Employee engagement* berperan penting bagi keberlangsungan jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cepat dan tepat (*The Institute for Employment Studies* dalam Endres & Smoak, 2008). Robinson, dkk. (2004) menjelaskan bahwa *employee engagement* sebagai konsep yang dinilai dapat mengatur upaya-upaya bersifat sukarela, yaitu ketika kryawan memiliki pilihan maka karyawan akan bertindak lebih jauh untuk kepentingan organisasi. Menurut Ravikumar (2013) *employee engagement* berperan penting dilingkup bisnis yang semakin menantang karena *engaged* sebagai gambaran hasil yang bagus dari nilai bisnis, dapat menjadi barometer yang baik untuk keberhasilan dan kesehatan sebuah organisasi yang terbukti terhubung kuat dengan berbagai kesuksesan perusahaan, termasuk komitmen, kepuasan kerja, produktivitas, sehingga akan semakin tinggi rasa memiliki dan memajukan perusahaan tersebut.

Portal HR (2016) merilis hasil survey yang dilakukan oleh Gallup Indonesia yang menunjukkan bahwa 76% pekerja di Indonesia dikategorikan sebagai *not engaged* di tempat kerja, 11% *actively disengaged*, dan hanya 13% pekerja yang mengalami *fully engaged*. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak karyawan dan unsur-unsur perusahaan atau instansi di Indonesia yang belum memberi perhatian yang besar pada *employee engagement* (Kurniawan & Nurtjahjanti, 2016).

Sejalan dengan data yang sudah dijelaskan sebelumnya, berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan BJ Home divisi sales pada tanggal 10 Mei 2019 di Yogyakarta. Diperoleh 10 dari 12 subjek yang mengatakan pada aspek *vigor* subjek merasa tidak senang atau tertekan bekerja di perusahaan karena beban kerja yang beratd dan mudah letih saat bekerja sehingga barang yang ditatanya tidak terlihat rapih dan masih terdapat sisa debu pada barang yang dibersihkannya. Pada aspek *dedication* subjek tidak begitu antusias menjalani pekerjaannya, maka berdampak pada pelayanannya terhadap konsumen yaitu subjek jarang memberikan senyuman dan jika konsumen menanyakan pendapat untuk produk subjek memberikan saran seadanya saja (tidak terlalu detail yang terpenting konsumen membeli produk yang paling mahal agar subjek mendapatkan bonus besar walaupun kualitas produk sama maupun tidak jauh berbeda dengan harga yang tidak terlalu mahal). Pada aspek *absorption* subjek sulit menunjukkan konsentrasi dalam bekerja yang membuatnya tidak sigap melayani konsumen atau lambat dalam mencari barang yang dibutuhkan konsumen, subjek juga mengatakan bahwa akan keluar dari perushaan ketika mendapatkan pekerjaan lainnya. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki permasalahan terhadap *employee engagement* karena dilihat dari aspek-aspek yang dikemukakan Schaufeli, dkk. (2002) yaitu *vigor*, *dedication*, dan *absorption*.

Harapannya karyawan memiliki *engaged* didalam dirinya (Albercht, 2010). Menurut Marciano (2010) seseorang pekerja yang *engaged* akan berkomitmen terhadap tujuan, menggunakan segenap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas, menjaga perilakunya saat bekerja, memastikan bahwa dia telah menyelesaikan tugas dengan baik sesuai dengan tujuan dan bersedia mengambil langkah perbaikan atau evaluasi jika memang diperlukan.

Menurut Albercht (2010) ketika karyawan menilai bahwa organisasi peduli kepadanya dengan memberikan gaji sesuai harapan, fasilitas yang memadai, dan atasan yang mampu memberikan dukungan sosial maka karyawan akan merasakan kenyamanan, sehingga lebih *engaged* dengan bersedia memberikan komitmen dan kinerja terbaiknya dalam menyelesaikan pekerjaan melebihi harapan yang telah ditetapkan untuk mensukseskan organisasi. Hal ini didukung berdasarkan hasil penelitian Mustika dan Raharjo mengemukakan bahwa POS dapat mempengaruhi *employee engagement.* Hasil penelitian Riani dan Afriyanti juga menunjukkan bahwa POS memiliki peranan yang besar untuk mempengaruhi *employee engagement.* Selain itu, hasil penelitian Mujiasih (2015) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara POS dengan *employee engagement.*

Hal ini di dukung hasil wawancara dengan karyawan Bangun Jaya Mandiri Yogyakarta divisi sales pada tanggal 10 Mei 2019 di Yogyakarta. Diperoleh 10 dari 12 subjek yang mengatakan bahwa pihak perusahaan belum adil dalam menetapkan prosedur untuk karyawan yakni beban tugas yang merangkap menjadi pelayan, bersih-bersih barang, dan mencatat operasional barang namun gaji yang diberikan tidak sesuai beban kerja. Selain itu, karyawan juga mengeluh karena diwaktu akhir minggu tidak diperbolehkan libur. Fasilitas istirahat yang diberikan kurang nyaman karena terasa sempit untuk kapasitas karyawan yang terlalu banyak, tunjangan kesehatan yang diberikan sulit diakses, dan pelatihan yang diberikan belum mampu membuat karyawan bahagia menjalani pekerjaanya. Subjek mengatakan bahwa atasan terkesan tidak peduli karena mengabaikan pendapat subjek dan jika ada masalah maka solusi yang diberikan atasan kurang tepat. Oleh karena itu, POS akan menjadi satu faktor dominan dan variabel bebas dalam penelitian ini.

Rhoades dan Eisenberger (2002) mendefinisikan *Perceived Organizational Support* (POS) adalah persepsi karyawan mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi, memberi dukungan, dan peduli kepada kesejahteraannya. Menurut Rhoades dan Eisenberger (2002) POS terbagi dalam tiga aspek yaitu rasa keadilan adalah persepsi atas keadilan prosedural terhadap pengalaman berulang mengenai penetapan keputusan yang adil. Aspek penghargaan dan kondisi pekerjaan adalah penghargaan dari organisasi sebagai pengakuan atas kontribusi karyawan. Aspek dukungan atasan adalah pandangan terhadap *supervisor* yang menghargai dan peduli terhadap kesejahteraan anggotanya.

Kaswan (2017) berpendapat bahwa POS merupakan penilaian karyawan bahwa organisasi dapat menghargai kontribusinya dengan memberikan dukungan yang sesuai harapannya. Karyawan yang memiliki POS positif akan berpandangan bahwa organisasi dapat memberikan kesejahteraan dan dukungan ketika dirinya dihadapkan dengan berbagai peristiwa yang menyulitkan di tempat kerja (Wibowo, 2017). POS yang dirasakan karyawan membuatnya lebih *engaged* dengan menunjukkan fokus yang penuh, berdedikasi, produktivitas meningkat, dan bersungguh-sungguh untuk menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas (Rhoades & Eisenberger, 2002). Disisi lain, karyawan yang memiliki POS negatif dapat memperburuk keadaan karyawan seperti terjadi *burnout (*kelelahan kerja), *turnover* (keluar-masuknya karaywan) yang pada akhirnya membentuk *disengaged* (Maslach, Schaufelli, dan Leiter, 2001). Menurut Robinson, dkk. (2004) *disengaged* menajdikan karyawan sulit berkomitmen, tidak antusias dalam bekerja, prestasi kerja menurun, dan tidak memiliki kesadaran tentang pentingnya keberlangsungan bisnis yang semakin kompetitif, sehingga perusahaan sulit untuk bersaing dengan kompetitornya. Hal ini didukung hasil penelitian Mujiasih (2015) yang menunjukkan bahwa POS dapat memberikan sumbangan efektif sebesar 39.8% terhadap *employee engagement*. Kontribusi tersebut mengindikasikan bahwa variabel POS memiliki peranan penting dalam membentuk sebuah perasaan *engaged* pada diri karyawan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka rumusan masalah dalampenelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara POS dengan *employee engagement* pada karyawan Bangun Jaya Mandiri Yogyakarta?”

**METODE**

Subjek penelitian adalah karyawan bagian sales, sudah bekerja minimal 6 bulan dan berstatus karyawan tetap sebanyak 40. Pengambilan subjek menggunakan *sampling purporsive.*

Pengambilan subjek menggunakan *sampling purporsive* dengan datayang dikumpulkan menggunakan Skala *Employee Engagement* dan Skala POS. Bentuk skala yang digunakan adalah model skala likert dengan 4 alternatif jawaban yaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Berdasarkan hasil perhitungan dari Skala *Employee Engagement* diperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0.957. dan Skala POS diperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0.961.

Analisis data dilakukan dengan metode korelasi *Product Moment* yang di kembangkan oleh Karl Pearson (Sugiyono, 2016). Keseluruhan data dianalisis dengan menggunakan program SPSS v.23.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara POS dengan *employee engagement* pada karyawan BJ Home Yogyakarta. Hasil analisis *product moment* menunjukkan koefisien korelasi (rxy) sebesar 0.669 (p = 0.000). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara POS dengan *employee engagement*. Artinya semakin positif POS maka semakin tinggi *employee engagement*, sebaliknya semakin negatif POS maka semakin rendah *employee engagement*. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa POS menjadi faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement*.

Penelitian ini menunjukkan hasil ketegorisasi Skala *Employee Engagement* yaitu tinggi sebesar 57% (13 subjek), sedang sebesar 25% (10 subjek), dan rendah sebesar 43% (17 subjek). Selanjutnya, berdasarkan hasil kategorisasi Skala POS yaitu positif sebesar 38% (15 subjek), missing 22% (9 subjek), dan negatif sebesar 40% (16 subjek), sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini sebagian besar subjek memiliki *employee engagement* dalam kategori rendah dan POS dalam kategori negatif.

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa diperoleh koefesien determinasi (R²) sebesar 0.447. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel POS memberikan sumbangan efektif sebesar 44.7% terhadap variabel *employee engagement* 55.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya

**KESIMPULAN**

 Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi (rxy) sebesar 0.669 (p = 0.000), sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima yaitu terdapat hubungan antara POS dengan *employee engagement* pada karyawan Bangun Jaya Mandiri Yogyakarta Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa subjek yang mempersepsikan positif terhadap POS maka akan menilai peusahaan mampu memberikan kesejahteraan dan dukungan ketika dirinya dihadapkan dengan berbagai peristiwa yang menyulitkan di tempat kerja, gaji yang sesuai beban kerja, dan fasilitas yang memadai. POS yang dirasakan karyawan membuatnya lebih *engaged* dengan menunjukkan fokus yang penuh, berdedikasi, produktivitas meningkat, dan bersungguh-sungguh untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas.

 Sebaliknya, subjek yang mempresepsikan negatif terhadap POS maka akan memandang bahwa perusahaan tidak mampu untuk mensejahterakannya seperti bonus yang kecil, tunjangan yang sulit diakses, respon atasan yang lambat, dan fasilitas kerja maupun istirahat yang kurang membuat subjek nyaman menjadikan subjek menarik diri dari peran kerjanya (*disenggad*). Karyawan yang mengalami *disenggad* lebih mudah untuk keluar dari perusahaan, terjadi *burnout* sulit berkomitmen, tidak antusias dalam bekerja, prestasi kerja menurun, dan tidak memiliki kesadaran tentang pentingnya keberlangsungan bisnis yang semakin kompetitif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel POS memberikan sumbangan efektif sebesar 44.7% terhadap variabel *employee engagement* dan sisanya 55.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *job characteristics, rewards and recognition,* , *perceived supervisor support* (PSS) (persepsi dukungan pengawasi), dan *procedural and distributive justice* (prosedural dan keadilan distributive).

**DAFTAR PUSTAKA**

Albercht, S.L. (2010). *Handbook of employee engagement : perspectives, issues research and practice*. United Kingdom : Edward Elgar Publishing Ltd..

[http://www.myopinionatbesix.com/BesixSurvey/media/Be-six-Survey/ pdf/2.-A-New-Framework-of-Employee-Engagement.pdf](http://www.myopinionatbesix.com/BesixSurvey/media/Be-six-Survey/%20pdf/2.-A-New-Framework-of-Employee-Engagement.pdf).

Deni, p. (2017). Terminal Bangunan Hadirkan Pengalaman Belanja Bangunan Terbaik. Diakses tanggal 05 Mei 2019 dari <https://www.starjogja.com/20-17/12/11/terminal-bangunan-hadirkan-pengalaman-belanja-bangunan-terbaik/>.

Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I., & Rhoades, L. (2002). Perceived supervisor support: contributions to perceived organizational support and employee retention. *Journal of Applied Psychology*, *87*(3), 565-573.

Endres, G. M., & Smoak, L. M. (2008). The human resource craze: Human performance improvement and employee engagement, *Organization Development Journal, 26*(1), 69-78.

Kaswan. (2017). *Psikologi industri dan organisasi*. Bandung : Alfabeta.

Kurniawan, B.W., & Nurtjahjanti, H. (2016). Hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan employee engagement pada karyawan pt. X. *Jurnal Empati, 5*(4), 732-737.

Makmur, & Saprijal. (2015). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi padas-mart swalayan pasirpengaraian). *Jurnal Ilmiah CanoEkonomos, 3*(1), 41-56.

Marciano, P.L. (2010). *Carrots and Sticks Don’t Work Build a Culture of Employee Engagement with the Principles of RESPECT*. Mexico : McGraw Hill.

Maslach, C., Schaufelli, W.B. & Leiter, M.P. (2001). Job burnout. *Annual Review Of Psychology*, *52*(1), 397-422.

Mujiasih, E. (2015). Hubungan antara persepsi dukungan organisasi (perceived organizational Support) dengan keterikatan karyawan (employee engagement). *Jurnal Psikologi Undip*, *14*(1), 40-51.

Nuzulah, R. (2018). Sistem pelayanan dan pemesanan online pada toko bangunan sumarno jaya depok. *Jurnal String, 2*(3), 274-281.

Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of Applied Psychological*, *87*(4), 698-714.

Robinson, D., Perryman, S., & Hayday. (2004). *The drivers of employee engagement report 408*. Brington: Institude for Employement Studies.

Schaufeli, W.B., Salanova, M., González-Romá. V., & Bakker, A.B. (2002). The measurement of engagement and burnout: a confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, (3),71–92.

Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D. Bandung : Alfabeta.

Wibowo. (2007). *Manajemen kinerja.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

 Yodab, I.D. (2018). *Pembangunan yogyakarta dari tahun ke tahun*. Diakses tanggal 05 Mei 2019 dari <https://yodab.id/2017/01/05/pembangunan-yogyakarta-dari-tahun-ke-tahun/>