

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Permasalahan

Kerja keras akan mengarahkan pada hasil yang baik, motto tersebut yang sering dipakai oleh setiap perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang dan jasa. Dalam menghadapi persaingan untuk dapat bertahan, perusahaan perlu berupaya meningkatkan keuntungan dan menciptakan *competitive advantage* (keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan dibandingkan perusahaan kompetitor) yang mana salah satunya adalah dengan menjadi organisasi yang inovatif. Terkait dengan *competitive advantage* Rachman & Savitri, (2011) menambahkan bahwa sekarang ini bukan lagi besarnya modal yang bisa menentukan kesuksesan perusahaan, melainkan kreativitas. Dengan kata lain kreativitas bisa menjadi *competitive advantage*.

Dalam melakukan inovasi-inovasi tersebut, perusahaan membutuhkan sumber daya yang tak lain adalah karyawan. Mengacu pada Drenth, Thierry, dan Wolff, (1998) bahwa perusahaan merupakan kumpulan dari individu yang bersama-sama bekerja untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan definisi tersebut maka perusahaan membutuhkan karyawan dalam melakukan inovasi untuk mencapai satu tujuan, yaitu bertahan dalam persaingan. Namun, perusahaan juga membutuhkan karyawan yang tepat. Perkembangan yang terjadi dalam masyarakat seperti krisis finansial dan berkembangnya inovasi-inovasi dalam bidang teknologi memberikan tekanan kepada karyawan untuk menunjukkan

kemampuan untuk berubah (*change-ability*) dan resiliensi (van den Heuvel, Demerouti, Schaufeli, dan Bakker, 2010). Oleh karena itu, saat ini perusahaan mengharapkan para karyawan harus aktif, menunjukkan inisiatif, *self-directed*, dan bertanggung jawab atas perkembangan dan performa karyawan sendiri (Bakker, Schaufeli, Leiter, & Taris, 2008). Dengan kata lain, perusahaan membutuhkan karyawan yang berenergi, berdedikasi, dan berkonsentrasi penuh terhadap apa yang dikerjakan atau memiliki ikatan terhadap pekerjaannya (Bakker & Schaufeli, 2008) atau lebih singkatnya Schaufeli (2011) menekankan bahwa perusahaan butuh karyawan yang terikat dengan pekerjaannya. Karyawan yang menunjukkan perilaku seperti ini sering disebut memiliki *work engagement* yang tinggi (Agustian, (2012).

Schaufeli (2006) *Work engagement* adalah cara pandang seseorang untuk termotivasi dan berhubungan dengan keadaan pemenuhan karyawan yang ditandai dengan energi dan resiliensi mental yang tinggi selama bekerja, rasa antusiasme, merasa penting serta bangga terhadap pekerjaan, dan fokus menikmati pekerjaan. Saks (2006) mengatakan bahwa *work engagement* mengacu pada keterlibatan, kepuasan dan antusiasme karyawan dalam bekerja. *Work engagement* telah berkembang dari berbagai konsep melingkupi motivasi, kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Brown (dalam Robbins, 2003) memberikan definisi *work engagement* yaitu di mana 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. Robinson, Perryman, &

Hayday (2004) mendefinisikan *work engagement* sebagai sikap positif karyawan terhadap organisasi dan nilai-nilai organisasi. Lockwood (2007) memberi pengertian mengenai *work engagement* sebagai keadaan di mana seseorang mampu berkomitmen dengan organisasi baik secara emosional maupun secara intelektual.

Adapun dimensi dari *work engagement* menurut Schaufeli (2006) yaitu: a) *Vigor*, b) *Dedication*, c) *Absorption*. *Vigor* mengacu pada level energi yang tinggi dan resiliensi, kemauan untuk berusaha, tidak mudah lelah dan gigih dalam menghadapi kesulitan. *Dedication* mengacu pada perasaan penuh makna, antusias dan bangga dalam pekerjaan, dan merasa terinspirasi dan tertantang olehnya dan *Absorption* mengacu pada berkonsentrasi secara penuh dan mendalam, tenggelam dalam pekerjaan.

Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *work engagement* memberikan hasil yang positif bagi karyawan maupun organisasi. Dampak dari adanya engagement pada kinerja bisnis dari beberapa studi, seperti penelitian oleh *Corporate Leadership Council* (2006) menemukan bahwa *engagement* menyumbangkan 40% bagi peningkatan kinerja, sementara karyawan yang berkomitmen tinggi berusaha 57% lebih keras dalam pekerjaannya, performanya 80% lebih baik dan 87% kurang mungkin untuk meninggalkan perusahaan. Hasil penelitian CIPD (2006) menunjukkan bahwa pegawai yang *engaged* kinerjanya lebih baik daripada yang lain, lebih mungkin untuk merekomendasikan organisasi ke yang lain, kemungkinan yang rendah untuk keluar, mengalami kepuasan kerja yang meningkat dan lebih memiliki sikap dan emosi yang positif terhadap

pekerjaan. Hal ini memperlihatkan bahwa peningkatan level *engagement* memberikan keuntungan bagi karyawan dan perusahaan. Penelitian Schaufeli dan Bakker (2004) menunjukkan karyawan yang *engaged* akan memiliki *engagement* yang kuat dengan organisasinya dan kecenderungan keluar yang rendah. Hasil penelitian Sandy, Nusatria & Suharnomo (2011) menunjukkan bahwa *engagement* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Menurut Gallup Organization (2004) *Work Engagement Index* (EEI) memiliki implikasi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pertumbuhan yang berkelanjutan, kenaikan keuntungan, kenaikan nilai saham, produktivitas dan retensi karyawan.

Salah satu perusahaan ternama di Yogyakarta yaitu Sidiq Manajemen, Sidiq Manajemen adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi. Sidiq Manajemen mempunyai 6 unit usaha diantaranya: Nadzar yang menjual aneka kerajinan tangan, Assidiq yang menjual perlengkapan busana muslim, OVJ menjual aneka kaos oblong, Batik Beteng menjual busana dan kerajinan batik, Ayam Pedes Wong Jowo dan Gule Kepala Ikan Bangjo bergerak di bidang kuliner.

Dari hasil wawancara yang dilakukan tanggal 10 oktober 2015 pada 10 karyawan shift pagi CV Sidiq Manajemen di antaranya 4 karyawan Nadzar, 3 karyawan OVJ dan 3 karyawan Assidiq dengan pertanyaan yang mengacu pada dimensi *work engagement*. 10 karyawan menyatakan bahwa ke sepuluh karyawan belum menemukan arti bekerja. Menurut ke sepuluh arti bekerja hanya untuk mengisi waktu luang agar tidak bosan di rumah. Ke sepuluh karyawan

menyatakan tidak bangga menjadi karyawan CV Sidiq Manajemen karena menganggap tidak ada yang istimewa bekerja di Sidiq Manajemen. Ke sepuluh karyawan tidak ingin bekerja ekstra atau tambahan bagi perusahaan karena jika ke sepuluh karyawan bekerja ekstra maka akan lebih capek sedangkan bekerja biasa sudah membuat capek. Tidak semangat saat pada saat bekerja karena ke sepuluh karyawan menyatakan setiap harinya dihadapkan dengan menumpuknya pekerjaan yang akan membuat karyawan stress, itu yang menyebabkan karyawan tidak semangat saat akan berangkat bekerja maupun pada saat bekerja dan jika dipisahkan pada pekerjaannya karyawan biasa biasa saja dan merasakan waktu yang lama pada saat bekerja. Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa karyawan Sidiq Manajemen memiliki *work engagement* yang rendah. Hal ini ditunjukkan dari pernyataan sepuluh karyawan yang tidak memenuhi dimensi *work engagement* di antaranya : *Vigor, Dedication, Absorption* dengan pertanyaan yang mengacu pada 3 dimensi *work engagement*.

Agustian (2012) menyebutkan pentingnya *work engagement* tidak hanya pada perusahaan swasta, namun perusahaan negara (BUMN) juga instansi pemerintahan, bahkan organisasi. *Work engagement* yang tinggi membuat seseorang sangat termotivasi dalam bekerja serta memiliki komitmen, antusias dan bersemangat. *Work engagement* membuat seseorang merasa keberadaannya dalam organisasi atau perusahaan bermakna untuk kehidupan seseorang hingga menyentuh tingkat terdalam yang pada ujungnya akan meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi.

*Work engagement* tidak terlepas dari adanya faktor faktor yang mempengaruhinya. Menurut Schaufeli (2008) mengenai *work engagement* diantaranya: 1) Tuntutan kerja (*job demands*), 2) *Job resources*, 3) *Salience of job resources*, 4) *Personal resources*. *Personal resources* masih membagi dalam 4 tipikal yaitu: a) *Self-efficacy*, b) *Organizational-based self-esteem*, c) *Optimism*, d) *Personality*.

Berdasarkan uraian di atas, salah satu penentu tinggi rendahnya *work engagement* di perusahaan adalah *optimism*. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Schulman (1986) yang menunjukkan bahwa optimisme dapat menaikkan penjualan sebanyak 35% lebih oleh sales karyawan yang optimis daripada karyawan sales yang pesimis.

Seligman (1995) mendefinisikan sikap optimis sebagai suatu sikap yang mengharapkan hasil yang positif dalam menghadapi masalah, dan berharap untuk mengatasi stress dan tantangan sehari-hari secara efektif. Lopez, (2003) berpendapat optimisme adalah suatu harapan yang ada pada individu bahwa segala sesuatu akan berjalan menuju ke arah kebaikan. Carr (2004) menyebutkan bahwa optimisme merupakan sebuah ekspektansi menyeluruh bahwa akan ada lebih banyak hal yang baik daripada hal yang buruk terjadi pada masa yang akan datang

Adapun aspek aspek optimisme menurut Seligman (2002) yaitu: 1) *Permanence*, 2) *Pervasiveness*, 3) *Personalization*. *Permanence*, Gaya ini menggambarkan bagaimana individu melihat peristiwa yang bersifat sementara (*temporary*) atau menetap (*permanence*). *Pervasiveness*, Gaya penjelasan

peristiwa ini berkaitan dengan ruang lingkup dari peristiwa tersebut, yang meliputi *universal* (menyeluruh) dan spesifik (khusus). *Personalization*, gaya penjelasan masalah yang berkaitan dengan sumber dari penyebab kejadian tersebut, meliputi internal dan eksternal.

Menurut Kerley (2014) optimisme yang tinggi cenderung mendorong karyawan untuk tidak mudah menyerah sebelum bekerja keras. Walaupun menghadapi tantangan yang sulit, karyawan yakin bahwa dirinya mampu untuk memecahkan tantangan tersebut dengan sukses. Lebih lanjut dari itu karyawan yang optimis akan menjalani kehidupan dengan lebih bahagia daripada karyawan yang pesimis. Karyawan yang optimis tahan terhadap depresi, memiliki kemungkinan lebih besar untuk mengembangkan potensi diri, tangguh dalam menghadapi kesulitan dan menikmati kesehatan lebih baik. Karyawan tersebut juga menikmati kepuasan yang lebih maksimal dari kesuksesannya karena keyakinan bahwa dirinya adalah yang menyebabkan tercapainya kesuksesan tersebut dan yakin mencapainya kembali. Karyawan yang optimis akan berusaha menggapai pengharapan dengan pemikiran yang positif, yakin akan kelebihan yang dimiliki. Karyawan yang optimis biasa bekerja keras menghadapi stress dan tantangan sehari-hari secara efektif. Dengan begitu individu optimis ingin melakukan segala sesuatunya dan tidak ingin memikirkan ketidakberhasilan sebelum mencobanya. Individu yang bekerja dengan nyaman, tidak terpengaruh dengan lingkungan sekitar, fokus pada pekerjaan dan selalu menerapkan rasa optimis pada dirinya untuk dapat melewati semua tantangan dalam pekerjaan maka individu ini merasa mempunyai ikatan dan tidak dapat meninggalkan

pekerjaan. Individu yang memiliki rasa ikatan dan tidak dapat meninggalkan pekerjaan dinamakan individu yang *engaged* sedangkan individu yang tidak mempunyai rasa ikatan terhadap pekerjaan dinamakan *disengaged*. Dengan optimisme tinggi lebih mungkin bisa mencapai apa yang karyawan inginkan, bila dibanding dengan karyawan yang pesimis. Harapan dari optimisme adalah karyawan dapat bekerja tanpa beban dan dapat bekerja dengan baik bahkan nyaman. Menikmati pada saat bekerja dan juga tidak mudah menyerah, jika terjadi suatu masalah dan tantangan harus dihadapi dan yakin akan masalah itu bisa terselesaikan

Hasil penelitian yang pernah dilakukan Arnold B. Bakker, Michael P. Leiter (2010) dalam bukunya tentang “*Work Engagement*”, hasil penelitian yang telah ditemukan oleh penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa permanensi, pervasivitas dan personalisasi dari komponen optimism berhubungan langsung dengan *vigor*, *dedication* dan *absorption* komponen dari *work engagement*.

Dari penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa optimisme memegang peranan penting pada karyawan dalam bekerja. Terutama pada saat karyawan menemui masalah atau kendala. Dengan optimisme karyawan dapat bekerja dengan baik dan mampu mengeluarkan kemampuan terbaiknya dan akan menghasilkan kinerja yang baik pula. Serta mampu membentuk karyawan yang merasa memiliki suatu perusahaan karena dengan begitu karyawan akan larut dalam bekerja serta tidak mengenal lelah saat bekerja dan dapat dikatakan karyawan memiliki keterikatan kerja (*work engagement*).



Berdasarkan permasalahan di atas, optimisme diasumsikan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *work engagement* (keterikatan kerja) pada karyawan. oleh karena itu, peneliti merumuskan sebagai berikut: apakah ada hubungan antara optimisme dengan *work engagement* pada karyawan Sidiq Manajemen ?

### **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara optimisme dengan *work engagement* pada karyawan CV Sidiq Manajemen ?

### **C. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat menambah khasanah teori-teori psikologi, terutama psikologi industry dan organisasi serta psikologi sosial, yang berkaitan dengan permasalahan *work engagement* dan optimisme pada karyawan

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi terhadap karyawan yang memiliki *work engagement* rendah yaitu memberikan pelatihan optimisme dalam bentuk dukungan dari atasan untuk karyawan, memberikan arahan untuk karyawan fokus pada solusi bukan masalah dengan tujuan meningkatkan optimisme karyawan. Optimisme yang tinggi juga diikuti dengan *work engagement* yang tinggi