MENINGKATKAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PT X DENGAN *VIRTUAL TALK* DALAM MASA PANDEMI COVID-19

Grace Virya Salim[1], Kiky Dwi Hapsari Saraswati[2]

[1]Fakultas Psikologi , Universitas Tarumanagara
Surel:grace.705180044@stu.untar.ac.id
[2] Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara
Surel: kikys@fpsi.untar.ac.id

ABSTRACT

Facing the increasingly complex development of globalization, every company is required to maximize the resources they have. Employees are one of the resources owned by the organization which is one of the factors that determine the success of the organization. Therefore the organization must be able to ensure that employees shows their engagement to the organization. Employee engagement is the extent to which employees are psychologically involved, connected, and committed to getting their work done. Activities to maintain employee engagement must always be improved and updated from time to time. The purpose of carrying out various employee engagement activities is to create a relaxed, comfortable, and intimate atmosphere. However, in a Covid-19 pandemic situation like this, it seems that it will be difficult to design activities that can attract employees to participate in employee engagement activities that span many divisions within the company. To overcome this, the PKM team wants to help PT X by designing and implementing a virtual talk as an activity to increase employee engagement. This activity took place on October 18, 2021 and was attended by 100 employees of PT X. At the end of the event, the participants stated that this activity was very interesting and hoped that similar activities would be held again in the future.

Keywords: *Employee engagement, employee, organization, pandemic Covid-19*

ABSTRAK

Dalam menghadapi perkembangan globalisasi yang semakin kompleks, setiap perusahaan dituntut untuk memaksimalkan sumber daya yang mereka miliki. Karyawan merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki organisasi yang menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan organisasi. Oleh karena itu organisasi harus dapat memastikan bahwa karyawan memiliki keterikatan yang erat dengan organisasi. Keterikatan karyawan atau employee engagement *merupakan sejauh mana karyawan terlibat, terhubung, dan berkomitmen secara psikologis untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Kegiatan untuk menjaga* employee engagement *harus selalu ditingkatkan dan diperbaharui dari waktu ke waktu. Tujuan dari dilaksanakan berbagai kegiatan* employee engagement *adalah untuk menciptakan suasana yang rileks, nyaman, dan akrab. Namun dalam situasi pandemic Covid-19 seperti ini tampaknya akan sulit untuk merancang kegiatan yang dapat menarik minat karyawan untuk mengikuti kegiatan* employee engagement *yang menjangkau banyak divisi dalam perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana PKM ingin membantu PT X dengan merancang dan melaksanakan sebuah* virtual talk *sebagai kegiatan untuk meningkatkan employee engagement. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 18 Oktober 2021 dan dihadiri oleh 100 orang karyawan PT X. Di akhir acara, para peserta menyatakan bahwa kegiatan yang dilakukan ini sangat menarik dan berharap diadakan kegiatan sejenis kembali di masa yang akan datang.*

Kata kunci: Engagement karyawan, *karyawan, perusahaan, andemi Covid-19*

1. PENDAHULUAN

Emerson (dalam Sianturi & Prabawani, 2020) mengatakan bahwa dalam menghadapi perkembangan globalisasi yang semakin kompleks, setiap perusahaan dituntut untuk memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya karena segala sumber daya yang terdapat di dalam sebuah perusahaan atau organisasi merupakan kekuatan utama dalam menjalankan seluruh kegiatan operasionalnya. Karyawan merupakan salah satu sumber daya organisasi yang menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan organisasi (Yuniati & Arijanto, 2014). Stoyanova & Iliev (2017) mengatakan bahwa karyawan membutuhkan perhatian dan ingin melihat bukti bahwa seseorang memikirkan mereka sebagai individu. Karyawan harus bekerja dengan inspirasi dan merasa bahwa mereka berkontribusi pada pengembangan organisasi mereka.

Dessler (2017) mengemukakan bahwa *employee engagement* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seorang karyawan secara psikologis terlibat, terhubung, dan berkomitmen untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Sedangkan Gallup mendefinisikan karyawan yang *engaged* sebagai mereka yang terlibat, antusias, dan berkomitmen pada pekerjaan dan tempat kerja mereka (Suyanti et.al., 2019). *Engagement* sendiri dapat didefinisikan sebagai hubungan karyawan dengan organisasi dan pemimpinnya, termasuk: (1) keyakinan yang kuat dan penerimaan tujuan dan nilai-nilai organisasi, (2) kesediaan untuk mengerahkan upaya yang cukup besar atas nama organisasi, dan (3) keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi (Stoyanova & Iliev, 2017).

Berdasarkan pernyataan Kahn (dalam Clack, 2021), terdapat *domain* yang penting untuk memahami *engagement* dan *disengagement* di tempat kerja, dan *engagement* atau *disengagement* karyawan berkembang hingga tingkat ketiga konstruksi ini dapat dipenuhi: (1) Kebermaknaan didefinisikan sebagai rasa positif pengembalian investasi diri dalam kinerja peran; (2) Keamanan didefinisikan sebagai kemampuan untuk menunjukkan diri sendiri tanpa rasa takut atau konsekuensi negatif terhadap citra diri, status, atau karier; dan (3) Ketersediaan didefinisikan sebagai rasa memiliki sumber daya fisik, emosional, dan psikologis yang diperlukan untuk penyelesaian pekerjaan. Teori Kahn ini mengikuti teori terkait terdahulu yaitu *Hierarcy of Needs* yang dimiliki oleh Maslow. Suyanti et. al. (2019) mengatakan bahwa ketika karyawan terlibat dan ketika karyawan berkomitmen secara emosional, itu berarti bahwa kita akan melakukan upaya terbaik dan akan bekerja secara ekstra

Employee engagement ini sangatlah penting karena hal ini berpengaruh pada performa kerja karyawan. Penelitian telah menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki tingkat *engagement* yang tingi juga berkinerja lebih baik. Secara khusus, karyawan ini berkontribusi pada kinerja organisasi, peningkatan finansial, dan peningkatan produktivitas (Jindal et. al., 2017). Crnogaj & Rozman (2017) mengatakan bahwa *employee engagement* pada karyawan akan menjadi perhatian yang semakin penting bagi organisasi yang ingin meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Selain itu, *employee engagement* juga merupakan salah satu strategi bagi para pemimpin untuk menghindari konflik di tempat kerja (Veesar & Bozai, 2017).

Segalla & DeNisi (2019) mengatakan apabila kegiatan *employee engagement* tidak atau jarang dilaksanakan, maka akan mempengaruhi tingkat kelelahan dan *burnout*. Selanjutnya, jika kegiatan *employee engagement* tidak dapat memuaskan karyawan, hal ini juga bisa berdampak pada meningkatnya angka *turnover* karyawan. Terakhir, karyawan yang tidak *engaged* berpotensi untuk mempengaruhi kondisi finansial dan psikologis dari organisasi atau karyawan lain karena tingkat produktivitasnya akan menurun. Oleh karena itu kegiatan *employee engagement* harus selalu ditingkatkan dan diperbaharui dari waktu ke waktu. Kegiatan *employee engagement* berupa kegiatan yang dapat menciptakan suasana yang rileks, nyaman, dan akrab. Contohnya adalah dengan melaksanakan kegiatan positif seperti rekreasi bersama, studi banding di luar organisasi, menyelenggarakan malam keakraban, dan melakukan pertemuan bersama. (Supriyanto et. al., 2021)

PT X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ritel. PT X menyadari pentingnya *employee engagement* pada semua karyawannya sehingga di dalam perusahaan PT X terdapat satu divisi yang mengurus kegiatan *employee engagement* ini. Nama dari divisi tersebut adalah *Engagement and Training*. Tugas dari divisi ini adalah mengadakan kegiatan-kegiatan untuk meningkatkan *employee engagement* karyawan perusahaan. Selain itu juga mengatur kegiatan pelatihan yang dapat memberikan pengembangan ilmu dan keterampilan bagi para karyawannya. Untuk kegiatan *employee engagement* sendiri, setiap minggunya Divisi *Engagement and Training* akan memberikan beberapa poster informatif seperti *health campaign* dan *special moments* para karyawan. Selain itu, setiap bulannya juga diadakan berbagai jenis permainan yang disebarkan melalui email perusahaan agar dapat diikuti oleh karyawan. PT X

juga membuat kegiatan kumpul bersama secara daring selama pandemi ini. Pada kegiatan kumpul bersama ini, biasanya kegiatan ditentukan sesuai dengan tema acara yang sudah diinformasikan.

Berdasarkan data kehadiran peserta yang berhasil didokumentasikan, diketahui bahwa jumlah peserta kegiatan *employee engagement* relatif masih sedikit dan belum menjangkau semua karyawan yang bekerja di PT X. Hal ini tentu dapat mempengaruhi tingkat *employee engagement*. Oleh karena itu, melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini tim pelaksana kegiatan bermaksud untuk menyelenggarakan program yang dapat meningkatkan jumlah partisipan dalam kegiatan *employee engagement.*

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Langkah awal yang dilakukan tim pelaksana PKM adalah mengikuti kegiatan *employee engagement* yang diadakan oleh Divisi *Engagement and Training* dan mencoba untuk mengobservasi dan menganalisis kegiatan yang berlangsung. Hal-hal yang harus diobservasi adalah mengetahui rata-rata usia karyawan dalam perusahaan tersebut, mencermati kegiatan *employee engagement* yang mempunyai tingkat partisipan yang tinggi, serta melihat tipe kegiatan *employee engagement* yang paling diminati dan yang kurang diminati.

Setelah melakukan observasi selama satu bulan, tim pelaksana PKM melakukan analisis berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan. Analisis yang digunakan dalam kegiatan ini menggunakan metode SWOT. Sarsby (2016) mengemukakan SWOT adalah analisis strategi 4 kotak dan kerangka pengembangan strategi yang populer. Singkatan SWOT berasal dari *Strenghts* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). SWOT sudah digunakan selama beberapa dekade dan diakui sebagai alat yang paling banyak digunakan di zaman modern. Metode SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor dan kondisi yang menguntungkan dan tidak menguntungkan, memecahkan masalah sekarang secara tepat sasaran, mengenali tantangan dan hambatan yang dihadapi, dan merumuskan rencana strategis untuk memandu keputusan ilmiah. (Wang & Wang, 2020).

Dengan metode SWOT ini, tim peneliti akan membuat empat kotak yang akan diberi empat keterangan, yaitu *Strength* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Kesempatan), dan *Threats* (Ancaman). Setelah membuat kotak ini, maka tim pelaksana mulai mengisi semua kotak tersebut sesuai dengan hasil observasi. Setelah membuat analisis tersebut, maka tim pelaksana memberi nilai dari skala 1-5 mengenai tingkat kepentingan hal-hal yang sudah ditulis. Semakin besar skor yang diberikan, semakin penting hal tersebut. Setelah menuliskan keterangan ini, maka tim pelaksana merincikan setiap keterangan sesuai dengan hasil observasi yang sudah dilakukan. Contoh rekapitulasi analisis yang dihasilkan dapat dilihat pada Tabel 1.

Setelah melakukan pengkategorian masalah berdasarkan hasil observasi yang dituliskan pada Tabel 1, tim pelaksana membuat urutan dari skala 1-5. Semakin besar skor yang diberikan, semakin penting hal tersebut di dalam kategori tersebut. Contoh rekapitulasi analisis yang sudah diberikan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

***Strengths* (Kekuatan)**	***Weaknesses* (Kelemahan)**
1. Alat *design* yang mendukung 2. Kegiatan yang kekinian dan inovatif 3. Hadiah yang menarik 4. Aplikasi permainan yang premium 5. Sistem perencanaan yang terstruktur	1. Anggota Divisi *Engagement and Training* yang sedikit 2. Kegiatan belum menjangkau semua karyawan 3. Kegiatan *employee engagement* yang membutuhkan banyak usaha 4. Kegiatan *employee engagement* yang berulang dalam jangka waktu singkat 5. Pengiriman hadiah yang memakan waktu panjang
***Opportunities* (Kesempatan)**	***Threats* (Ancaman)**
1. Banyak hari raya dan hari libur 2. *Operational Brands* yang kooperatif 3. Akses untuk berkolaborasi dengan *brand* 4. Jumlah karyawan yang banyak 5. Kebijakan yang mendukung karyawan mengikuti kegiatan *employee engagement*	1. Kurangnya partisipasi dari karyawan 2. Peserta mengikuti kegiatan tidak sesuai instruksi 3. Revisi konten kegiatan *employee engagement* yang memakan waktu lama 4. Karyawan tidak melihat *broadcast messages* kegiatan *employee engagement* karena dikirim melalui email *5.* Terjadi kesalahan dalam sistem *broadcast messages.*

Tabel 2. Hasil Analisis SWOT dengan Urutan Skala 1-5

***Strengths* (Kekuatan)**	***Weaknesses* (Kelemahan)**
1. Alat *design* yang mendukung (5) 2. Kegiatan yang kekinian dan inovatif (4) 3. Hadiah yang menarik (2) 4. Aplikasi permainan yang premium (1) 5. Sistem perencanaan yang terstruktur (3)	1. Anggota Divisi *Engagement and Training* yang sedikit (4) 2. Kegiatan belum menjangkau semua karyawan (5) 3. Kegiatan *employee engagement* yang membutuhkan banyak usaha (3) 4. Kegiatan *employee engagement* yang berulang dalam jangka waktu singkat (2) 5. Pengiriman hadiah yang memakan waktu panjang (1)
***Opportunities* (Kesempatan)**	***Threats* (Ancaman)**
1. Banyak hari raya dan hari libur (5) 2. *Operational Brands* yang kooperatif (4) 3. Akses untuk berkolaborasi dengan *brand* (1) 4. Jumlah karyawan yang banyak (3) 5. Kebijakan yang mendukung karyawan mengikuti kegiatan *employee engagement* (2)	1. Kurangnya partisipasi dari karyawan (5) 2. Peserta mengikuti kegiatan tidak sesuai instruksi (4) 3. Revisi konten kegiatan *employee engagement* yang memakan waktu lama (2) 4. Karyawan tidak melihat *broadcast messages* kegiatan *employee engagement* karena dikirim melalui email (3) 5. Terjadi kesalahan dalam sistem *broadcast messages* (1)

Setelah melakukan analisis dengan metode SWOT, maka tim peneliti akan mengembangkan serta merencakan kegiatan *employee engagement* berdasarkan hasil analisis yang sudah dibuat. Selanjutnya kegiatan ini akan dilaksanakan. Sebelum kegiatan *employee engagement* dilaksanakan, kegiatan tersebut akan diumumkan melalui *broadcast messages* melalui email perusahaan seminggu sebelumnya. Terakhir, apabila kegiatan sudah dilaksanakan, untuk mengetahui keberhasilan kegiatan, tim peneliti akan mengukurnya dari jumlah partisipan dan kesan-kesan yang disampaikan oleh partisipan mengenai acara yang telah terselenggara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan SWOT Analysis pada kegiatan *employee engagement* PT. X, tim pelaksana PKM akhirnya membuat rancangan kegiatan *employee engagement* selama 1 bulan. Kegiatan ini terdiri dari 2 permainan mingguan, ditambah dengan 2 kegiatan kumpul bersama secara daring. Untuk perencanaan kegiatan *employee engagement* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rancangan Kegiatan *Employee Engagement*

Tanggal	Nama Kegiatan	Target Peserta	Keterangan
18 Oktober 2021	*Spill The Tea – Fun Virtual Talk with Operation Team*	Karyawan *Head Office* dan *Operation*	Tujuan dari kegiatan *virtual talk* ini adalah untuk berbagi cerita dan pengalaman di antara para karyawan di Bagian Operation, terutama setelah keadaan pandemi sudah lebih baik. Divisi *Engagement and Training* akan menyediakan beberapa permainan yang menyenangkan pada sesi terakhir untuk meningkatkan semangat para peserta. Kegiatan ini juga bertujuan agar dapat membuat karyawan semakin *engaged* dan mendengarkan saran serta pendapat dari Tim *Operation* untuk mengetahui tantangan yang sedang dihadapi dan hal apa saja yang mungkin bisa didukung oleh Divisi *Engagement and Training.*

Setelah kegiatan ini dirancang, maka tim pelaksana mengajukan kegiatan ini kepada Kepala Divisi *Engagement and Training*. Setelah mendapat persetujuan, maka semua kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang sudah direncanakan, yaitu 18 Oktober 2021. Setelah itu, tim pelaksana melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan kegiatan *employee engagement* ini. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan *employee engagement* adalah dengan melihat jumlah partisipan. Dalam kegiatan *Spill the Tea – Fun Virtual Talk with Operation Team* ini, 100 orang karyawan PT X yang merupakan bagian dari Tim *Head Office* dan *Operation* menghadiri acara. Kegiatan ini pun meninggalkan kesan yang baik pada para pesertanya, hal ini terbukti pada kesan dari para peserta yang ada di Tabel 4.

Tabel 4. Kesan Peserta *Spill the Tea – Fun Virtual Talk with Operation Team*

No	Kesan
1	Acara *ini* memberi motivasi dan inspirasi untuk lebih berkembang dalam menjadi orang yang sukses. Komunikasi Narasumber sangat baik dengan penjelasan yang ringan dan santai membuka pikiran untuk tidak mudah menyerah dan *improve* menjadi lebih baik lagi. Sarannya, dilakukan lagi acara seperti ini dalam durasi lebih panjang dan tema berbeda agar kami lebih termotivasi dalam pekerjaan.
2	Pembahasan sangat realistis dengan apa yg kita jalani sehari hari di *Store*. Secara personal lebih memotivasi saya dalam menjalani tantangan dalam pekerjaan "intinya jangan takut salah, jika tidak mengerti ya bertanya". Acaranya pagi-pagi jadi pikiran kita masih fresh untuk menerima masukan masukan positif. *Overall* penyampaiannya mudah dimengerti dan dipahami. Saran nya lebih sering dan rutin lagi saja ada diskusi seperti ini dengan topik berbeda setiap minggu untuk dapat membangun *mood* dan semangat kami.
3	Untuk dari aku sih oke ya diadain acara kaya gitu jadinya kita bisa *sharing* sama SBU lain dan bisa saling kenal juga sih, terutama *brand* yang saya *handle* kan *brand* baru ya jadi masih belum kenal sama SBU lain. Mungkin ke depannya untuk *spill the tea* ini ngangkat temanya yang lebih seru lagi.
4	Acara yang membangun motivasi dan menambah pemikiran yg positif dan juga *confidence*. Mengetahui *experience* dari *guest* dan *audience* yang sangat bermanfaat dan bisa kami terapkan. Sarannya adalah mencoba mengambil *guest* dari Tim *Floor* yg sudah mengabdi di divisi MA.
5	Dengan acara ini saya mendapatkan hal yang positif berupa cara meningkatkan rasa percaya diri dan kualitas diri dari pengalaman pribadi bintang tamu yang hadir pada acara tersebut. Kelebihan dari acara ini adalah dapat mengetahui pengalaman yg dialami bintang tamu dan beberapa *audience* yang hadir dan mengambil nilai positif dari pengalaman mereka. Sarannya adalah lebih sering mengadakan acara seperti ini agar lebih dapat pengalaman dari para bintang tamu.

Berdasarkan hasil kesan dari para peserta kegiatan *Spill The Tea – Fun Virtual Talk with Operation Team* dapat dikatakan kegiatan ini membawa dampak yang sangat positif bagi para karyawan. Para peserta merasa termotivasi dalam menjalani tantangan dalam pekerjaan. Melalui kegiatan ini mereka juga dapat saling berbagi dan bertukar pikiran antar divisi/ sub unit yang lain. Selain itu, kegiatan ini pun dapat meningkatkan kepercayaan diri para peserta.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil PKM ini dapat diambil tiga kesimpulan. Pertama, penggunaan analisis SWOT sangat membantu untuk mengidentifikasi kegiatan *employee engagement* yang sesuai dengan kebutuhan dari PT X. Selain itu, kegiatan *employee engagement* yang dirancang dengan proses analisis SWOT ini dapat meningkatkan antusiasme, sehingga kegiatan ini dapat diikuti oleh lebih banyak partisipan. Terakhir, kegiatan *employee engagement* yang telah terlaksana ternyata meninggalkan kesan yang baik di kalangan karyawan PT X. Mereka berharap kegiatan serupa dapat terlaksana lagi di masa yang akan datang.

Selanjutnya, terdapat dua saran yang dapat diajukan. Pertama, teknik analisis SWOT ini dapat digunakan terus untuk menganalisis bentuk kegiatan *employee engagement* yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kedua, perusahaan sebaiknya menaruh perhatian lebih terhadap *employee engagement*, mengingat tingkat *engagement employee* ini sangat berpengaruh pada kinerja dan produktivitas para karyawannya.

REFERENSI

Clack, L. (2021). Employee Engagement: Keys to Organizational Success. *The Palgrave Handbook of Workplace Well-Being*, 1001–1028. https://doi.org/10.1007/978-3-030-30025-8_77

Crnogaj & Rozman (2017). Employee engagement by gallup in slovenian companies. *Economic and Social Development*, 22. 635-642.

Dessler, G. (2017). Human Resources Management 15th Ed. *Fortune*, 290.

Jindal, P., Shaikh, M., & Shashank, G. (2017). Employee Engagement; Tool of Talent Retention: Study of a Pharmaceutical Company. *SDMIMD Journal of Management*, *8*(2), 7–16. https://doi.org/10.18311/sdmimd/2017/18024

Sarsby, A. (2016). *SWOT analysis*. England: Leadership Library. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Yrp3DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sarsby+2016+swot&ots=ODmh_tC_YA&sig=BxgeR873VHaGQuwPy0elmOTErYI&redir_esc=y#v=onepage&q=sarsby%202016%20swot&f=false

Segalla, M., & DeNisi, A. (2019). International Perspectives On Employee Engagement: Are American Firms Leading The Way Or Walking Alone? *International Studies of Management and Organization*, *49*(1), 1–6. https://doi.org/10.1080/00208825.2019.1565090

Sianturi, N. R., Prabawani, B., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (2020). *Pendahuluan Dalam menghadapi perkembangan globalisasi yang semakin kompleks , setiap perusahaan dituntut*. 1–9.

Supriyanto, S., Wahyanto, T., Damayanti, D. A., & Wulandari, R. D. (2021). *Human capital management as competition advantages in health care*. Sidoarjo: Zifatama Jawara. https://www.google.co.id/books/edition/HUMAN_CAPITAL_MANAGEMENT_AS_COMPETITIVE/lH8-EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1

Suyanti, Nasution, H., & Absah, Y. (2019). *Effective Employee Engagement Using SWOT Analysis*. *100*(Icoi), 336–340. https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.57

Yaseen Veesar, G., & Bozai, G. (2017). *Employee Engagement-Best Practices of Successful Companies-Study of Gallup Great Workplace Award*.

Yuniati, Y., & Arijanto, S. (2014). Peningkatan Employee Engagement Pegawai Perguruan Tinggi X. *Jurnal Itenas Rekayasa*, *18*(1), 218849.

(halaman kosong)