

ENGAGEMENT KARYAWAN PT ATM DI JAKARTA
(Studi Empirik Menggunakan Penelitian Kualitatif)

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Magister Management**



TITAMIAWATI
NPM 072518011

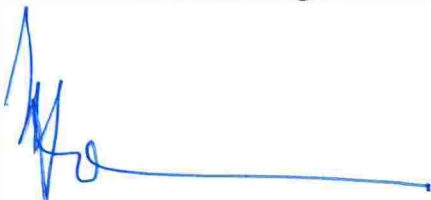



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2020

LEMBAR PENGESAHAN

TITAMIAWATI

NPM. 072518011

ENGAGEMENT KARYAWAN PT ATM DI JAKARTA
(Studi Empirik Menggunakan Penelitian Kualitatif)

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
Pembimbing I	Pembimbing II
	
Nama: Dr. Widodo Sunaryo, MBA., S.Psi.	Nama: Dr. Nancy Yusnita, SE, MM.
NIP/NIK	NIP/NIK
Tanggal : 8/8/2020	Tanggal :
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PANITIA UJIAN MAGISTER	
Direktur Program Pascasarjana	Ketua Program Studi
	
Nama: Prof. Dr. Ing. H. Soewarto Hardhienata	Nama: Prof. Dr. H. Hari Gursida MM., SE., Ak
NIP/NIK	NIP/NIK
Tanggal : 14/8/20	Tanggal: 10/8/2020
Tanggal lulus :	
No. registrasi :	

ABSTRAK

Tita Miawati, Widodo Sunaryo dan Nancy Yusnita
Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan upaya meningkatkan efektivitas implementasi *engagement* sehingga dapat meningkatkan *engagement* karyawan agar memberikan kontribusi bagi pertumbuhan usaha perusahaan. Penelitian ini menggunakan metoda penelitian kualitatif melalui studi eksploratif. Data diperoleh melalui wawancara dengan narasumber pimpinan perusahaan untuk mengetahui bagaimana implementasi "*Engagement*" yang dilakukan oleh perusahaan dan melalui *Focus Group Discussion* terhadap kelompok karyawan untuk mengetahui kondisi *engagement* karyawan. Peneliti menganalisa data dari ke dua pihak untuk melihat apakah terdapat kesenjangan antara implementasi *engagement* yang dilakukan perusahaan dengan kondisi *engagement* karyawan. Guna memperoleh keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi yang dilakukan oleh pakar di bidang SDM.

Penelitian menemukan bahwa upaya-upaya perusahaan untuk mengimplementasikan *engagement* karyawan belum dilakukan secara optimal dan merata pada semua indikator *engagement*. Demikian juga kondisi *engagement* karyawan belum mencapai kondisi yang optimal. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara implementasi *engagement* oleh perusahaan dan kondisi *engagement* yang dirasakan oleh karyawan. Dengan demikian maka perlu dilakukan upaya-upaya meningkatkan efektivitas implementasi *engagement* sehingga *engagement* karyawan meningkat dan memberikan kontribusi bagi pertumbuhan perusahaan.

Kata Kunci: Kondisi *Engagement* Karyawan, Implementasi *Engagement* oleh Perusahaan, Kesenjangan *Engagement* Perusahaan.

ABSTRACT

Tita Miawati, Widodo Sunaryo dan Nancy Yusnita
Pakuan University, Bogor, Indonesia

The purpose of this study is to find an effort to increase the effectiveness of engagement implementation in order to increase employee engagement so the employee contributes to the company's growth. This study used qualitative research method through exploratory study. Data obtained through interviews with key leaders of the company to find out how the implementation of engagement conducted by the company, and through a Focus Group Discussion of employee groups to determine the condition of employee engagement. Researchers analyzed the data from both of site to see if there are gaps between engagement implementation by the company and the conditions of employee engagement. To obtain the validity of the data, researcher used triangulation techniques carried out by experts in the HR field.

The study found that the company's efforts to implement employee engagement had not been carried out optimally and equally on all engagement indicators. Likewise, the condition of employee engagement has not yet reached optimal conditions. The research conclusion showed that there are gaps between engagement implementation by the company and the engagement conditions felt by employees. Thus, it is necessary to make efforts to improve the effectiveness of engagement implementation so that employee engagement increases and the employee contributes to the company's growth.

Keywords: Employee Engagement, Company's Engagement Implementation Program, The Engagement Gap.