

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PADA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI PT XYZ

### *Analysis of Employee Engagement Factors in PT XYZ Production Employees*

Ghina Hasnaputri<sup>1</sup>, Anita Silvianita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[ghinahasna@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:ghinahasna@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[anitasilvianita@telkomuniversity.ac.id](mailto:anitasilvianita@telkomuniversity.ac.id)

---

#### Abstrak

*Employee engagement* merupakan wujud loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Penelitian ini dilakukan di PT XYZ. Terdapat indikasi bahwa adanya tingkat *employee engagement* yang tinggi pada karyawan bagian produksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pembentuk *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ.

Faktor-faktor *employee engagement* pada penelitian ini menggunakan teori Mehrzi dan Singh (2016) serta Aon Hewitt (2016) yang terdapat 12 faktor yang akan digabung dan disesuaikan sehingga menjadi sembilan faktor yaitu *company practices*, dukungan organisasi yang dirasakan, *the work*, penghargaan, kerja tim, *leadership*, brand, *performance*, *the basic*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat deskriptif. Responden penelitian berjumlah 46 karyawan bagian produksi PT XYZ dengan pengambilan sampel menggunakan teknik Simple Random Sampling dan teknik analisisnya menggunakan metode analisis faktor dengan bantuan SPSS Versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi dalam kategori tinggi yaitu 79,54%. Variabel pendorong dari tingginya tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ adalah dukungan organisasi yang dirasakan. Penelitian ini menghasilkan dua faktor baru yaitu Faktor *Supportive Engagement* dengan variabel kontribusi terbesar adalah *Performance*. Dan Faktor *Affective Engagement* dengan variabel kontribusi terbesar adalah variabel *Company Practices*.

**Kata kunci:** Analisis Faktor, *Employee Engagement*, *Supportive Engagement*, *Affective Engagement*.

---

#### Absract

*Employee engagement* is a form of employee loyalty to the company. This research was conducted at PT XYZ. There is an indication that there is a high level of employee engagement in production employee. Therefore, the aim of this study is to determine employee engagement factors for PT XYZ production employee.

This study using theory about employee engagement factors by Mehrzi dan Singh (2016) serta Aon Hewitt (2016), there are 12 factors to be combined and adjusted to become nine factor, consisting of company practices, perceived organizational support, the work, appreciation, team work, leadership, brand, performance, the basic. Type of thus research is descriptive quantitative research. The research respondents were 45 PT XYZ production employee by sampling using Simple Random Sampling method and factor analysis using SPSS Version 24.

The results showed that the employee engagement level of production employee are in high category by 79,54%. The driving variable of the high level of employee engagement of PT XYZ production employee is perceived organizational support. From the calculation, find two new factors, namely Supportive Engagement Factor with the biggest contribution variable is performance and Affective Engagement Factor with the biggest contribution variable is company practices.

**Keyword:** Factor Analysis, *Employee Engagement*, *Supportive Engagement*, *Affective Engagement*.

---

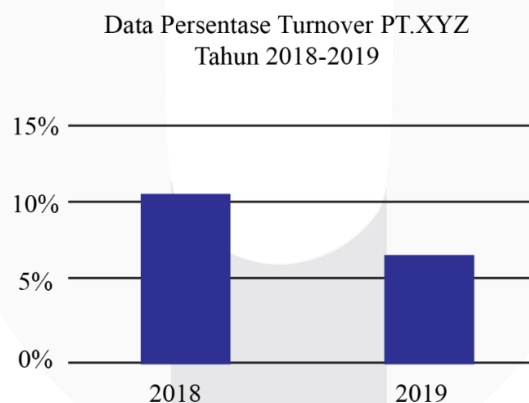
## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sumber daya manusia adalah aset penting dalam suatu perusahaan karena memiliki peran yang mampu mengendalikan dan menggerakkan sumber daya lainnya [1]. Untuk itu perlu adanya keterikatan antara karyawan dan perusahaan. Dimana, *employee engagement* adalah komitmen emosional karyawan pada organisasi dan tujuannya [2]. Dengan adanya komitmen emosional akan membentuk keterikatan yang dapat mempengaruhi karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya.

PT XYZ merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang selalu menjaga kinerja perusahaannya agar terus meningkat dan proses produksi berjalan dengan lancar sehingga tercapainya tujuan perusahaan. Kelancaran dalam pelaksanaan proses produksi selain di pengaruhi oleh sistem produksi yang ada, pengendalian proses produksi akan menentukan pula. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia mempunyai pengaruh besar dalam kegiatan proses produksi. Oleh karena itu, PT XYZ melakukan berbagai cara untuk terciptanya *employee engagement* pada karyawan bagian produksi.

*Employee engagement* dapat terbentuk dari beberapa faktor pendorong. Berdasarkan hasil pra-survey yang disebarkan pada 20 karyawan menunjukkan bahwa terdapat masalah terkait dimensi penghargaan, lingkungan kerja, serta *leadership*, dimana ketiga dimensi tersebut masuk ke dalam faktor pendorong terbentuknya *employee engagement*. Oleh karena itu, PT XYZ harus memperhatikan faktor-faktor pendorong tersebut, karena dengan terbentuknya *employee engagement* akan meningkatkan retensi, kesetiaan karyawan, dan meningkatkan produktivitas untuk memberikan keunggulan kompetitif, serta meminimalkan *turnover intention* [3] dan berdasarkan penelitian *employee engagement* dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan [4], seperti dalam penelitian Pada gambar 1.1 akan menunjukkan tingkat *turnover* di PT XYZ pada tahun 2018 dan 2019 sebagai berikut :



GAMBAR 1. 1

DATA PERSENTASE *TURNOVER* PT XYZ TAHUN 2018-2019

Pada table 1.1 menunjukkan bahwa tingkat *turnover* PT XYZ mengalami penurunan, dimana pada tahun 2018 adalah sebesar 10,5% (17 dari 161 total karyawan tetap PT XYZ), menjadi sebesar 6,25% pada tahun 2019 (9 dari 144 total karyawan tetap PT XYZ). Penurunan tingkat *turnover* ini dapat menjadi indikasi adanya tingkat keterikatan pada karyawan PT XYZ, karena salah satu tolak ukur dari *employee engagement* dapat menurunkan tingkat *turnover* karyawan [5].

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui adanya tingkat keterikatan pada karyawan PT XYZ, namun ada beberapa masalah terkait dimensi faktor terbentuknya *employee engagement*. Maka, penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor *Employee Engagement* pada Karyawan Bagian Produksi PT XYZ**”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas maka perumusan masalah terhadap penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi di PT XYZ?
- b. Faktor-faktor *employee engagement* apa sajakah yang dominan pada karyawan bagian produksi di PT XYZ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Sebagaimana permasalahan yang telah diuraikan, tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi di PT XYZ
- b. Mengetahui faktor-faktor yang dominan pada karyawan bagian produksi di PT XYZ

## 2. TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN

### 2.1 Rangkuman Teori

#### 2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah proses memanfaatkan sumber daya manusia secara efektif dan efisien melalui kegiatan perencanaan, penggerakan, dan pengendalian terkait nilai yang dapat menjadi kekuatan manusia mencapai tujuan [6].

#### 2.1.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi manajemen sumber daya manusia terdiri dari perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen dan seleksi, pengembangan sumber daya manusia, kompensasi, keselamatan dan kesehatan kerja, hubungan industrial, dan penelitian sumber daya manusia [7].

#### 2.1.3 Definisi *Employee Engagement*

*Employee engagement* adalah kekuatan positif yang mendorong karyawan agar terhubung dengan organisasi secara emosional, kognitif, maupun fisik [8].

#### 2.1.4 Kategorisasi *Employee Engagement*

*Employee engagement* terbagi menjadi empat kategori, yaitu *highly engaged*, *moderately engaged*, *passive*, dan *actively disengaged* [9].

#### 2.1.5 Karakteristik *Employee Engagement*

Karakteristik *employee engagement* terdiri dari tiga elemen yaitu *vigor* (semangat), *dedication* (dedikasi), *absorption* (penyerapan) [10].

#### 2.1.6 Tujuan *Employee Engagement*

Tujuan dari *employee engagement* yaitu pertumbuhan dan pengembangan pada karyawan, pengakuan atas kinerja, keterlibatan karyawan pada perusahaan, membuat supervisor atau pemimpin menjadi inspirasi karyawan lain, dan membentuk pengalaman sukses [11].

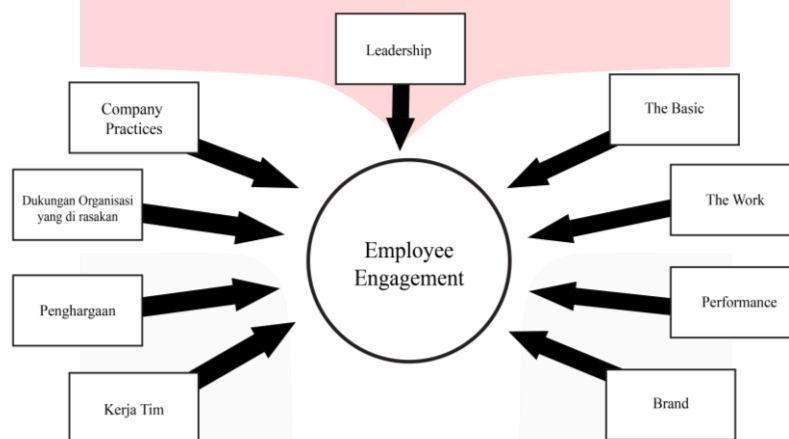
#### 2.1.7 Faktor *Employee Engagement*

Terdapat 12 faktor pendorong *employee engagement* [8; 9] yang akan digabung dan disesuaikan menjadi sembilan faktor pendorong sebagai berikut :

- a. Company practices merupakan faktor yang berhubungan dengan hal-hal yang dilakukan di perusahaan.
- b. Dukungan organisasi yang dirasakan merupakan faktor yang berhubungan dengan suatu hal yang dapat mempengaruhi psikologis karyawan dalam bekerja.

- c. The work merupakan faktor yang berhubungan dengan tugas seorang karyawan.
- d. Penghargaan merupakan faktor yang berhubungan dengan suatu hal yang diberikan perusahaan sebagai hak seorang karyawan dan dapat menimbulkan rasa kesejahteraan pada karyawan.
- e. Kerja tim merupakan faktor yang berhubungan dengan hubungan antar karyawan dalam membentuk tim dalam bekerja.
- f. Leadership merupakan faktor yang berhubungan dengan adanya sikap atau perilaku dari seorang pemimpin yang dapat memberikan pengaruh terhadap karyawannya.
- g. Brand merupakan faktor yang berhubungan dengan seberapa besar harapan dan pandangan karyawan terhadap brand atau reputasi perusahaan.
- h. Performance merupakan faktor yang berhubungan dengan suatu hal yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan kemampuan karyawan.
- i. The basic merupakan faktor yang berhubungan dengan kebutuhan dasar karyawan.

## 2.2 Kerangka Pemikiran



GAMBAR 2. 1  
KERANGKA PEMIKIRAN

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengambilan sampel kepada 46 karyawan bagian produksi dengan menggunakan metode *simple random sampling*, merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut [12].

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel faktor-faktor *employee engagement* termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai sebesar 79,54%. Dengan variabel pendorong dari tingginya tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ adalah dukungan organisasi yang dirasakan dengan nilai sebesar 87,5%.

### 4.2. Analisis Faktor

Berdasarkan hasil analisis faktor menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah layak dengan nilai KMO > 0,5 yaitu 0,761. Dimana, pada *Barlett's Test* diketahui nilai signifikansi yaitu 0,000 yang artinya dapat dipercaya 100% bahwa antar variabel

terdapat korelasi karena memiliki nilai kurang dari 0,5. Serta, angka MSA dari seluruh variabel pada penelitian ini adalah di atas 0,5.

Dari kesembilan faktor employee engagement membentuk dua faktor baru dengan nilai eigenvalue masing-masing adalah 4,028 dan 1,298. Variabel yang terbentuk akan ditunjukkan pada table 4.1 berikut :

TABEL 4. 1  
TOTAL VARIANCE EXPLAINED

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.028	44.756	44.756	4.028	44.756	44.756	3.142	34.909	34.909
2	1.298	14.417	59.173	1.298	14.417	59.173	2.184	24.265	59.173
3	.981	10.898	70.071						
4	.826	9.175	79.246						
5	.612	6.801	86.047						
6	.466	5.175	91.222						
7	.378	4.198	95.420						
8	.246	2.737	98.157						
9	.166	1.843	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Setelah mengetahui variabel faktor yang terbentuk dilanjutkan dengan pengelompokan faktor. Hal ini dilakukan dengan melihat *component matrix* yang dihasilkan. Pada table 4.2 akan menunjukkan hasil *component matrix* :

TABEL 4. 2  
COMPONENT MATRIX

	Component	
	1	2
<i>Company Practices</i>	.633	.503
Dukungan Organisasi yang Di Rasakan	.465	.492
<i>The Work</i>	.431	.498
Penghargaan	.580	-.584
Kerja Tim	.608	-.118
<i>Leadership</i>	.768	-.171
<i>Brand</i>	.774	.226
<i>Performance</i>	.834	-.273
<i>The Basic</i>	.796	-.211

Pada table di atas menunjukkan distribusi kesembilan variabel pada dua faktor yang terbentuk dengan nilai korelasi antara suatu variabel dan faktor satu atau dua. Namun, terdapat beberapa variabel yang nilai korelasi  $\leq 0,5$  maka perlu dilakukan rotasi faktor agar dapat memperjelas nilai korelasi.

TABEL 4. 3  
ROTATED COMPONENT MATRIX

	<i>Component</i>	
	1	2
<i>Company Practices</i>	.234	.774
Dukungan Organisasi yang Di Rasakan	.102	.670
<i>The Work</i>	.070	.655
Penghargaan	.809	-.150
Kerja Tim	.567	.250
<i>Leadership</i>	.729	.297
<i>Brand</i>	.507	.627
<i>Performance</i>	.841	.251
<i>The Basic</i>	.775	.280

Berdasar pada tabel 4.3 diatas dapat terlihat bahwa perbedaan nilai korelasi tiap variabel menjadi semakin jelas, sehingga tiap variabel dapat dimasukkan ke dalam faktor satu atau faktor dua dengan melihat faktor loading  $\geq 0,5$  pada tiap komponen. Nilai yang telah di beri warna biru pada tabel 4.3 tersebut menunjukkan bahwa nilai tersebut merupakan nilai *loading factor* terbesar atau terkuat pada setiap masing-masing komponen. Berikut adalah tabel dari tiap komponen :

TABEL 4. 4  
COMPONENT 1

No.	Faktor	<i>Loading Factor</i>
1.	Penghargaan	0,809
2.	Kerja Tim	0,567
3.	<i>Leadership</i>	0,729
4.	<i>Performance</i>	0,841
5.	<i>The Basic</i>	0,775

TABEL 4. 5  
COMPONENT 2

No.	Faktor	<i>Loading Factor</i>
1.	<i>Company Practices</i>	0,774
2.	Dukungan Organisasi yang Di Rasakan	0,670
3.	<i>The Work</i>	0,655
4.	<i>Brand</i>	0,627

Kemudian dua faktor terbentuk tersebut diberi nama yang dirasa tepat mewakili semua variabel yang ada pada faktor tersebut [13]. Pada table 4.6 akan menunjukkan penamaan pada dua faktor yang terbentuk

TABEL 4. 6  
PENAMAAN FAKTOR

Faktor	Nama Faktor	Variabel	<i>Loading Factor</i>
1	<i>Supportive Engagement</i>	Penghargaan	0,809
		Kerja Tim	0,567
		<i>Leadership</i>	0,729

		<i>Performance</i>	0,841
		<i>The Basic</i>	0,775
2	<i>Affective Engagement</i>	<i>Company Practices</i>	0,774
		Dukungan Organisasi yang Di Rasakan	0,670
		<i>The Work</i>	0,655
		<i>Brand</i>	0,627

Faktor pertama dinamakan *supportive engagement* dikarenakan variabel yang mewakili faktor ini menunjukkan dukungan seorang pemimpin dalam menciptakan hubungan antar karyawan, serta menjaga dan mengembangkan kemampuan setiap karyawan dengan memberikan penghargaan sesuai dengan kebutuhan dasar karyawan serta sifat kepemimpinan yang dicirikan. Sedangkan, faktor kedua dinamakan *affective engagement* dikarenakan variabel yang mewakili faktor ini mencakup keterlibatan karyawan yang efektif.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ masuk ke dalam kategori tinggi dengan nilai 79,54% dengan variabel pendorong dari tingginya tingkat *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ adalah dukungan organisasi yang dirasakan.
- b. Faktor *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ membentuk dua faktor baru yaitu *supportive engagement* dan *affective engagement*.
- c. Kontribusi dari masing-masing faktor *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ adalah
  - 1) Faktor *supportive engagement* terdiri dari lima variabel dengan variabel yang paling mendominasi adalah variabel *performance* karena memiliki nilai *loading factor* terbesar pada *component* satu yaitu 84,1%.
  - 2) Faktor *affective engagement* terdiri dari empat variabel dengan variabel yang paling mendominasi adalah variabel *company practices* karena memiliki nilai *loading* terbesar pada *component* dua yaitu 77,4%.
- d. Faktor yang paling dominan dalam membentuk *employee engagement* pada karyawan bagian produksi PT XYZ yaitu faktor *supportive engagement* karena memiliki nilai sebesar 44,75%.

## 6. Daftar Pustaka

- [1] Badriyah, M. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- [2] Joushan, S. A., Syamsun, M., & Kartika, L. (2015). Pengaruh Budaya Organisasi dan Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan pada PT PLN (Persero) Area Bekasi. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(4), 697-703.
- [3] Rao, M. S. (2017). Innovative Tools and Techniques to Ensure Effective Employee Engagement. *Industrial and Commercial Training*, 49, 127-131.
- [4] Bayu, R. P., & Syarifuddin.(2019). Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada Telkom Corporate University Center. *Jurnal e-proceeding of management Openlibrary Telkom University*, 6(3), 6127-6123.
- [5] Albrecht, S. L. (2010). *Handbook of Employee Engagement Perspectives, Issues, Research and Practice*. United Kingdom: MPG Books Group..

- [6] Sedarmayanti. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan : Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja dan Produktifitas Kerja*. Bandung: Refika Aditama.
- [7] Marwansyah. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Mehrzi, N. A., & Singh, S. K. (2016). Competing Through Employee Engagement: A Proposed Framework. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(6), 831-843.
- [9] Hewitt, A. (2016). *Trends in Global Employee Engagement*. United Kingdom: Aon plc.
- [10] Lewiuci, P. G., & Mustamu, R. H. (2016). Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Keluarga Produsen Senapan Angin. *Agora*, 4(2), 101-107.
- [11] Puspita, E., & Sembiring, J. (2016). Pengaruh Faktor-Faktor Budaya Organisasi Terhadap Employee Engagement Karyawan di Kantor Wilayah PT Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Kalimantan Barat. *e-Proceeding of Management*, 3(3), 3072-3079.
- [12] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.