

PERANCANGAN PROGRAM PENINGKATAN *ENGAGEMENT & SATISFACTION* DI PT ABC
MENGUNAKAN PENDEKATAN LOYALTY 3.0

*DESIGN PROGRAM IMPROVEMENT EMPLOYEE ENGAGEMENT & SATISFACTION AT PT ABC
USING APPROACH OF LOYALTY 3.0*

Prandika Pratanto¹, Ir. Budhi Yogaswara, M.T.², Litasari Widyastuti Suwarsono, S.Psi., M.Psi.³

^{1,2,3}Program Studi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹dikapratanto@gmail.com, ²budhivogas@telkomuniversity.ac.id, ³litarif@gmail.com

ABSTRAK

PT ABC merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan produk dan layanan telekomunikasi, informatika, dan jaringan dengan sasaran untuk menjadi salah satu dari 10 perusahaan di Asia Pasifik dengan kapitalisasi pasar terbesar di industri telekomunikasi pada tahun 2020. Produktivitas karyawan semakin penting untuk menjadi landasan tercapainya tujuan perusahaan. Namun, pada PT ABC terdapat masalah pada tingkat *engagement* karyawan yang berkurang dari nilai 84.49% menjadi 81.50% yang disebabkan beberapa faktor seperti halnya pada tingkat *engagement* generasi-z dan *millennial-y* yang cenderung memiliki tingkat *engagement* lebih rendah daripada generasi sebelumnya. Sedangkan untuk mencapai tujuan perusahaan, diketahui karyawan yang memiliki *engagement* dan kepuasan yang tinggi terhadap perusahaan akan cenderung akan mempunyai rasa dan ikut andil terhadap perusahaan sehingga akan memacu untuk bekerja lebih produktif. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang program peningkatan *employee engagement & satisfaction*.

Pada penelitian kali ini, menggunakan model dari konsultan Aon Hewitt dalam perancangan alat ukur yang dilakukan terhadap 30 orang karyawan. Alat ukur ini digunakan untuk mengukur tingkat *engagement* dan kepuasan. Setelah mendapatkan hasil dari pengukuran tingkat *engagement* dan kepuasan, Selanjutnya dilakukan analisis pada perancangan program peningkatan *employee engagement* menggunakan metode PDBO.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai tingkat *engagement* pada PT ABC dapat membuat rancangan program *employee engagement* dengan mengacu pada beberapa aspek yang memiliki nilai yang rendah yaitu sebesar 5.77 (*leadership*), 7.13 (*the work*), dan 5.70 (*the basic*). Sehingga dapat ditetapkan rancangan program *employee engagement* yaitu *Fast Feedback, Goals, serta Points*.

Kata Kunci : *employee engagement*, kepuasan, PDBO

ABSTRACT

PT ABC is a telecommunication company that provide product and services in telecommunication informatics, and networks that have target to become one of ten the biggest market capitalizations Asian Pasific telecommunication industry company in 2020. Employee productivity is increasingly important to be the goal of the company achieved. However, PT ABC have a problem with the level of employee engagement which decreased from 84.49% to 81.50% due to several factors such as the z-generation and millennial-y engagement levels which tended to have lower engagement rates than the previous generation. Whereas to achieve company goals, it is known that employees who have high engagement and satisfaction with the company will tend to have a sense of and contribute to the company that it will spur to work more productively. The purpose of this study was to measure the level of employee engagement and satisfaction than design a program to increase employee engagement.

In this reasearch, using a model from consultant Aon Hewitt in designing measuring instruments carried out on 30 employees. This measurement tool is used to measure the level of engagement and satisfaction. Furthermore, an analysis was conducted on the design of employee engagement improvement programs using the PDBO method.

Based on the results of the research, the value of engagement level at PT ABC As for designing engagement programs there are references to several aspects that have a low value on aspects of satisfaction namely 5.77 (*leadership*), 7.13 (*the work*), dan 5.70 (*the basic*). The conclusion is employee engagement program that have to build is *Fast Feedback, Goals, and Points*.

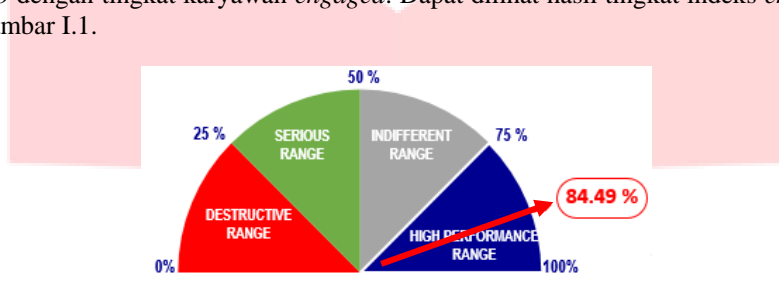
Keywords : *employee engagement, satisfaction, PDBO*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

PT ABC adalah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak di bidang telekomunikasi yang menyediakan produk dan layanan telekomunikasi, informatika, dan jaringan dengan sasaran untuk menjadi salah satu dari 10 perusahaan di Asia Pasifik dengan kapitalisasi pasar terbesar di industri telekomunikasi pada tahun 2020. PT ABC bertransformasi menuju *Digital Telecommunication Company* dengan paradigma peningkatan pelayanan pelanggan, penguatan bisnis *broadband* dan digital dan implementasi *lean operation*.

Dengan faktor yang diukur dianggap kurang memadai bagi organisasi untuk menunjang kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari hasil survei yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan dan kinerja karyawan dapat dikategorikan tinggi, namun mengacu pada masa kerja yang terbatas sehingga karyawan memasuki masa transisi antara karyawan generasi *Baby Boomers* dengan Generasi X hingga Generasi *Millenials* dengan Generasi Z masih terdapat adanya *gap* dengan tingkat karyawan *engaged*. Dapat dilihat hasil tingkat indeks *employee engagement* tahun 2015 pada gambar I.1.

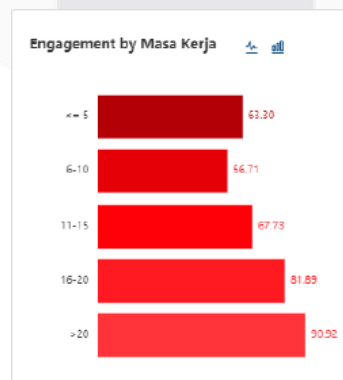


Gambar I.1 Indeks Employee Engagement Tahun 2016



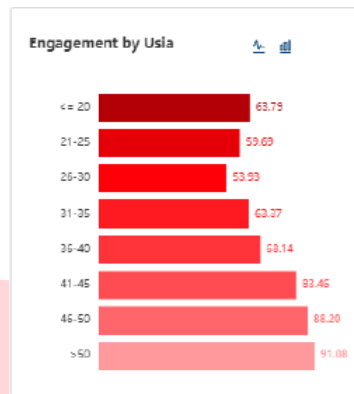
Gambar II.2 Indeks Employee Engagement Tahun 2018

Berdasarkan gambar diatas, terdapat penurunan tingkat keterikatan karyawan antara tahun 2016 dengan tahun 2018 yang berdampak pada kinerja perusahaan. Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat keterikatan karyawan dapat dilihat pada tingkat keterikatan pada rentang usia 18-35 tahun dengan masa kerja antara 0-10 tahun. (berdasarkan laporan kerja tahunan perusahaan (PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, 2018). Hasil indeks *engagement* karyawan dapat dilihat pada Gambar I.1 dan Gambar I.2.



Gambar III.3 Indeks Employee Engagement Berdasarkan Masa Kerja

Berdasarkan dari gambar diatas, menunjukkan bahwa karyawan bekerja dengan masa kerja lebih dari 35 tahun memiliki tingkat *engagement* yang tinggi namun karyawan yang bekerja di bawah kurang dari 5-10 tahun memiliki tingkat *engagement* yang rendah.



Gambar IV.4 Indeks Employee Engagement Berdasarkan Usia

Berdasarkan dari gambar diatas, menunjukkan bahwa karyawan dengan rentang usia lebih dari 55 tahun memiliki tingkat *engagement* yang tinggi namun karyawan yang berada di rentang usia antara 18-35 tahun memiliki tingkat *engagement* yang rendah.

Kondisi aktual di perusahaan berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT ABC, Karyawan pada rentang generasi-Y dan generasi-Z seringkali berpikiran untuk meninggalkan perusahaan dan memiliki kecenderungan untuk meninggalkan perusahaan jika mendapatkan tawaran dari perusahaan lain. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan karena terlihat ada permasalahan pada *employee engagement* pada PT ABC dengan mengukur tingkat *employee engagement* di PT ABC diperlukan agar mengetahui tingkat *engagement* karyawan terhadap perusahaan dan untuk mengetahui dimana letak kesalahan di PT ABC yang menyebabkan adanya permasalahan *engagement* yang memicu kinerja rendah. Apakah kinerja rendah karena karyawan kurang *engaged*, apakah karyawan memiliki keterikatan, berkomitmen tinggi, memiliki keinginan untuk berkontribusi, dan rasa memiliki terhadap perusahaan. Jika sudah mengetahui tingkat *engagement* karyawan maka perusahaan dapat mengetahui aspek apa yang menjadi hambatan bagi karyawan, dan perusahaan dapat memperbaiki aspek tersebut dengan program yang dirancang menggunakan pendekatan loyalty 3.0 untuk meningkatkan *employee engagement* pada perusahaan. Sehingga kinerja karyawan akan meningkat begitu juga kinerja perusahaan akan meningkat. Sesuai dengan harapan perusahaan dengan diadakannya *employee engagement* berharap jumlah karyawan yang bekerja dengan produktif dapat meningkat.

2. Dasar Teori

2.1 Employee Engagement

Menurut Kahn (1990) *Employee Engagement* merupakan tingkat hubungan dan keterlibatan yang terjadi secara pada tiga tingkatan yang berbeda yaitu fisik, kognitif dan emosional antara seseorang dengan perannya dalam sebuah organisasi.

2.2 Kategorisasi Employee Engagement

Employee engagement terbagi kedalam tiga kategori, yaitu: (Hewitt, 2014)

1. Disengaged

Karyawan yang tidak puas dalam pekerjaannya, mereka secara aktif menunjukkan ketidakpuasannya, Karyawan seperti ini mempengaruhi karyawan lainnya.

2. Somewhat Engaged

Karyawan yang pada dasarnya hanya bekerja sesuai tugasnya saja tanpa ada usaha untuk berinovasi.

3. Engaged

Karyawan yang bekerja dengan semangat dan merasakan hubungan yang sangat erat dengan perusahaan, mereka terinspirasi berinovasi untuk memajukan perusahaan.

2.3 Dimensi Employee Engagement

Employee engagement dijabarkan menjadi tiga dimensi, yaitu: (Hewitt, 2014)

1. *Say*

karyawan yang terikat (*engaged*), dengan konsisten berbicara positif tentang organisasi kepada rekan kerja, karyawan potensial, karyawan baru, calon karyawan dan pelanggan.

2. *Stay*

karyawan yang terikat (*engaged*) memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi anggota organisasi.

3. *Strive*

karyawan yang terikat (*engaged*) mengerahkan usaha ekstra dan terlibat dalam perilaku yang berkontribusi terhadap kesuksesan bisnis.

2.3 Metode PDBO

Metode PDBO (*Plan, Design, Build, Optimize*) menggunakan 4 tahap pengembangan dalam merancang program *employee engagement & satisfaction*, seperti halnya berikut ini: (Paharia, 2013)

1. Plan

Pada tahap ini merupakan suatu proses awal dengan mengidentifikasi masalah dan memberikan pemecahan masalah. Awal permasalahan dapat dilihat pada ROI (*Return On Investment*) dengan melalui berbagai *step* sebagai berikut:

- a. Identifikasi masalah
- b. Identifikasi objek yang diteliti
- c. Identifikasi kebiasaan objek
- d. Membuat dan menjabarkan tentang tugas
- e. Memahami ruang atau bidang permainan

2. Desain (*Design*)

Pada tahap ini dapat disebut dengan istilah membuat rancangan (*blueprint*) berdasarkan dari pengalaman pengguna sebagai objek dari rancangan yang telah dibuat. Adapun langkah-langkah untuk membuat rancangan sebagai berikut:

- a. Memahami pengguna
- b. Memilih apa yang pantas untuk pengguna
- c. Merancang pengalaman pengguna

3. Perancangan (*Build*)

Merupakan proses mewujudkan *diagram, wireframes, tools* dari proses rancangan desain yang telah dibuat dengan memahami dari pengalaman pengguna.

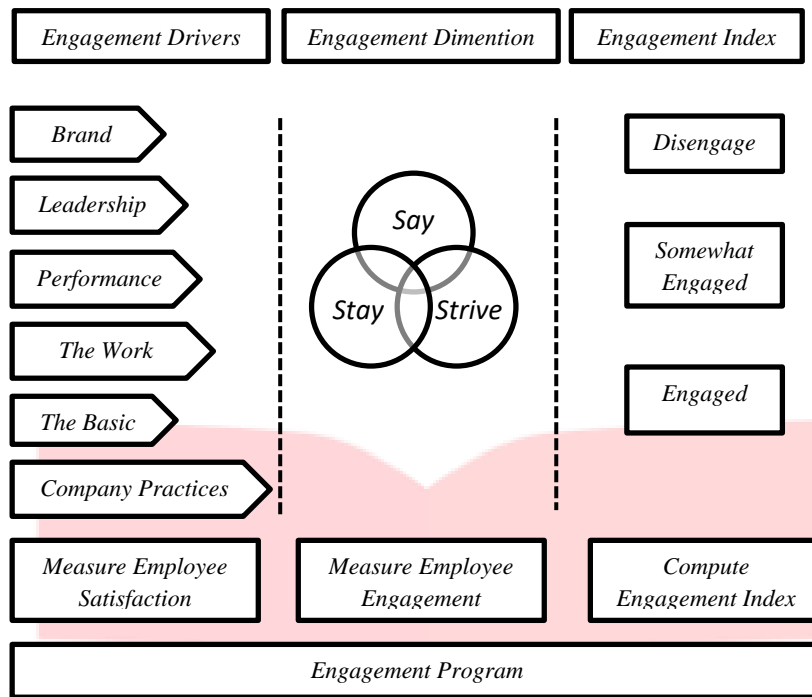
4. Optimasi (*Optimize*)

Pada tahap ini merupakan proses menyempurnakan dari rancangan yang telah dibuat berdasarkan aktivitas pengguna sehingga menghasilkan data yang digunakan untuk bekerja pada program dan pengalaman yang telah dibuat pada rancangan.

3 Metodologi Penelitian

3.1 Model Konseptual

Berikut model konseptual dari penelitian ini, yang bertujuan untuk memperlihatkan kerangka kerja dalam melakukan penelitian dengan menggunakan model Aon Hewitt dan juga menunjukkan kaitan antar faktor-faktor dalam penelitian pada PT ABC:



Gambar III. 1 Model Konseptual

Gambar III.1 menunjukkan bahwa *employee engagement* dalam model Aon Hewitt berlandaskan dari kepuasan karyawan. Maka dari itu dilakukan pengukuran tingkat kepuasan karyawan dengan menggunakan *engagement drivers* yaitu *brand, leadership, performance, the work, the basic, dan company practices*. Sedangkan pengukuran *employee engagement* berlandaskan dari dimensi *engagement* menurut Aon Hewitt yaitu *say, stay, dan strive*. Selanjutnya adalah menghitung indeks *engagement* dengan mengelompokkan hasil pengukuran *engagement* sesuai dengan kategori *engagement* yaitu *engaged, somewhat engaged, dan disengaged*.

4 Pembahasan

4.1 Pengukuran Tingkat *Employee Engagement*

Tingkat *employee engagement* diukur melalui hasil kuesioner, hal pertama yang dilakukan adalah melakukan rekap data kuesioner dari 30 orang responden. Rekapitulasi respon kuesioner pengukuran *engagement* dapat dilihat pada Tabel IV.5.

Tabel IV. 1 Rekapitulasi Kuesioner *Engagement*

Responden	Jawaban Responden						
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Total
R1	8	9	7	8	8	8	48
R2	7	8	6	7	7	7	42
R3	8	8	9	8	8	8	49
R4	7	7	6	6	7	6	39
R5	7	6	5	6	7	7	38
R6	7	8	7	7	8	7	44
R7	8	8	7	8	8	7	46
R8	6	4	2	2	3	3	20
R9	7	6	3	7	6	5	34
R10	7	8	5	6	6	6	38
.
.
R30	1	5	1	8	10	9	34

X : Pertanyaan

Rn : Responden

Setelah melakukan rekapitulasi respon kuesioner, selanjutnya dilakukan kategorisasi *employee engagement* berdasarkan kategori dari Aon Hewitt untuk mengetahui jumlah responden di setiap kategori. Kategori skor *employee engagement* terpadat pada Tabel IV.6 :

Tabel IV. 2 Kategorisasi *Engagement* Aon Hewitt

Nilai	Tingkat <i>Engagement</i>	Kode
7,5 – 10	<i>Engaged</i>	E
3,5 - 7,5	<i>Somewhat Engaged</i>	SE
1,0 – 3,5	<i>Disengaged</i>	D

Selanjutnya, dari setiap responden dihitung nilai rata-rata dari jawaban enam pertanyaan *employee engagement* agar mengetahui nilai rata-rata dari setiap responden yang nantinya akan digunakan untuk pengelompokkan responden sesuai kategori *employee engagement*. Perhitungan nilai rata-rata dari responden Tabel IV.7:

Tabel IV. 8 Perhitungan Nilai Rata-rata dan Kategori *Engagement* Responden

Responden	Jawaban Responden						Total	Rata-rata	Kategori
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6			
R1	8	9	7	8	8	8	48	8,0	E
R2	7	8	6	7	7	7	42	7,0	SE
R3	8	8	9	8	8	8	49	8,2	E
R4	7	7	6	6	7	6	39	6,5	SE
R5	7	6	5	6	7	7	38	6,3	SE
R6	7	8	7	7	8	7	44	7,3	SE
R7	8	8	7	8	8	7	46	7,7	E
R8	6	4	2	2	3	3	20	3,3	D
R9	7	6	3	7	6	5	34	5,7	SE
R10	7	8	5	6	6	6	38	6,3	SE
.
.
R30	1	5	1	8	10	9	34	5,7	SE

$$\frac{X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6 + \dots + X_n}{k}$$

X_n : Pertanyaan ke-

K : Jumlah pertanyaan

Perhitungan untuk R1:

$$\frac{8 + 9 + 7 + 8 + 8 + 8}{6} = 8.0$$

Dengan cara yang sama, dilakukan perhitungan nilai rata-rata 30 responden. Setelah mendapatkan nilai rata-rata dari setiap responden, maka responden dapat dikelompokkan sesuai dengan kategori *employee engagement* menurut Aon Hewitt yang nantinya akan menjadi informasi apakah responden tersebut tergolong *engaged*, *somewhat engaged*, atau *disengaged*. Hasil dari pengelompokkan responden sesuai dengan kategorisasi *employee engagement* dapat dilihat pada Tabel IV.8.

Tabel IV. 3 Pengelompokan *Engagement* Responden

Kategori	Jumlah (orang)
E	5
SE	22
D	3

Dari hasil pengelompokan responden berdasarkan kategorisasi *employee engagement* menurut Aon Hewitt, selanjutnya dihitung persentase dari setiap kategori.

$$\text{Persentase orang yang tergolong E} = \left(\frac{5}{30}\right) \times 100\% = 16,67\%$$

$$\text{Persentase orang yang tergolong SE} = \left(\frac{22}{30}\right) \times 100\% = 73,33\%$$

$$\text{Persentase orang yang tergolong D} = \left(\frac{3}{30}\right) \times 100\% = 10\%$$

Setelah menghitung tingkat *engagement* secara keseluruhan, kemudian dihitung tingkat *engagement* dari setiap aspek *engagement* yaitu *say*, *stay*, dan *strive* untuk mengetahui nilai dari setiap aspek. Perhitungan nilai setiap aspek adalah dengan menjumlahkan total jawaban dari setiap pertanyaan yang merepresentasikan aspek-aspek tersebut, lalu dibagi dengan total responden dan dikalikan dengan 10 yaitu nilai skor tertinggi dari setiap pertanyaan.

Tabel IV.11 Perhitungan Aspek *Engagement*

Responden	Jawaban Responden							Total	Rata-rata	Kategori
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6				
R1	8	9	7	8	8	8	48	8,0	E	
R2	7	8	6	7	7	7	42	7,0	SE	
R3	8	8	9	8	8	8	49	8,2	E	
R4	7	7	6	6	7	6	39	6,5	SE	
R5	7	6	5	6	7	7	38	6,3	SE	
R6	7	8	7	7	8	7	44	7,3	SE	
R7	8	8	7	8	8	7	46	7,7	E	
R8	6	4	2	2	3	3	20	3,3	D	
R9	7	6	3	7	6	5	34	5,7	SE	
R10	7	8	5	6	6	6	38	6,3	SE	
.	
.	
R30	1	5	1	8	10	9	34	5,7	SE	
Jumlah	168	194	166	174	193	188	1083			

Tabel IV. 4 Hasil Perhitungan Aspek *Engagement*

Kategori	Pertanyaan ke-	Jumlah Nilai
<i>Say</i>	1	168
	2	194
<i>Stay</i>	3	166
	4	174
<i>Strive</i>	5	193
	6	188

Tingkat *engagement* aspek *say* :

$$\frac{\left[\frac{168 + 194}{2}\right]}{30 \times 10} = 60.33\%$$

Tingkat *engagement* aspek *stay* :

$$\frac{\left[\frac{166 + 174}{2}\right]}{30 \times 10} = 56.67\%$$

Tingkat *engagement* aspek *strive* :

$$\frac{\left[\frac{193 + 188}{2}\right]}{30 \times 10} = 63.50\%$$

Hasil dari perhitungan tingkat *engagement* setiap aspek dapat dilihat pada Tabel IV.11.

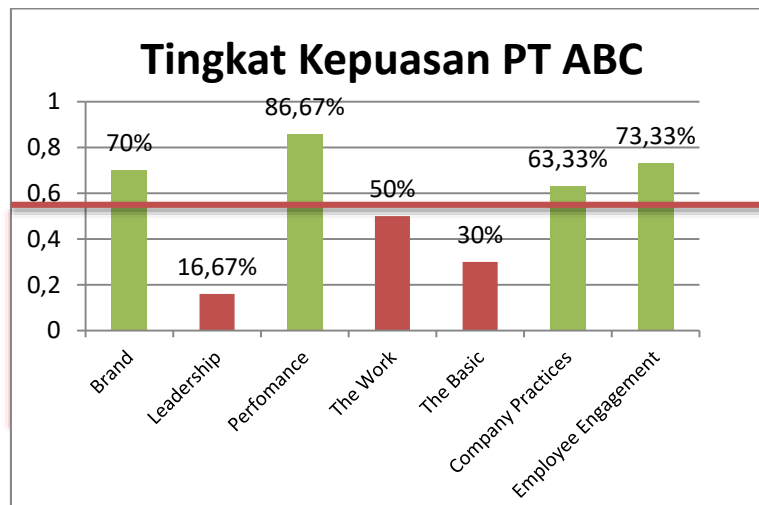
Tabel IV. 5 Hasil Perhitungan Tingkat *Engagement*

Pertanyaan	Index	Kategori <i>Engagement</i>	
1	56.00%	60.33%	<i>Say</i>
2	64.67%		
3	55.32%	56.67%	<i>Stay</i>
4	58.00%		
5	64.32%	63.50%	<i>Strive</i>
6	62.67%		

Dari hasil tingkat *engagement* setiap aspek pada Tabel IV.11, dapat terlihat bahwa aspek *strive* memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 63.50%, lalu aspek *stay* memiliki nilai 56.67%, sedangkan aspek *say* memiliki nilai terendah yaitu 60.33%.

4.2 Tingkat Kepuasan Kerja

Sama seperti *employee engagement*, setelah melakukan pengukuran tingkat kepuasan kerja pada tahap pengolahan data, didapatkan hasil tingkat kepuasan kerja pada PT ABC dalam bentuk persentase yang dapat dilihat pada pada Gambar V.2.



Gambar V. 1 Hasil Tingkat Kepuasan Kerja

Pada Gambar V.2, dapat dilihat grafik kepuasan PT ABC pada tahun 2018. Aspek-aspek yang digunakan adalah *brand*, *leadership*, *performance*, *the work*, *the basic*, *company practices* dan *employee engagement*. Setelah melakukan pengukuran berdasarkan kuesioner penelitian kepuasan pada PT ABC, didapatkan hasil seperti pada Gambar V.2. Indeks kepuasan pada PT ABC adalah sebesar 60%. Indeks kepuasan melihat dari karyawan yang merasa puas atau dalam penelitian kali ini adalah responden yang memiliki nilai kepuasan 7.5 sampai 10. Berdasarkan Gambar V.2, terdapat 3 aspek yang memiliki nilai kepuasan di bawah indeks kepuasan, yaitu aspek *leadership*, *the work*, dan *the basic*. Akan dilakukan analisis pada setiap aspek yang memiliki nilai di bawah indeks kepuasan yaitu dengan melihat nilai sub aspek pada setiap aspek, nilai sub aspek yang terendah di setiap aspek akan menjadi dasar untuk perancangan program. Pada aspek *leadership*, sub aspek yang memiliki nilai paling rendah adalah *senior leadership* mengenai komunikasi antara karyawan dengan jajaran direksi/kepala divisi. Pada aspek *the work*, sub aspek *work tasks* memiliki nilai kepuasan terendah mengenai kesesuaian beban kerja dengan waktu yang tersedia. Lalu, pada aspek *the basic*, sub aspek *pay & benefits* juga memiliki nilai terendah pada perusahaan.

5 Analisis

5.1 Perancangan Program Peningkatan *Employee Engagement & Satisfaction* dengan pendekatan Metode Loyalty 3.0Tabel V. 1 Rancangan Program *Fast Feedback* dengan PDBO

Nama Program	<i>Plan</i>	<i>Design</i>	<i>Build</i>	<i>Optimize</i>
Pembuatan <i>fast feedback</i>	Membangun komunikasi antara pegawai dengan jajaran direksi dengan program <i>fast feedback</i>	Hal-hal yang dirancang dalam <i>fast feedback</i> : 1. Penamaan job 2. <i>Job Mission</i> 3. <i>Job Illustration</i> 4. <i>Responsibility</i> 5. <i>Job Performance Standard</i> 6. <i>Job Requirement</i> 7. <i>Competency Requirement</i> 10. <i>Assessment</i> 11. <i>Feedback</i>	Membuat rancangan program mekanisme <i>fast feedback</i>	Optimasi <i>fast feedback</i> : 1. Mengadakan evaluasi pada setiap <i>feedback</i> 2. Menindak lanjuti setiap kekurangan dan masalah yang dihadapi karyawan

Tabel V. 2 Rancangan Program *Goals* dengan PDBO

Nama Program	<i>Plan</i>	<i>Design</i>	<i>Build</i>	<i>Optimize</i>
Perancangan <i>goals</i>	Membuat rancangan <i>job task</i> yang disesuaikan dengan keahlian karyawan. 1. Output dari pekerjaan 2. Kegiatan pada setiap pekerjaan 3. Waktu pengerjaan <i>job matching</i>	Hal-hal yang dirancang dalam pembuatan <i>goals</i> (posisi <i>key job</i>) : 1. Menetapkan jumlah jam kerja per hari 2. Menetapkan standar waktu kerja 3. Perhitungan total waktu kegiatan pada setiap pekerjaan 4. Perhitungan jumlah karyawan yang dibutuhkan untuk setiap pekerjaan dari total waktu pengerjaan	Membuat rancangan program mekanisme <i>goals</i>	Optimasi <i>goals</i> : 1. Mengadakan evaluasi pada setiap <i>goals</i> 2. Menindak lanjuti setiap tujuan yang tidak optimal yang dihadapi karyawan

Tabel V. 3 Rancangan Program *Points* dengan PDBO

Nama Program	<i>Plan</i>	<i>Design</i>	<i>Build</i>	<i>Optimize</i>
Perancangan mekanisme <i>points</i>	Membuat rancangan mengenai pertimbangan pemberian <i>bonus</i> . 1. Kebutuhan pegawai 2. Kebutuhan pekerjaan 3. Kebutuhan organisasi	Mendesain : 1. Menentukan kebutuhan pegawai dan pekerjaan 2. Menentukan kebutuhan tim / divisi	Membuat rancangan mekanisme <i>points</i>	Optimasi <i>points</i> : 1. Mengadakan evaluasi pada setiap <i>points</i>

6 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Indikator *employee engagement* yang sesuai untuk PT ABC adalah faktor-faktor kepuasan yang paling rendah yaitu faktor *senior leadership*, *work tasks*, dan *pay & benefits*.
2. PT ABC memiliki tingkat *employee engagement* pada ruang lingkup *somewhat engaged* sebesar 73,33% dan tingkat kepuasan yaitu sebesar 55%.
3. Program peningkatan tingkat *engagement & satisfaction* pada PT ABC ada tiga rancangan untuk tiga faktor yang perlu diberikan program usulan peningkatan. Pertama, untuk faktor *senior leadership* dengan membuat *job profile* untuk setiap jabatan dan juga membuat sistem kepangkatan. Kedua, untuk *work tasks* adalah dengan membuat *work task* lebih detail untuk setiap pekerjaan. Ketiga, untuk faktor *pay & benefits* adalah dengan membuat sistem *pay & benefits* pada pekerjaannya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, e. (2009). The Linkage of Employee Satisfaction and Loyalty in Hotel Industry in Klang Valley. *International Journal of Business and Management*, (hal. 4, No.10. 152-160). Malaysia.
- Albrecht. (2010). *Handbook of Employee Engagement Perspectives, Issues, Research and Practice*. United Kingdom: MPG Books Group.
- Dhevabanchachai, e. (2013). The Preferred Work Paradigm for Generation Y in the Hotel. *International Education Studies*, (hal. Vol. 6, No. 10; Halaman: 27-38). Thailand.
- Gay, L. R., & Diehl, P. (1992). *Research Methods for Business and Management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Hawkins Del I. Mothersbaugh, D., & Best, R. (2007). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy*. New York: MacGraw Hill.
- Heaney. (2010). Employee Engagement. A Conceptual Framework.
- Horeczy, A., Lalani, A., Mendes, G., Miller, M., Samsa, L., & Scongack, T. (2012). Leadership Preferences of Generation Y.
- Jones, G. R. (2013). *Organizational Theory, Design, and Change*. Boston: Pearson.
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (1993). *Psychological testing: Principles, application and issues*. California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Khan. (2013). Employee Engagement: A Conceptual Framework.
- Larkin, S. &. (2009 & 2010). Employee Engagement: A Conceptual Framework.
- Luscombe, & Biggs. (2013). *Kepuasan Kerja dan Loyalitas Generasi-Y*.
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The Meaning of Employee Engagement. Dalam W. H. Macey, & B. Schneider, *The Meaning of Employee Engagement* (hal. 3-30). Society for Industrial and Organizational Psychology.
- Mangkunegara, A. (2009). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Neli, R. (2012). Comparing Two Models of Employee Engagement: An Examination of Antecedents and Outcome Variables.
- Nurhasan, R. (2017). Kepuasan Kerja Dan Loyalitas Generasi-Y. 013-023.
- Paharia, R. (2013). *Loyalty 3.0 : How to Revolutionize Customer and Employee Engagement with Big Data and Gamification*.