

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini merupakan kata kunci utama dalam organisasi atau perusahaan. Banyak sekali sistem yang harus dilakukan dengan menggunakan teknologi. Hal tersebut tidak hanya menyangkut peralatan, mesin-mesin, dan perlengkapan lain untuk menghasilkan produk dan pelayanan, tetapi juga keterampilan yang spesifik dari sumber daya manusia, pengetahuan dan prosedur untuk mengoperasikan peralatan tersebut (Sulistiyani & Rosidah, 2018). Dalam suatu organisasi atau perusahaan, peran dan fungsi sumber daya manusia harus diselaraskan dengan elemen-elemen sumber daya lainnya seperti dalam membuat kebijakan. Sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen yang paling penting di antara berbagai macam sumber daya lainnya (Priyono, 2010). Hal ini sependapat dengan Samsudin (2010) menyimpulkan bahwa sumber daya tidak mengacu pada benda atau substansi, melainkan manusia yang bisa disebut juga dengan karyawan yang memiliki tujuan tertentu untuk kepuasan dan kebutuhan hidup.

Perusahaan dituntut untuk memiliki karyawan yang berkompeten dan memiliki kinerja yang baik, karna kunci keberhasilan suatu perusahaan adalah karyawan. Perusahaan mengharapkan karyawannya untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi, lebih berorientasi pada proses, terlibat dalam kepemimpinan, mampu mendapatkan pengetahuan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan diharapkan karyawan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain

(Xanthopoulou, Bakker, Demerouti, & Schaufeli, 2009). Menurut Soliha (2008) Industri ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dan semakin banyak pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Kegairahan para pengusaha ritel untuk berlomba-lomba menanamkan investasi dalam pembangunan gerai-gerai baru tidaklah sulit untuk dipahami. Dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata di atas 3% sejak tahun 2000 dan makin terkendalnya laju inflasi, bisa menjadi alasan bahwa ekonomi Indonesia akan menguat kembali di masa mendatang. Persaingan dalam bidang industri yang semakin ketat mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan performanya, tak terkecuali pada bidang industri ritel. Industri ritel merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang mengalami perkembangan yang cukup positif. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memprediksi adanya pertumbuhan hingga 10% sampai dengan akhir 2019. Angka tersebut lebih tinggi dari klaim realisasi tahun lalu yang berada di kisaran 8%—8,5%. Semakin berkembangnya industri ritel di Indonesia menuntut setiap perusahaan untuk mampu bertahan dan bersaing dalam pasar, salah satu industri ritel yang ada di Indonesia yaitu Parkson *Department Store*.

Parkson *Department Store* adalah perusahaan ritel terkemuka di Asia Tenggara yang menyediakan perlengkapan *fashion*, aksesoris, kecantikan, hingga peralatan rumah tangga dengan harga yang terjangkau. Parkson menghadirkan produk-produk *stylish* berkualitas tinggi serta pengalaman berbelanja yang istimewa, bekerja sama dengan pemasok lokal dan internasional yang terpercaya untuk menawarkan beragam produk terkini dari merek eksklusif dan merek internasional. Parkson dan Matahari memiliki target konsumen yang berbeda.

Matahari lebih berfokus kepada barang-barang kebutuhan lokal sedangkan Parkson memiliki konsep unik dari Negeri Gajah Putih dengan fasilitas seperti *personal shopper* yang dapat memberi pengunjung konsultasi gaya.

Sampai saat ini Parkson *Department Store* mengoperasikan 3 gerai di Indonesia, yaitu Medan, Jakarta, dan Yogyakarta. Dari hasil wawancara dengan pihak HRD Parkson *Department Store* pada Jum'at, 15 Mei 2020, jumlah karyawan di Parkson *Department Store* cabang Yogyakarta untuk keseluruhan memiliki 400 karyawan dan struktur organisasi Parkson *Department Store* terdiri dari beberapa divisi, yaitu *Head of Retail Operational* yang berlokasi di Jakarta, lalu dibawahnya ada 2 *Regional Manager* untuk area Jabodetabek dan luar Jabodetabek seperti Medan, Surabaya, Gresik, Yogyakarta, Solo, Bali, dan Manado. Kemudian dibawah divisi tersebut ada *Store Manager* yang mempunyai tugas untuk mengelola satu cabang dari perusahaan dan berkewajiban mengatur segala kepentingan yang berhubungan dengan toko dan berkoordinasi dengan cabang yang lain. *Store Manager* dibantu oleh *Floor Manager* yang bertanggung jawab pada semua *department* dibawahnya dibantu oleh seorang *Executive Manager* yang memegang beberapa *department* produk, pada setiap brand dibawahnya oleh seorang supervisor yang berjumlah 4 orang, supervisor bertugas mengawasi pekerjaan *Staff* yaitu *Fashion Assistant* (FA) dan *Beauty Advisor* (BA) atau biasa disebut sebagai SPG atau SPB di *department store* lain yang mempunyai tugas sebagai garda terdepan perusahaan, karena berhubungan langsung dengan konsumen, seorang FA dan BA dituntut untuk bisa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, seorang FA dan BA harus memiliki antusias yang tinggi terhadap pekerjaan, selain itu

karyawan juga harus memberikan perhatian kepada setiap konsumen, melayani dengan sepenuh hati agar konsumen merasa senang. Setiap bulan FA dan BA juga diwajibkan lembur oleh perusahaan, sehingga karyawan harus memiliki ketahanan fisik yang kuat demi mencapai target perusahaan yang selalu bertemu langsung dengan konsumen dan melakukan penjualan. Lalu divisi lainnya terdiri dari *HRD Executive* yang bertugas mengelola SDM berkaitan dengan program rekrutmen, pelatihan, pengembangan, serta memberikan penilaian dan divisi *Support* yang membantu pengelolaan toko.

Priyono (2010) berasumsi bahwa apabila karyawan memberikan hasil pekerjaannya sesuai dengan standar atau kriteria organisasi, maka kinerja yang dimiliki karyawan tersebut tergolong baik dan jika tidak, kinerja karyawan tersebut buruk. Sjabadhyni, Graitto, dan Wutun (2001) mengemukakan bahwa potensi dan kemampuan tenaga kerja perlu dikembangkan secara terus-menerus, sehingga pemanfaatan sumber daya manusia semakin meningkat. Dalam hal ini, kegiatan-kegiatan produktif akan terlihat jumlah tenaga kerja yang bekerja, baik yang bekerja penuh maupun yang bekerja tidak penuh. Tujuan perusahaan hanya dapat dicapai apabila karyawan bergairah dalam bekerja, mengerahkan kemampuannya dalam menyelesaikan pekerjaan, dan berkeinginan untuk mencapai prestasi kerja yang optimal. Jika karyawan kurang berprestasi dan kurang terampil bagi organisasi atau perusahaan maka sulit untuk memperoleh hasil yang baik (Hasibuan, 2014). Bakker dan Leiter (2010) melihat bahwa makna *work engagement* mengacu pada keterlibatan, komitmen, semangat, antusiasme, penyerapan, upaya terfokus dan berenergi pada karyawan. Menurut Schaufeli (2018) beberapa penelitian ilmiah

lainnya menunjukkan bahwa *work engagement* sangat bermanfaat bagi pekerja dan juga untuk organisasi.

Bakker dan Leiter (2010) mendefinisikan *work engagement* adalah suatu kondisi yang positif, memuaskan, keadaan yang memiliki motivasi dan afektif dalam pekerjaan dari kesejahteraan terkait dengan pekerjaan yang dapat dilihat sebagai orang yang bertentangan dengan kelelahan kerja dan karyawan yang terlibat memiliki tingkat energi yang tinggi dan antusias dalam pekerjaan. Menurut Schaufeli, Salanova, Gonzalez-roma dan Bakker (2002) mendefinisikan *work engagement* adalah sebagai kondisi pikiran yang positif, memuaskan, terkait pekerjaan yang ditandai dengan *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Work engagement* memiliki tiga dimensi, yaitu terdiri dari, *vigor* (semangat), *dedication* (dedikasi), dan *absorption* (penyerapan). *Vigor* suatu keadaan yang mengacu tingkat tinggi energi, ketahanan mental saat bekerja, kemauan untuk berinvestasi usaha dalam pekerjaan seseorang dan ketekunan dalam menghadapi masalah. *Dedication* suatu keadaan yang memiliki rasa signifikansi, antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan. *Absorption* suatu keadaan yang ditandai dengan terkonsentrasi sepenuhnya, menyukai hal yang dikerjakan, waktu yang berlalu dengan cepat dan memiliki satu kesulitan untuk melepaskan diri dari pekerjaan (Bakker, Demerouti, Hakanen, & Xanthopoulou, 2007).

Penelitian yang dilakukan Gallup terhadap lebih dari 140 negara pada kurun waktu 2011 - 2012 menunjukkan bahwa secara global hanya 13% pekerja yang *engaged* terhadap pekerjaannya, 63% *not engaged*, dan 24% *actively disengaged*. Nilai *engagement* tersebut naik 2% dari penelitian sebelumnya sebesar 11% pada

kurun waktu 2008 – 2009; artinya, *engagement* adalah suatu hal yang dinamis, dapat dikelola, dan ditingkatkan. Di Indonesia berdasarkan hasil penelitian Gallup tahun 2012 menunjukkan 8% *engaged*, 77% *not engaged*, dan 15% *actively disengaged*. Di antara lima negara di Asia Tenggara, yaitu Philippines, Thailand, Malaysia, Singapore dan Indonesia, penelitian Gallup menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat terendah pada dua siklus penelitian yang dilakukan pada tahun 2011 – 2012 maupun 2014 – 2016. Kemudian hasil Gallup's Global Workplace Analytics yang dikutip oleh Marajohan (2017) mengenai *work engagement* di Indonesia juga menyebutkan hanya 8% pekerja di Indonesia yang *feeling engaged* atau pekerja yang bergairah dalam bekerja dan merasakan sebuah hubungan yang kuat dengan perusahaan tempat karyawan bekerja. Saat karyawan terbaik pada suatu perusahaan tidak *feeling engaged*, karyawan cenderung meninggalkan organisasi terkait dengan masalah pekerjaannya dan biasanya tidak bahagia berada di dalam organisasi tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Attridge (2009) menurut buku *First, Break All the Rules*, yang pertama kali menyusun hasil dari program penelitian organisasi Gallup tentang *engagement*. Kurang dari satu dari setiap lima pekerja secara aktif terlibat dalam pekerjaan. Tingkat *engagement* yang rendah ini terus ditemukan pada hasil survey lainnya yang dilakukan dalam 10 tahun terakhir dan merupakan krisis global dalam produktivitas dan kesejahteraan pekerja. Pada penelitian yang dilakukan oleh Man dan Hadi (2013) memiliki sesuatu yang menarik bahwa tuntutan kerja pada guru SMA Swasta di Surabaya terus meningkat setiap tahunnya, namun hal itu tidak membuat para guru memiliki

tingkat *work engagement* yang rendah, melainkan 42 orang guru memiliki tingkat *work engagement* yang tinggi dan sangat tinggi, yaitu 32%. Sedangkan 56 orang guru lainnya memiliki tingkat *work engagement* yang sedang, yaitu 44%. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Priyatama, dan Karyanta (2015) bahwa tingkat *work engagement* pada karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Solo memiliki tingkat *work engagement* sangat tinggi, yaitu 18%, memiliki tingkat tinggi, yaitu 38%, memiliki tingkat sedang, yaitu 42%, dan memiliki tingkat sangat rendah, yaitu 2%.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 12 Mei 2020 pada 7 SPG dan SPB di Parkson *Department Store* Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara tersebut yaitu karyawan mengatakan belum berusaha sekuat tenaga dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, kurang bersemangat, karyawan cepat merasa lelah dan bosan jika diberikan pekerjaan yang lebih berat, karyawan tidak terlalu antusias dan tertantang untuk mengerjakan pekerjaan, karyawan tidak bisa berkonsentrasi penuh, merasa tidak bekerja secara maksimal, dan karyawan mengatakan saat mengerjakan pekerjaannya merasa jika waktu menjadi terasa sangat lama.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa 5 dari 7 SPG dan SPB Parkson *Department Store* Yogyakarta menunjukkan adanya permasalahan *work engagement*. Hal tersebut ditunjukkan dengan dimensi *vigor* yang tergolong rendah 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 tergolong rendah 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 tergolong rendah 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.

Bakker dan Demerouti (2007) mengemukakan bahwa karyawan seharusnya memiliki tingkat *work engagement* yang tinggi, karena seorang karyawan yang terlibat dengan pekerjaan memiliki efek positif yang ditampilkan, karyawan lebih produktif dalam melakukan pekerjaan dan memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan hal-hal yang lebih daripada yang diharapkan. Bakker dan Leiter (2010) berpendapat bahwa untuk mencerminkan suatu pengalaman, idealnya dari ketiga dimensi *work engagement* seperti *vigor*, *dedication*, dan *absorption* seharusnya muncul secara bersamaan. *Work engagement* menggambarkan seseorang secara fisik, kognitif, dan afektif yang terhubung dengan tempat kerja, dan memperlihatkan orang yang akan lebih memilih untuk melakukan tugas-tugas yang melebihi *job desk* yang ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini, karyawan yang terikat dengan pekerjaan cenderung menampilkan perilaku *organizational citizenship behavior* (Handayani, 2016). Faktor *work engagement* merupakan identifikasi seseorang secara psikologis terhadap pekerjaannya, terlibat aktif, dan pekerjaan dianggap sebagai bagian penting dalam hidup. Namun, banyak perusahaan yang memiliki masalah *work engagement* yang rendah pada diri

karyawan tersebut sehingga dapat mengakibatkan tingginya *turnover intention* pada karyawan (Faslah, 2010). Hasil penelitian yang dilakukan Rahmawati (2016) menemukan bahwa arah hubungan antara *work engagement* dan *work-family conflict* adalah positif dan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *work engagement* maka semakin meningkat *work-family conflict*.

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). Sumber daya pekerjaan menjadi lebih menonjol dan mendapatkan potensi sehingga memberikan motivasi ketika karyawan dihadapkan dengan *job demands* yang tinggi. Misal seperti; *workload* (beban kerja), *emotional demands* (tuntutan emosi), *mental demands* (tuntutan mental), dan *physical demands* (tuntutan fisik). *Job resources* terdiri dari *social support* (dukungan sosial), *autonomy* (otonomi), *performance feedback* (umpan balik kinerja), dan *supervisory coaching* (bimbingan dari atasan) yang dapat memulai proses motivasi sehingga mengarah pada *work engagement* dan membuat kinerja karyawan lebih tinggi. *Personal Resources*, karyawan yang mendapatkan kinerja yang baik memiliki *optimism* (optimisme), *self efficacy* (keyakinan diri), *resilience* (ketahanan), dan *self esteem* (harga diri) yang mampu memobilisasi sumber daya pekerjaan dan membuat lebih terlibat dalam suatu pekerjaan.

Penelitian ini menggunakan *social support* sebagai variabel bebas, *social support* dipilih sebagai salah satu yang dapat meningkatkan *work engagement* pada karyawan, hal ini sependapat dengan Christian, Garza, dan Slaughter (2011) *social*

support adalah karakteristik sosial yang kemungkinan terkait dengan *work engagement*. Dimana pekerjaan memberikan peluang untuk bantuan dan saran dari supervisor atau rekan kerja. Bakker dan Leiter (2010) menyimpulkan dari penelitian sebelumnya bahwa *job resources* pada bagian *social support* secara positif berkaitan dengan *work engagement*. Chou (2015) menyimpulkan bahwa individu dengan *social support* yang tinggi memiliki pandangan positif terhadap masa depan daripada individu dengan *social support* yang rendah. Menurut Johnson dan Johnson (2014) bekerja dalam tim dapat menemukan sesuatu yang dapat mempromosikan hubungan yang lebih positif dan *social support* di antara anggota serta kesehatan psikologis yang lebih besar, harga diri, dan kompetensi sosial.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 12 Mei 2020 pada 7 SPG dan SPB di Parkson *Department Store* Yogyakarta. Hasil dari wawancara tersebut yaitu karyawan kurang mendapatkan perhatian dari orang terdekat, karyawan merasa kurang mendapatkan dorongan atau motivasi, karyawan juga jarang mendapatkan bantuan di tempat kerja, karyawan tidak mendapatkan nasihat dari orang terdekat, dan karyawan merasa kalau jarang menghabiskan waktu bersama orang terdekat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa 5 dari 7 SPG dan SPB di Parkson *Department Store* Yogyakarta memiliki permasalahan pada *social support* yang rendah, sehingga peneliti memilih topik *social support* yang berpengaruh pada tingkat *work engagement*.

Menurut Sarafino dan Smith (2011) *social support* adalah dukungan yang dapat datang dari berbagai sumber, seperti pasangan, keluarga, teman, komunitas

atau organisasi. Menurut Cohen, Underwood, dan Gottlieb (2000) *social support* adalah proses hubungan sosial yang dapat meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan. Sarafino dan Smith (2011) menyediakan empat aspek dalam *social support* yaitu, *emotional support* yaitu menyampaikan empati, kepedulian, perhatian, penghargaan positif, dan dorongan terhadap orang tersebut. Hal ini dapat memberikan kenyamanan dan kepastian dengan rasa memiliki dan dicintai. *Tangible support*, yaitu melibatkan bantuan langsung. Misal memberi atau meminjamkan uang kepada teman atau membantu menyelesaikan tugas. *Informational support* termasuk memberikan nasihat, arahan, saran, atau umpan balik tentang bagaimana orang tersebut melakukannya. Misal, orang yang sakit mungkin mendapatkan informasi dari teman, keluarga, atau dokter tentang cara mengobati penyakit tersebut. *Companionship support* mengacu pada ketersediaan orang lain untuk menghabiskan waktu bersama orang tersebut, memberikan perasaan keanggotaan dalam sekelompok orang yang berbagi minat dan kegiatan sosial.

Sarafino dan Smith (2011) menjelaskan bahwa *social support* sebagai suatu tindakan yang sebenarnya dilakukan oleh orang lain atau menerima dukungan. Menurut Puspita (2012) *social support* yang tinggi menjadikan seseorang merasa cenderung menghabiskan banyak waktu dalam pekerjaannya, merasa penuh energi saat bekerja, merasa *engaged* dengan penuh terhadap apa yang dikerjakan, dan waktu begitu cepat belalu ketika bekerja dan sebaliknya, *social support* yang rendah menjadikan seseorang tidak memiliki motivasi, kurang bersemangat, dan menjadi cepat mudah bosan, sehingga seseorang akan mengalami *disengaged* atau dapat

dikatakan *work engagement*-nya menjadi rendah karena ketidakpuasan yang mengakibatkan seseorang menghidar dari peran kerjanya. Secara khusus, *social support* merupakan sumber daya positif yang akan berkaitan dengan *work engagement* (Bakker & Leiter, 2010).

Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Man dan Hadi (2013) yang menyatakan bahwa *social support* di organisasi memiliki hubungan dengan tingginya *work engagement* seseorang. Bakker (2011) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *social support* merupakan pendorong yang akan meningkatkan *work engagement* di masa yang akan datang. Gallup (2013) menjelaskan bahwa karyawan dengan tingkat *work engagement* yang rendah cenderung tidak memiliki passion dalam bekerja, merasa tidak bahagia, kurang antusias terhadap pekerjaan yang diberikan, memiliki motivasi dan inisiatif yang rendah, dan mudah untuk teralihkan dan tidak fokus dengan pekerjaannya.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2012) menyatakan bahwa semakin tinggi *social support* yang diterima individu maka akan semakin tinggi juga *work engagement* dan sebaliknya semakin rendah *social support* maka semakin rendah juga *work engagement*. Hasil penelitian di atas juga didukung oleh Septiani dan Nurtjahjanti (2017) bahwa semakin tinggi *social support*, maka semakin tinggi *work engagement* dan sebaliknya semakin rendah *social support* maka semakin rendah juga *work engagement*. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu Puspita (2012) menggunakan subjek perawat Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya, sedangkan penelitian ini menggunakan subjek karyawan Parkson *Department Store*. Selanjutnya, Septiani dan Nurtjahjanti (2017)

melakukan penelitian di Solo, sedangkan penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Martono (2011) berpendapat jika suatu permasalahan dapat diteliti dengan beragam subjek, karena setiap subjek memiliki karakteristik tersendiri yang membuat hasil penelitian antara satu peneliti dengan peneliti lainnya dapat dibedakan. Lebih lanjut, dengan tempat yang berbeda belum tentu sama hasil dari satu penelitian dengan penelitian yang lain karena setiap tempat memiliki kultur tersendiri yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti mengajukan sebuah rumusan permasalahan *apakah ada hubungan antara social support dengan work engagement pada karyawan Parkson Department Store?*

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara *social support* dengan *work engagement* pada karyawan Parkson Department Store.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini adalah dapat memberikan sumbangan pemikiran pengetahuan dalam bidang Psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi serta sebagai bahan acuan dan pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan *social support* dan *work engagement*.

b. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memberi manfaat bagi perusahaan untuk menerapkan dan mengaplikasikan hasil penelitian agar *work engagement*

menjadi lebih baik. Bagi subjek untuk lebih meningkatkan *work engagement*. Bagi akademisi untuk dapat menjadi rujukan dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan dan berguna agar menambah pengetahuan tentang *social support* dan *work engagement*. Bagi publik untuk menambah perbendaharaan perpustakaan dan memberikan kontribusi sebagai rujukan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.