

PENGARUH INSENTIF TERHADAP *EMPLOYEE ENGAGEMENT* (STUDI PADA CV. ASSTRO TAROGONG GARUT)

Suca Rusdian

STIE Yasa Anggana Garut
sucarusdian@gmail.com

Nizma Rismayani

STIE Yasa Anggana Garut
nizma52@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.33592/jeb.v26i2.1057>

ABSTRACT

This research was motivated by employee engagement at CV. Asstro Tarogong Garut which is not yet optimal. One way to increase employee engagement is through appropriate incentive programs. The accuracy and smoothness of providing incentives must be considered because if the incentives received in reality are often not smooth, it will certainly make employee morale and enthusiasm decrease. Because if incentives are given by following expectations and the work is completed by employees, employees will feel satisfied and motivated to work so as increase employee engagement, because engaged employees will make appropriate efforts in the organization and be motivated to increase their productivity. The purpose of this study was to determine the effect of incentives on employee engagement at CV. Asstro Tarogong Garut. The methodology used is descriptive method with associative problem formulation. The types of data used are primary data and secondary data. The population in this study were all employees at CV. Asstro Tarogong Garut. The sampling technique used is nonprobability sampling with a sample size of 36 employees. The data analysis technique used the validity instrument, the reliability instrument test, the Spearman rank correlation coefficient test and the determination coefficient test using SPSS Version 20. Based on the results of testing and statistical analysis using the Spearman rank correlation test, there is a "strong" influence between the incentive variable on employee engagement.

Keywords: *Incentives, Employee Engagement*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *employee engagement* di CV. Asstro Tarogong Garut yang belum optimal. Salah satu yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *employee engagement* adalah melalui program insentif yang sesuai. Ketepatan dan kelancaran pemberian insentif harus diperhatikan karena jika insentif yang diterima dalam kenyataan sering tidak lancar tentunya akan membuat semangat dan antusias kerja karyawan akan menurun. Karena jika insentif diberikan sesuai dengan harapan dan pekerjaan yang diselesaikan oleh karyawan, maka karyawan akan merasa puas dan termotivasi untuk bekerja sehingga dapat meningkatkan *employee engagement*, karena karyawan yang engaged akan melakukan upaya yang semestinya dalam organisasi serta termotivasi untuk meningkatkan produktifitasnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap *employee engagement* pada CV. Asstro Tarogong Garut. Metodologi yang digunakan adalah metode deskriptif dengan perumusan masalah asosiatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada CV. Asstro Tarogong Garut. Teknik Pengumpulan Sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 36 karyawan. Teknik analisis data menggunakan instrumen validitas, uji instrument reliabilitas, uji koefisien korelasi rank spearman serta uji kofisien determinasi dengan menggunakan SPSS Versi 20. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis statistik dengan menggunakan uji korelasi rank spearman terdapat pengaruh yang "kuat" antara variabel Insentif terhadap *Employee engagement*.

Kata Kunci: *Insentif, Employee Engagement*

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi, pertumbuhan bisnis mendorong perusahaan untuk menerapkan berbagai cara demi berkompetisi dengan pesaing. Persaingan yang terjadi harus dapat dihadapi dan mendorong perusahaan mengambil tindakan strategi agar dapat bertahan dan mampu mengembangkan usaha yang dikelolanya semaksimal mungkin demi kemajuan suatu organisasi atau perusahaan. Perkembangan bisnis wisata kuliner di Indonesia khususnya di Kota Garut sangatlah pesat. Dalam hal ini semakin maraknya wisata kuliner akhir-akhir ini yang menjadi ikon dari kota Garut memberikan dampak yang berarti pula bagi industri makanan yang berskala kecil maupun berskala besar.

Ketatnya wisata kuliner yang terjadi, oleh karena itu perusahaan harus mengelola sumber daya manusianya. Karena sumber daya manusia merupakan *asset* penting yang dapat menunjang suksesnya dalam keberhasilan suatu tujuan perusahaan. Mengelola sumber daya manusia merupakan masalah yang tidak mudah untuk diatasi, karena manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki perasaan, kebutuhan, cara berfikir dan tingkah laku yang berbeda satu dengan yang lainnya, sehingga dalam hal ini diperlukan suatu manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk mendapatkan tujuan yang baik.

Menurut Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, hubungan kerja

adalah hubungan antara pengusaha dengan pekerja/buruh berdasarkan perjanjian kerja, yang mempunyai unsur pekerjaan, upah (Insentif) dan pengusaha wajib memberikan motivasi kepada pekerja, guna meningkatkan *employee engagement*.

Employee engagement menjadi salah satu kunci tercapainya tujuan perusahaan. Dalam hal ini sumber daya manusia harus memiliki *engagement* yang tinggi, namun sebaliknya karyawan yang bekerja di suatu perusahaan tidak memiliki *engagement* yang tinggi maka tujuan perusahaan tidak akan meraih kesuksesan. “*Employee engagement* adalah sebagai suatu tingkat dimana seseorang memiliki komitmen terhadap sebuah organisasi atau perusahaan sehingga dapat menentukan bagaimana seseorang berperilaku dan seberapa lama dia akan bertahan dengan pekerjaannya tersebut” (Federman, 2013: 22). artinya seseorang dikatakan memiliki sikap *employee engagement* yang tinggi kepada perusahaan maka ia akan cenderung memiliki loyalitas yang tinggi dan memberikan kontribusi yang lebih bagi perusahaannya. Karyawan yang bekerja diperusahaan sudah pasti berbeda-beda dalam pemikiran, sikap dan semangatnya dalam melakukan pekerjaan. Karyawan terkadang lebih cenderung untuk bekerja hanya dengan yang diperintahkan atau sesuai standar perusahaan, karyawan merasa sudah lepas tanggung jawab dengan telah menyelesaikan

pekerjaannya, padahal tidak jarang masih adanya waktu atau tenaga yang tersisa yang dimiliki karyawan untuk mengerjakan hal yang lebih tersebut.

Employee engagement dipengaruhi oleh beberapa faktor dan salah satu faktor yang mempengaruhinya ialah insentif. Menurut Vazirani dalam Vania dkk (2018: 39) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* dimana salah satunya adalah insentif, serta apabila insentif diberikan sesuai dengan harapan pekerjaan yang diselesaikan oleh karyawan, maka karyawan akan merasa puas dan termotivasi untuk bekerja sehingga dapat meningkatkan *employee engagement*. Insentif merupakan sebagai sarana motivasi yang mendorong para karyawan untuk bekerja dengan kemampuan yang optimal. Insentif adalah sebagai suatu sarana motivasi yang diberikan sebagai perangsang atau pendorong yang diberikan dengan sengaja kepada karyawan agar dalam diri mereka timbul semangat yang lebih besar untuk berprestasi bagi perusahaan (Sarwoto, 2010: 144). bagi sebuah perusahaan suatu penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan oleh pihak pimpinan kepada karyawan agar mereka bekerja dengan motivasi atau dorongan yang tinggi, berprestasi dalam tujuan-tujuan organisasi atau pemberian uang diluar gaji sebagai pengakuan

terhadap prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan.

Employee engagement dipengaruhi oleh pekerjaan itu sendiri, lingkungan kerja, kepemimpinan, Insentif, adanya kesempatan untuk melakukan pengembangan itu sendiri dan kesempatan untuk berkontribusi. karyawan dimungkinkan dipengaruhi oleh kebijakan yang diterapkan dalam suatu perusahaan, oleh sebab itu pemberian insentif akan berdampak pada semangat dalam mencapai prestasi yang baik dan memberikan kinerja yang besar bagi perusahaan, (Armstrong, 2010: 143). Faktor insentif menjadi hal penting untuk diteliti guna meningkatkan *employee engagement*. *Employee engagement* menjadi salah satu kunci tercapainya tujuan perusahaan dan insentif sangat diperlukan untuk mewujudkannya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elsa Vania *at all* (2018), dengan judul “Pengaruh Insentif Terhadap *Employee Engagement* Di Hotel X Surabaya” yang menunjukkan hasil bahwa insentif memiliki pengaruh positif terhadap *Employee Engagement* Di Hotel X Surabaya, yang berarti apabila semakin besar insentif maka semakin baik *employee engagement*, sebaliknya semakin kecil insentif maka *employee engagement* menjadi rendah.

Terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *employee engagement*, salah satunya menurut Schaufeli

dan Bakker dalam Ricardianto (2018: 171) yang berpendapat bahwa indikator *employee engagement* dapat diukur melalui: ketahanan kerja, merasa nyaman, kegigihan dalam bekerja, merasa antusias, kebanggaan dalam bekerja, mengikuti aturan/prosedur, menyenangkan pekerjaan, menyelesaikan tantangan, konsentrasi penuh, penuh penghayatan, sulit meninggalkan pekerjaannya, dan minat terhadap perusahaan.

CV. Asstro Tarogong Garut merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang usaha wisata kuliner yang sudah bergerak yaitu, “Liwet Pak Asep Stoberi” (Asstro) merupakan restoran khas sunda yang telah memberikan kenyamanan melalui pilihan dan penataan lokasinya. Asstro menjadi destinasi wisata kuliner di Garut, Tasikmalaya dan Bandung. CV. Asstro Tarogong Garut perlu juga menciptakan dan memperhatikan aspek-aspek yang berhubungan dengan peningkatan *employee engagement* agar menjadi perusahaan yang mampu berkembang. Untuk meningkatkan *employee engagement* terhadap perusahaan tempat mereka bekerja, dimungkinkan dapat dilakukan dengan upaya menumbuhkan rasa keterikatan terhadap perusahaan, maka seorang karyawan harus berupaya dapat memberikan *employee engagement* kerja sebaik mungkin, karena sumber daya manusia merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan.

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya CV. Asstro tentunya memiliki keinginan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan secara maksimal dengan karyawan yang berkomitmen dan tidak meninggalkan perusahaan, akan tetapi terkendala oleh krisis *employee engagement* yang menunjukkan adanya kesenjangan antara kenyataan yang terjadi dengan harapan perusahaan, bahwa seharusnya dapat memaksimalkan potensinya dan melakukan pekerjaannya dengan baik. *Engaged* internal para karyawan dibutuhkan untuk mewujudkan itu semua, namun pada kenyataannya yang ditemukan adalah karyawan justru menyepelkan pekerjaan.

Karyawan yang disebut sebagai unsur penentu kemajuan perusahaan tentunya akan berperan penting sebagai tumpuan perusahaan kedepannya dalam menghadapi persaingan pasar. Dalam mewujudkan itu semua itu terlebih dahulu diharuskan dapat mempunyai *engaged* yang baik dan karyawan harus memiliki komitmen serta keterlibatan yang tinggi untuk tidak terjadi *turnover*. Menurut Marciano dalam Akbar (2013: 11) *Employee engagement* memiliki beberapa keuntungan yaitu: 1) Menurunkan *Turnover*, 2) meningkatkan produktivitas, 3) mengurangi ketidakhadiran, 4) meningkatkan keuntungan, 5) menambah efisiensi, 6) mengurangi penipuan, 7) meningkatkan kepuasan konsumen, 8) mengurangi kecelakaan kerja, dan 9)

meminimalkan keluhan karyawan. Dalam hal ini salah satunya keuntungan *employee engagement* adalah dapat mengurangi turnover. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri (2013), menyatakan bahwa *Employee Engagement* berpengaruh positif terhadap *Turnover* karyawan PT. XYZ, dimana semakin tinggi *employee engagement* maka akan menurunkan *turnover* karyawan, sebaliknya apabila semakin rendah *employee engagement* akan menaikkan *turnover* karyawan.

Berdasarkan fakta yang didapat dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan pada CV. Asstro Tarogong Garut bahwa *employee engagement* mengalami penurunan yang mengindikasikan bahwa *employee engagement* pada perusahaan tersebut berada pada tingkat yang kurang baik seperti: banyaknya *customers* yang komplain karena sangat rendahnya tingkat pelayanan karyawan kepada *customer*, rendahnya *engaged* karyawan masih terdapat yang menggunakan gawai (*handphone*) saat jam kerja, terdapat karyawan yang bekerja tidak sesuai standar operasional perusahaan (SOP) pada setiap divisi kerja mereka, kurangnya motivasi dalam bekerja seperti karyawan yang menggantung pekerjaan kepada karyawan lain, sehingga berdampak pada hasil pekerjaan yang tidak maksimal, terdapat karyawan yang terlambat masuk kerja sehingga dianggap tidak hadir (Alpa) yang menjadikan tingkat kehadiran menurun, masih adanya

beberapa karyawan yang keluar masuk perusahaan, dalam hal ini terjadinya *Turnover*. Jumlah karyawan keluar masuk turnover dapat dilihat pada table 1 berikut:

Tabel 1
Data Turnover Karyawan CV. Asstro Tarogong Garut
Hitungan per 3 (tiga) bulan selama 2019

No	Bulan	Jumlah Karyawan				
		Awal	Masuk	Keluar	Akhir	Tingkat Turnover (%)
1	Januari-Maret	37	1	1	37	3
2	April-Juni	37	6	2	41	5
3	Juli-September	41	-	3	38	8
4	Oktober-Desember	38	2	4	36	11

Sumber: CV. Asstro Tarogong Garut 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah karyawan yang keluar masuk (*Turnover*) CV. Asstro Tarogong Garut setiap bulannya fluktuatif. Data diatas dapat dilihat bahwa semakin besar keinginan karyawan untuk berpindah, maka diduga semakin rendah pula *employee engagement* kerja yang dimiliki. Seperti yang dikemukakan Federman dalam Akbar (2013: 11) menyatakan bahwa *employee engagement* mempengaruhi apakah setiap pekerja tinggal sebagai anggota organisasi atau meninggalkan organisasi dan mencari pekerjaan baru. Data *turnover* diatas terjadi dengan: 1) *Turnover* secara tidak sukarela (pemecatan karena kinerja yang buruk dan pelanggaran

peraturan kerja) adanya faktor internal seperti banyaknya alpa pada kehadiran yang dilakukan oleh karyawan yang menyebabkan PHK. 2) *Turnover* secara sukarela (karyawan yang meninggalkan perusahaan karena keinginan sendiri). Dalam hal ini menunjukkan bahwa *employee engagement* ada pada tingkatan rendah karena kurang semangat, tidak memiliki antusiasme, tidak ada ikatan emosional dan tidak memiliki kebanggaan dalam diri karyawan serta tidak memiliki pemikiran tentang kesatuan hubungan kerja yang dicirikan dengan adanya *vigor, dedication, dan absorption*.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan mengenai suatu variabel mandiri yang diteliti baik hanya satu variabel atau lebih. Sedangkan metode asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan bentuk hubungan kausal yaitu hubungan menunjukkan sebab akibat”.

Dalam penelitian ini juga dilakukan dilakukan metode pengumpulan data, mengolah data menganalisis serta menarik kesimpulan dari data-data mengenai bagaimana Insentif terhadap *Employee Engagement*.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan CV. Asstro

Tarogong yang memiliki jumlah karyawan sebanyak 36 orang. Arikunto (2012: 34) berpendapat bahwa jika jumlah populasi kurang dari seratus maka penentuan sampel dapat menggunakan teknik sampel jenuh. Dengan dasar teori diatas maka penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik *NonProbability Sampling* atau teknik penarikan sampling yaitu menggunakan sampling jenuh. Sampling jenuh menurut Sugiono (2018: 133) ‘‘ teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel’’. Maka peneliti memutuskan bahwa sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan CV. Asstro Tarogong Garut yaitu sebanyak 36 orang.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

- 1) Kuesioner atau angket.
- 2) Observasi
- 3) Wawancara atau *interview*
- 4) Studi pustaka

Data yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis Analisis Kuantitatif : yaitu suatu analisis data dengan menggunakan rumus statistika berupa uji validitas dan uji reliabilitas, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Insentif Karyawan Pada CV. Asstro Tarogong Garut

Insentif merupakan pengupahan yang memberikan imbalan yang berbeda karena memang prestasi yang berbeda. Dua orang dengan jabatan yang sama dapat menerima insentif yang berbeda karena bergantung pada prestasi. Maksud dari tujuan pemberian Insentif yaitu untuk memberikan tanggung jawab dan dorongan kepada karyawan. Insentif menjamin bahwa karyawan akan mengarahkan usahanya untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga dapat meningkatkan *employee engagement*. Insentif adalah imbalan finansial dan nonfinansial yang dibayarkan kepada pekerja yang produksinya melebihi standar yang telah ditentukan. (Dessler, 2015).

Setelah membuktikan teori-teori yang dijadikan referensi dan dengan melakukan perhitungan sesuai dengan jawaban responden dalam kuesioner mengenai Insentif, bahwa tanggapan responden tentang Insentif pada CV. Asstro Tarogong Garut termasuk dalam kategori Baik. Berdasarkan hasil analisa data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 36 karyawan CV. Asstro Tarogong Garut, maka dapat disimpulkan bahwa insentif yang diterima oleh karyawan secara keseluruhan cenderung tinggi. Total skor yang dari variabel insentif ini dapat dilihat dari hasil pengukuran dua dimensi, yaitu dimensi Finansial Insentif dan Non

Finansial Insentif (Dessler (2015)). Hal ini berdasarkan hasil perhitungan *rating scale* didapat hasil skor sebesar 1.578 atau memiliki nilai efektivitas 79,6%. sehingga termasuk ke dalam kategori baik, dalam artian bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yang diteliti karena mendekati sangat baik dan terletak antara titik (1.578-1.980) yang mempunyai kriteria baik.

Secara umum mengenai dimensi Finansial Insentif, karyawan menanggapi dengan respon positif, terutama pada indikator bonus. Didalam pernyataan tersebut mayoritas karyawan menjawab tinggi dalam artian karyawan CV. Asstro Tarogong Garut menerima insentif berupa bonus sesuai dengan pekerjaan yang telah mereka selesaikan. Sedangkan skor item terendah pada pemberian tunjangan yang diberikan oleh perusahaan, karena perusahaan tidak selamanya memberikan tambahan waktu pekerjaan setiap hari, melainkan dari adanya tambahan waktu pekerjaan setiap hari, melainkan dari adanya tambahan waktu yang pekerjaannya mendesak atau sewaktu waktu. Kepuasan karyawan akan insentif memberikan rasa senang dan motivasi bagi karyawan untuk meningkatkan bekerja.

Kemudian mengenai dimensi Non Finansial Insentif, yang memiliki 7 indikator penilaian yaitu, lingkungan kerja, rewards, hiburan, pelatihan, promosi jabatan, fasilitas, dan jaminan kesehatan. Mayoritas karyawan

menanggapi dengan respon yang positif. Diantara enam indikator tersebut yang memiliki total skor tertinggi yaitu pada indikator pelatihan kerja. Sedangkan total skor terendah pada indikator jaminan kesehatan, hal ini menunjukkan bahwa jaminan kesehatan yang diberikan oleh perusahaan di CV. Asstro Tarogong Garut yang diakibatkan kurangnya paham data jaminan kesehatan kerja, sehingga tidak dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai efektivitas pelaksanaan pemberian insentif yang besarnya 79,6% menunjukkan bahwa proses pelaksanaan pemberian insentif belum sempurna, adapun nilai ketidaksempurnaan tersebut sebesar $100\% - 79,6\% = 20,4\%$ merata pada setiap dimensi variabel yakni : Finansial Insentif dan Non finansial Insentif.

***Employee Engagement* Karyawan Pada CV. Asstro Tarogong Garut**

Employee engagement merupakan keterikatan karyawan dimana seseorang memiliki komitmen terhadap suatu perusahaan sehingga dapat menentukan bagaimana seseorang berperilaku dan seberapa lama dia akan bertahan dalam pekerjaan dan posisinya tersebut. *Employee engagement* adalah mereka yang positif tentang pekerjaannya serta karyawan yang terikat adalah karyawan yang bergairah, karyawan yang benar benar tenggelam dalam pekerjaannya, energik,

berkomitmen dan benar benar berdedikasi. Trust dalam Ricardianto (2018: 169)

Setelah membuktikan teori-teori yang dijadikan referensi dan dengan melakukan perhitungan sesuai dengan jawaban responden dalam kuesioner mengenai *employee engagement*, bahwa tanggapan responden tentang *employee engagement* pada CV. Asstro Tarogong Garut termasuk dalam kategori Baik. Berdasarkan hasil analisa data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 36 karyawan CV. Asstro Tarogong Garut, maka dapat disimpulkan bahwa *Employee Engagement* yang diterima oleh karyawan secara keseluruhan cenderung tinggi. Hasil pengukuran *Employee Engagement* didapatkan dari tiga dimensi, yaitu *Vigor* (kekuatan), *Dedication* (dedikasi), dan *Absorption* (penghayatan) Schaufeli dalam Ricardianto (2018: 171). Hal ini berdasarkan hasil perhitungan *rating scale* didapat hasil skor sebesar 1.785 atau memiliki nilai efektivitas 82%. sehingga termasuk ke dalam kategori baik, dalam artian bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yang diteliti karena mendekati sangat baik dan terletak antara titik (1.728-2.160) yang mempunyai kriteria baik.

Secara umum mengenai dimensi *Vigor* (kekuatan), karyawan menanggapi dengan respon positif, terutama pada indikator terampil dalam mencari solusi untuk menyelesaikan

masalah (Kegigihan) memiliki total skor yang tinggi. Didalam pernyataan tersebut mayoritas karyawan menjawab tinggi dalam artian karyawan CV. Asstro Tarogong Garut dapat mengatasi masalah dalam pekerjaan dengan teliti. Sedangkan skor item terendah pada ketahanan bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja perusahaan masih kurang baik, sehingga karyawan bekerja dengan kurang nyaman lalu berdampak pada lepas tanggung jawab dan meninggalkan pekerjaan serta perusahaan.

Kemudian mengenai dimensi *Dedication* (dedikasi), yang memiliki 5 indikator penilaian, Mayoritas karyawan menanggapi dengan respon yang positif. Diantara lima indikator tersebut yang memiliki total skor tertinggi yaitu pada indikator antusias. Hal tersebut merupakan indikator yang menunjukkan sebuah keterikatan karyawan terhadap perusahaan. Sedangkan total skor terendah pada aturan/prosedur. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi dedikasi dari *employee engagement* di CV. Asstro Tarogong Garut berada pada kategori tinggi. Oleh karena itu, CV. Asstro Tarogong Garut perlu mempertahankan serta meningkatkan rasa *engagement* karyawan terhadap perusahaan, agar kinerja perusahaan semakin baik.

Selanjutnya mengenai dimensi *Absorption* (penghayatan) dikarakteristikan dengan konsentrasi penuh, minat terhadap pekerjaan, dan sulit melepaskan diri dari

pekerjaan dan perusahaan. Dimensi ini memiliki empat indikator penilaian, Mayoritas karyawan menanggapi dengan respon yang positif. Diantara empat indikator tersebut yang memiliki total skor tertinggi yaitu pada indikator minat terhadap pekerjaan, kemudian pernyataan yang memiliki total skor terendah pada sulit meninggalkan pekerjaan. Secara umum tanggapan *Absorption* karyawan di CV. Asstro Tarogong Garut berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai efektivitas *employee engagement* yang besarnya 82% menunjukkan bahwa proses *employee engagement* belum sempurna, adapun nilai ketidaksempurnaan tersebut sebesar $100\% - 82\% = 18\%$ merata pada setiap dimensi variabel yakni : *Vigor* (kekuatan), *Dedication* (dedikasi), dan *Absorption* (penghayatan).

Pada variabel *employee engagement*, skor tinggi berada pada dimensi *Dedication* (dedikasi). dan skor rendah berada pada dimensi *Vigor* (kekuatan). Hal ini dikarenakan mayoritas karyawan masih berusia produktif, sehingga masih memiliki antusias, kebanggaan dalam bekerja, ketahanan kerja, kegigihan menghadapi rintangan yang tinggi. Namun, skor paling rendah yaitu dimensi *Absorption* (penghayatan) dikarenakan kurang mengidentifikasi diri dengan pekerjaannya karena tidak memiliki pengalaman yang bermakna, menginspirasi dan menantang.

Pengaruh Pelaksanaan Pemberian Insentif Terhadap *Employee Engagement* CV. Asstro Tarogong Garut

Menurut Federman yang dikutip Akbar (2013: 13) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi *employee engagement* adalah: kebudayaan, indikator sukses, pengertian prioritas, komunikasi, inovasi, penguasaan bakat, peningkatan bakat, insentif, dan pelanggaran.

Sedangkan menurut Armstrong (2010: 143) *Employee engagement* dapat dipengaruhi oleh: pekerjaan itu sendiri, lingkungan kerja, kepemimpinan, adanya kesempatan untuk melakukan pengembangan diri, insentif, dan kesempatan untuk berkontribusi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, dalam perusahaan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* adalah insentif. Insentif sangat diperlukan untuk menciptakan *employee engagement* yang tinggi, karena karyawan yang *engaged* akan melakukan upaya yang semestinya dalam perusahaan sehingga menciptakan kinerja yang baik dan perusahaan akan tumbuh seiring berjalannya waktu . selain itu, apabila insentif diberikan sesuai dengan harapan atas pekerjaan yang telah diselesaikan, maka karyawan akan semakin *engaged* dalam bekerja dan dapat mengurangi *turnover* serta meningkatkan *employee engagement*.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis koefisien korelasi menunjukkan keeratan hubungan antara variabel X (Insentif) terhadap variabel Y (*Employee Engagement*) adalah kuat, hal ini didapat dari perhitungan menggunakan *Software SPSS versi 20* dengan hasil sebesar 0,723. Dan didasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2018 : 184), korelasi 0,723 tersebut berada pada interval “Kuat”. Sehingga ditafsirkan bahwa keeratan hubungan antara variabel X (Insentif) terhadap variabel Y (*Employee Engagement*) pada CV. Asstro Tarogong Garut mempunyai keeratan hubungan yang “Kuat”.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel X (Insentif) terhadap variabel Y (*Employee Engagement*) pada CV. Asstro Tarogong Garut dilakukan uji determinasi, atau perhitungan koefisien determinasi dengan hasil sebesar 0.52 atau 52%. Dari hasil tersebut, dapat di interpretasikan bahwa besarnya kontribusi pengaruh insentif terhadap *employee engagement* sebesar 0.52 atau 52% dan sisanya sebesar 0.48 atau 48% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Insentif terhadap *Employee Engagement* pada CV. Asstro Tarogong Garut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran perkembangan program pemberian insentif yang diterima karyawan CV. Asstro Tarogong Garut menunjukkan perkembangan yang lebih baik dan sudah efektif dilaksanakan atas dasar opini yang disampaikan oleh responden yang pada umumnya menyatakan kearah sangat setuju terutama dengan indikator bonus. Ini dikarenakan pemberian bonus secara kumulatif yang didapatkan sesuai dengan pekerjaan yang telah diselesaikan serta mampu meningkatkan semangat kerja sehingga mendorong mereka untuk berprestasi lebih baik.
2. Gambaran *Employee Engagement* pada CV. Asstro Tarogong Garut dalam menunjukkan perkembangan yang lebih baik dan sudah efektif dilaksanakan atas dasar opini yang disampaikan oleh responden yang pada umumnya menyatakan kearah sangat setuju terutama dengan indikator kebanggaan dalam bekerja. Ini dikarenakan kebanggaan seorang karyawan apabila target dari perusahaan bisa tercapai

maka akan mendapatkan rewards dan akan meningkatkan gairah kerja dengan memberikan motivasi yang tinggi bagi seorang karyawan.

3. Berdasarkan dari hasil pengujian dan analisis data statistik yang menunjukkan bahwa pengaruh insentif terhadap *employee engagement* dengan menggunakan korelasi *Rank Spearman*, terdapat hubungan yang kuat antara variabel X (Insentif) dengan variabel Y (*Employee Engagement*). Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,723 dan hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien determinasi sebesar 52% yang menunjukkan bahwa variabel insentif mampu menjelaskan peran penting terhadap *employee engagement*, dan sisanya 48% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam skripsi ini.

E. Daftar Pustaka

- Akbar, M. R. 2013. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap *Employee Engagement* (PT.Primatexco Indonesia). *Journal of sosial and Industrial psychology*, 2(1), 10-18
- Anggraeni, L., Astuti, E. S., & Prasetya, A. 2016. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Employee Engagement generasi y (Studi pada karyawan PT Unilever Indonesia tbk-Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 37 No.2, 183-184
- Arikunto, S., 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Trineka Cipta

- Arikunto, S., 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Trineka Cipta
- Armstrong, M. 2010. *Armstrong Handbook of Human Resource Management Practice*. Philadelphia : Kogan Pgae.
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung : ALFABETA.
- Bakker, A.B., & Evangelia, D. 2007. *International Journal Of Stress Management*, Vol.14,No2, 121 – 141.
- Dessler, G. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Indeks
- Diviani, G. M. 2015. Analisis Pengaruh Insentif terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Karyawan Perusahaan Air Minum Kabupaten Jepara). *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah. 2017. *Pengantar Manajemen*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Gallup. 2004. Study Engaged Employees Inspire Company Innovation. *Gallup Managent Journal*.
- Gorda, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Denpasar: Widya Kriya Gematama
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasibuan, Malayu S,P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Hasibuan Malayu SP. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi Revisi). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Heidjrachman, dan Suad Husnan. 2011. *Manajemen Personalia*. (Edisi 4). Yogyakarta : BPFE
- Karyoto, 2016. *Dasar-dasar Manajemen Teori, Definisi dan Konsep*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Kuantitatif, Teori Jayadan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: STIM YKPN
- Mangkunegara, A. P. 2015. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Rosda
- Margaretha, M., & Saragih, S. 2010. Employee Engagement: The key to Improving Performance. *International Journal of Business and Management*. Vol. 5 No 12.
- Marwansah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. 2012. *Human Resource Management Sumber Daya Manusia Edisi 10*. Jakarta: Selemba Empat.
- Panggabean, Mutiara S. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Putri, A. 2013. Pengaruh Employee Engagement Terhadap Turnover Karyawan Organisasi XYZ. *Skripsi Republik Indonesia*. 2003. *Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Lembaran Negara RI Tahun 2003. Sekretariat Negara. Jakarta
- Ricardianto, P. 2018. *Human Capital Management*. Jakarta: IN MEDIA
- Riduwan. 2013. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta
- Samsudin. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Sarwoto. 2010. *Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Schieman, W. A. 2011 *Alignment Capibility Engagement Pendekatan Baru Talent Management Untuk Mendongkrak Kinerja Organisasi*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Sedarmayanti. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, Rafika Aditama, Bandung.
- Siagian, Sondang P. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sinambela, Poltak, Lijan. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana Media Grup.
- Terry, George R. 2012. *Prinsip – prinsip Manajemen*. Penerjemah J-Smith D.F.M. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Vania, E., Devi, K., & Thio, S. 2018. Pengaruh Insentif Terhadap Employee Engagement Di Hotel “X” Surabaya. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 38-40