

Pengaruh *Organization Based Self-Esteem* terhadap *Work Engagement*

Anggitha Zahra Fabiola *, Hendro Prakoso

Prodi Ilmu Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Bandung, Indonesia.

* anggithazahrafabiola@gmail.com, rimata.du@gmail.com

Abstract. The purpose of this research to know the influence of organization based self-esteem on work engagement conducted on employees marketing and sales division in PT. PEI. Marketing and sales division is the beginning for companies to profit from the sale and cooperate with the internal and external. Research methodology used is causality method with the number of participant is 20 employees of division marketing and sales in PT. PEI. This study using a measuring instrument organization based self-esteem scale from Pierce, and a measuring instrument work engagement is UWES-17 from Schaufeli dan Bakker. This findings of this study are 70% employees having high level organization based self-esteem and 55% employees having high level work engagement. Influence of organization based self-esteem on work engagement 64,5%.

Keywords: *Organization Based Self-Esteem, Work Engagement, Employees Division Of Marketing And Sales.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh organization based self-esteem terhadap work engagement yang dilakukan pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. PEI. Divisi pemasaran dan penjualan merupakan awal mula bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan dan bekerjasama dengan pihak eksternal maupun internal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kausalitas dengan jumlah subjek sebanyak 20 orang karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. PEI. Penelitian ini menggunakan alat ukur organization based self-esteem scale dari Pierce, dan alat ukur work engagement yaitu UWES-17 dari Schaufeli dan Bakker. Temuan dari penelitian ini yaitu 70% karyawan yang memiliki organization based self-esteem yang tinggi dan 55% karyawan yang memiliki tingkat work engagement yang besar. Pengaruh organization based self-esteem terhadap work engagement 64,5%.

Kata Kunci: *Organization Based Self-Esteem, Work Engagement, Karyawan Divisi Pemasaran dan Penjualan.*

A. Pendahuluan

Performance merupakan tingkat produktivitas seorang karyawan dibandingkan dengan rekan kerjanya, pada beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan perilaku selama bekerja dan hasil dari pekerjaan yang telah dilakukan (Babin & Boles, 1998). *Performance* merupakan konsekuensi dari *work engagement* (Schaufeli & Salanova, 2008; Christian dkk., 2011; Halbesleben., 2010).

Work engagement sebagai suatu konsep yang muncul, berkembang, dan penting untuk perubahan organisasi yang positif di tempat kerja dan terus menerima perhatian dari bidang *human resource development* (HRD), *organization development* (OD), psikologi industri dan organisasi, dan perilaku organisasi dalam bisnis (Kim, 2012; Saks, 2006; Wollard and Shuck, 2011). Minat di bidang ini muncul karena adanya keyakinan bahwa keadaan psikologis karyawan yang positif dalam organisasi dapat meningkatkan motivasi untuk bekerja, sehingga terjadi peningkatan pada individu dan kinerja organisasi (Kim & Hyum, 2017).

Berdasarkan survei global di antara CEO, karyawan yang *engaged* dengan pekerjaannya menjadi tantangan paling penting bagi organisasi (Wah, 1999), karena *work engagement* dapat mendorong kesuksesan bisnis perusahaan (Schaufeli, 2012). Menurut database internasional yang besar, terdapat berbagai macam industri dan perusahaan-perusahaan memperkirakan bahwa sekitar 20% semua karyawan sangat *engaged* dengan pekerjaannya, 20% tidak *engaged*, dan sisanya 60% cukup *engaged* (Schaufeli, 2012).

Berdasarkan studi yang dilakukan pada 4.000 karyawan di Belanda (Smulders, 2006 dalam Schaufeli 2012) menunjukkan bahwa tingkat *engagement* lebih tinggi pada karyawan yang memiliki pekerjaan profesional yang kompleks dengan tingkat *job control* yang tinggi seperti pengusaha, manajer, petani, guru, dan seniman. Dibandingkan dengan karyawan yang memiliki pekerjaan kurang terampil dan mandiri seperti *blue collar*, staf *home care*, dan pekerjaan ritel. Tidak ada perbedaan *gender* yang sistematis, namun karyawan yang lebih tua akan lebih *engaged* dengan pekerjaannya dibandingkan dengan rekan-rekan kerja yang memiliki usia yang lebih muda.

Work engagement memiliki makna antusiasme, kewaspadaan dan kegembiraan. Sedangkan *satisfaction* memiliki makna kepuasan, ketenangan dan relaksasi. Karena alasan ini, karyawan yang *engaged* dengan pekerjaannya lebih baik daripada karyawan yang *satisfied* (Rich, Lapine & Crawford, 2010).

Perbedaan antara *work engagement* dan *workaholics* yaitu terletak pada motivasi yang mendasarinya (Van Beek, Hu, Schaufeli, Taris, Schreurs, 2012). Pada dasarnya karyawan yang *engaged* dengan pekerjaan, mereka akan bekerja keras karena bagi karyawan pekerjaan itu menantang dan menyenangkan. Sedangkan karyawan yang *workaholics* dimotivasi oleh dorongan batin yang kompulsif sehingga karyawan tidak dapat menolaknya. Dengan kata lain, karyawan berusaha memenuhi standar eksternal dan persetujuan sosial.

Work engagement adalah keadaan afektif-motivasi, keadaan positif karyawan yang mengalami *vigor*, *dedication* dan *absorption* di tempat kerja (Schaufeli & Bakker, 2004). *Vigor* ditandai dengan tingkat energi dan ketahanan mental yang tinggi saat bekerja (Schaufeli & Salanova, 2008). *Dedication* mewakili rasa antusiasme, inspirasi, kebanggaan karyawan dan tantangan (Bakker & Leiter, 2010). *Absorption* yaitu ketika individu berkonsentrasi penuh dan terserap dalam pekerjaannya, mereka akan mengalami kesulitan untuk melepaskan diri dari pekerjaannya (Bakker, 2011).

Menurut Schaufeli & Bakker (2004) menyatakan bahwa *work engagement* dibentuk oleh model JD-R, *job demands* adalah mengacu pada keadaan fisik, psikologis, sosial, atau organisasi dari pekerjaan yang membutuhkan upaya atau keterampilan fisik atau psikologis (seperti kognitif dan emosional) yang berkelanjutan, oleh karena itu terkait dengan usaha fisik atau psikologis tertentu (Bakker & Demerouti, 2007). *Job resources* adalah keadaan fisik, psikologis, sosial, atau organisasi dari pekerjaan yang membantu mencapai tujuan, mengurangi tuntutan pekerjaan dan beban fisiologis atau psikologis, dan dapat merangsang pembelajaran dan perkembangan individu (Bakker & Demerouti, 2007). *Job resources* telah terbukti sebagai bagian dari proses motivasi dan dengan demikian memprediksi hasil individu seperti *work engagement*, motivasi dan kesenangan.

Pada model JD-R terdapat *personal resources* (Bakker & Damerouti, 2008). *Personal resources* mengacu pada pemahaman seseorang tentang kapasitasnya untuk mengontrol dan memengaruhi lingkungan mereka, terutama di lingkungan kerja yang menantang (Hobfoll dkk, 2003). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *personal resources* tidak hanya terkait dengan ketahanan stress tetapi juga mempunyai efek yang positif pada kesejahteraan fisik dan emosional (Chen dkk., 2001; Pierce dkk., 1989; Scheier & Carver, 1992). *Organization based self-esteem* atau disingkat OBSE merupakan salah satu *personal resources*.

Karyawan yang mempunyai *organization based self-esteem* yang tinggi akan menunjukkan tingkat *work engagement* yang lebih tinggi (Xanthopoulou dkk, 2009). Karyawan yang mempunyai *organization based self-esteem* yang tinggi akan memandang dirinya layak dan kompeten untuk mencapai tujuan organisasi (Korman, 2001), sehingga karyawan akan merasa lebih percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki dan berupaya semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan organisasi. Karyawan yang memiliki OBSE yang tinggi akan terlibat dalam mengatasi masalah dengan cara menggunakan motivasi yang tinggi saat bekerja (Hui & Lee, 2000).

Organization based self-esteem adalah tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa mereka merupakan anggota organisasi yang *capable*, *significant*, dan *worthy* (Pierce, Gardner, dan Dunham, 1989). Seseorang dengan OBSE yang tinggi merasa bahwa mereka penting, dihargai, bermakna, efektif dan kompeten dalam organisasi tempat mereka bekerja. Sedangkan seseorang dengan OBSE yang rendah menganggap diri mereka tidak relevan, tidak penting, tidak dihargai, tidak efektif, dan tidak kompeten (Pierce dkk, 1989).

Selain itu, Korman (1966, 1970, 1971, 1976) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki OBSE yang tinggi akan memiliki perasaan untuk memenuhi kebutuhan berprestasi melalui peran didalam organisasi. Seseorang yang merasa dirinya efektif dan kompeten berasal dari pengalaman mereka sendiri. Pengalaman kesuksesan dalam sebuah organisasi akan meningkatkan OBSE seseorang, sedangkan pengalaman kegagalan akan berdampak sebaliknya (Brockner, 1988; Korman, 1970, 1976). Karyawan yang berpengalaman dalam pekerjaannya akan memiliki OBSE yang stabil (Pierce et.al, 1989).

OBSE yang tinggi akan membantu seseorang dalam menghadapi *job demands* di lingkungan kerja dan akan menghasilkan *work engagement* (Constantini & Ceschi, 2019). Penelitian yang dilakukan pada perawat di Finlandia menunjukkan bahwa OBSE menjadi prediksi terbaik dari ketiga dimensi *work engagement* (Mauno, dkk 2007). Temuan sebelumnya telah menunjukkan efek positif OBSE terhadap *work engagement* pada HRD di Belanda (Bakker dan Demerouti, 2008 ; Xanthopoulou dkk, 2008). Xanthopoulou, dkk (2007a) meneliti peran *personal resources* yaitu OBSE pada karyawan teknisi di Belanda menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki *work engagement* yang tinggi memiliki OBSE yang tinggi sehingga karyawan dapat memenuhi kebutuhannya dengan berpartisipasi dalam peran organisasi.

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh *organization based self-esteem* terhadap *work engagement*. Pertama, penelitian yang dilakukan pada bagian manajer, HRD, dan karyawan yang bekerja di perusahaan manufaktur menunjukkan adanya pengaruh OBSE terhadap *work engagement* (Kim & Hyum, 2017). Karyawan yang memiliki OBSE yang tinggi akan mempertimbangkan bahwa dirinya berharga dalam organisasi, lebih *engaged* dengan pekerjaan dan memiliki lebih banyak energi untuk melakukan pekerjaannya dengan baik (Mauno, dkk 2007). OBSE bisa memfasilitasi dan mendukung karyawan untuk lebih terikat dengan pekerjaan dan mengurangi keinginan karyawan untuk berhenti dari pekerjaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Kim & Hyum, 2017).

Kedua, Penelitian yang dilakukan pada dosen dan karyawan yang bekerja di Amazon' Mechanical Turk menunjukkan bahwa *work engagement* adalah hasil terpenting dari OBSE (Gordon & Hood, 2019). OBSE mengacu pada nilai yang dirasakan seseorang sebagai hasil dari partisipasi dalam sebuah organisasi dan menggambarkan apakah seseorang tersebut menganggap organisasinya mengandalkan, menghargai dan memandang seseorang itu sebagai orang yang kompeten dan efektif (Pierce dkk, 1989).

Ketiga, penelitian yang dilakukan pada bagian *sales* dan manajer area yang bekerja di perusahaan farmasi Italia menunjukkan adanya pengaruh OBSE terhadap *work engagement*. Karyawan yang memiliki OBSE yang tinggi akan memberikan usaha yang maksimal untuk mengerjakan tugas-tugas dengan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki. Ketika karyawan dikumpulkan dan difokuskan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan kebermaknaan dan identitas dapat meningkatkan *work engagement*. Hal ini dapat terjadi karena karyawan mengkaitkan nilai organisasi untuk mengekspresikan aspirasi mereka, sehingga mengarah pada *work engagement* (Costantini & Ceschi, 2019).

Hasil penelitian dari ketiga riset ini menunjukkan adanya pengaruh OBSE terhadap *work engagement*. Riset yang dilakukan oleh Costantini dan Ceschi (2019) pada manajer area dan sales di perusahaan farmasi Italia memiliki kelemahan yaitu subjek yang diteliti belum spesifik karena mencampurkan manajer dan staf *sales*, padahal ada perbedaan *job demand* di antara keduanya. Dengan mencampurkan subjek ini, tidak diketahui pengaruh OBSE terhadap *work engagement* secara signifikan pada tenaga karyawan pemasaran dan penjualan padahal tenaga karyawan pemasaran dan penjualan memiliki peran yang penting di lapangan. Mereka menghadapi tantangan yang berat untuk bisa mencapai target yang tinggi di saat pandemik Covid-19. Mereka dituntut untuk mampu melihat potensi pasar saat pandemik ini.

Manajer memiliki tuntutan untuk memimpin bawahan di tempat kerja (Holland, 1997), mendorong dan membantu rekan-rekan dan bawahan saat mengalami kesulitan (Floyd & Wooldridge, 1992), bertanggungjawab terhadap *performance* bawahannya (Huy, 2002). *Sales* memiliki tuntutan untuk mencapai target penjualan dengan menjual produk perusahaan (Safitri, 2021). Dalam melakukan penjualan produk, karyawan divisi pemasaran dan penjualan mendatangi langsung instansi-instansi untuk menawarkan produk dan mengajak bekerjasama sedangkan manajer tidak dituntut untuk mendatangi langsung instansi-instansi tersebut sehingga karyawan divisi pemasaran dan penjualan harus *engaged* dengan pekerjaannya agar *performance* yang ditampilkannya baik (Rich dkk, 2010; Halbesblen, 2010).

Menurut Kotler (2012), karyawan pemasaran merupakan kunci atau prioritas utama bagi keberhasilan suatu perusahaan. Divisi pemasaran dan penjualan merupakan awal mula bagi perusahaan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan dan bekerjasama dengan pihak eksternal maupun internal. Divisi pemasaran dan penjualan dituntut untuk mencapai target penjualan yang tinggi dengan menjual produk militer dan non militer, menawarkan produk dengan cara mendatangi satu per satu instansi, mencari vendor. Dengan adanya *demands* yang tinggi dapat membuat karyawan *burnout*. *Job demands* yang tinggi dan kurangnya *job resources* dapat menciptakan *burnout* dan *work engagement* yang rendah (Schaufeli & Bakker, 2004).

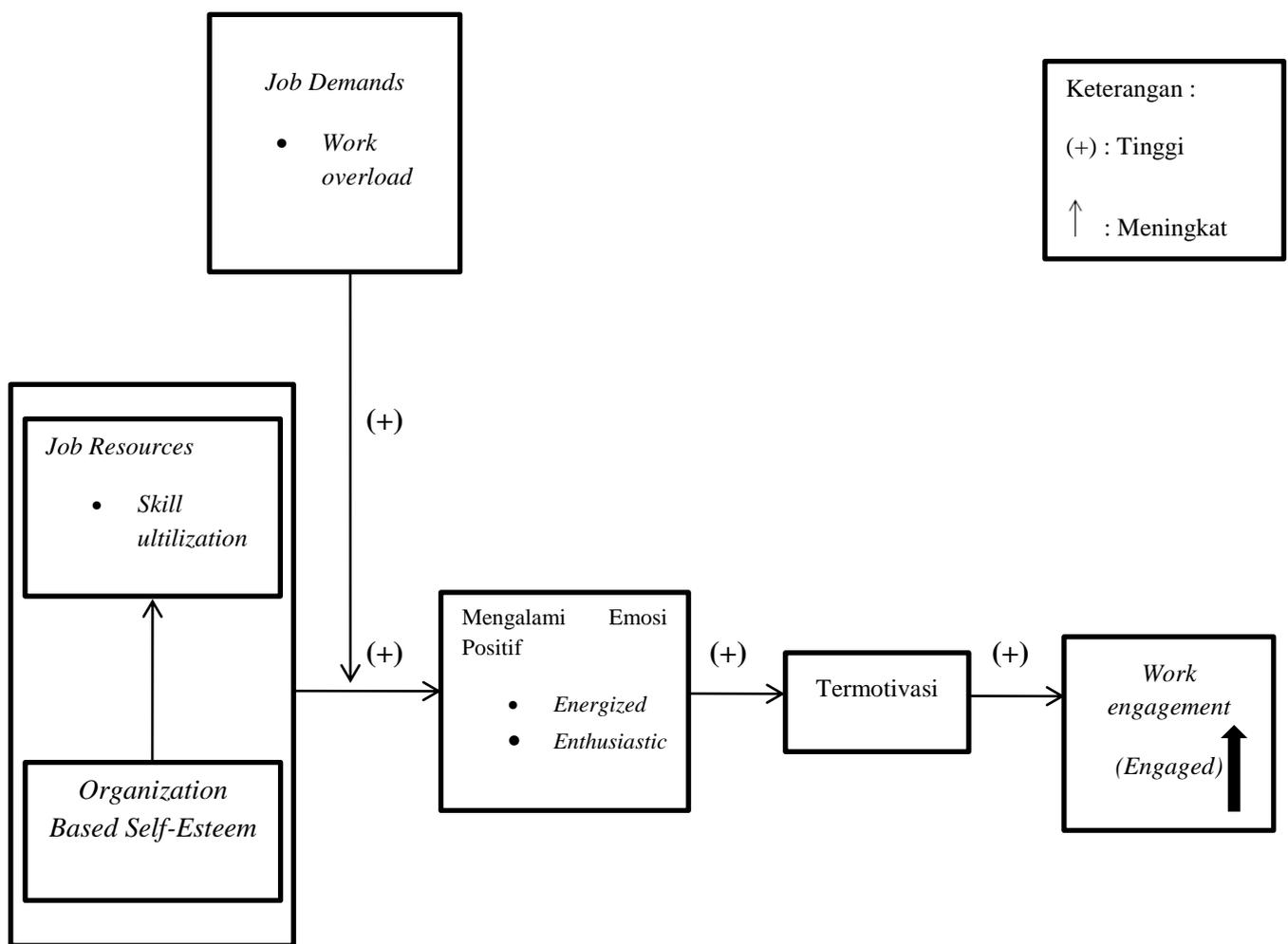
Karyawan divisi pemasaran dan penjualan harus terus mengembangkan keterampilan yang dimiliki sehingga karyawan tersebut memiliki berbagai ide yang inovatif dan dapat menerapkannya untuk menyelesaikan pekerjaannya. OBSE yang berperan sebagai *personal resources* dapat digunakan untuk menyelesaikan pekerjaannya. Divisi pemasaran dan penjualan memiliki *jobdesk* yaitu memantau potensi pasar, menyusun rencana dan target penjualan, melakukan pemasaran dan penjualan ke pihak internal dan pihak eksternal, mencari vendor, melakukan negosiasi harga, membuat laporan penjualan kebutuhan keuangan dan pihak-pihak terkait, mengarsipkan atau mendokumentasikan administrasi penjualan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta menindaklanjuti keluhan pelanggan. Pekerjaan ini termasuk pada pekerjaan yang menantang, sehingga karyawan yang mempunyai OBSE yang tinggi akan merasa bertanggungjawab dan menganggap dirinya berarti saat berperan di organisasi tersebut (Hackman & Oldhan, 1975 dalam Pierce, 1989). Menurut Brown (1992) karyawan merasa bertanggungjawab atas keberhasilan atau kegagalan di organisasi.

PT Pindad Enjiniring Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis produk industri serta melengkapi kegiatan bisnis PT Pindad (Persero). PT. Pindad Enjiniring Indonesia merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang terbesar di Bandung dan memiliki peran yang penting dalam perindustrian militer karena mereka menyediakan produk-produk militer. Selain itu juga, mereka menyediakan produk non militer dan perusahaan ini selama Covid-19 memproduksi ventilator dan APD untuk tenaga medis sehingga pada tahun

2020, mereka mendapatkan penghargaan dari pemerintah kota Bandung karena telah membantu pemerintah dalam mengatasi Covid-19 ini.

Untuk menjaga dan meningkatkan *performance* dari para karyawan divisi pemasaran dan penjualan, PT. Pindad Enjiniring Indonesia selalu memberikan pelatihan setahun sekali. Karyawan divisi pemasaran dan penjualan memiliki masa kerja 9 bulan sampai 21 tahun. Dilihat dari masa kerjanya, karyawan divisi pemasaran dan penjualan cukup memiliki banyak pengalaman kerja di PT. Pindad Enjiniring Indonesia. Karyawan selalu diberikan sosialisasi oleh PT. Pindad Enjiniring Indonesia seperti memberitahu jalur karir yang dilakukan di perusahaan ini, peraturan di organisasi, menerima dan menghormati karyawan yang baru. Dengan adanya sosialisasi yang diberikan pada karyawan yang baru bekerja dapat menjadi awal berkembangnya OBSE pada karyawan (Pierce & Gardner, 2004).

Berdasarkan hal yang telah diuraikan di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai pengaruh *organization based self-esteem* terhadap *work engagement* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa tinggi *organization based self-esteem* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia?
2. Seberapa besar tingkat *work engagement* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia?
3. Seberapa besar pengaruh *organization based self-esteem* terhadap *work engagement*

pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia?

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kausalitas, karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan sebab akibat sehingga penelitian ini akan menghasilkan bagaimana salah satu variabel mempengaruhi variabel lain (Sugiono, 2008). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data mengenai pengaruh *organization based self-esteem* terhadap *work engagement* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh karyawan divisi Pemasaran dan Penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia yang berjumlah 20 orang.

Alat ukur yang digunakan adalah *Organization Based Self-Esteem Scale* (Pierce, 1989) yang sudah dimodifikasi melalui *expert judgement* oleh tim peneliti dan pembimbing. Selanjutnya alat ukur *Organization Based Self-Esteem* divalidasi melalui validasi terpakai dengan teknik validitas konstruk karena alat ukur baku dengan menggunakan rumus korelasi *rank spearman two-tailed* dengan bantuan *software* SPSS versi 23. Alat ukur dikatakan valid karena memiliki koefisien korelasi $>0,3$ (Sugiono, 2008). Kemudian uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, alat ukur *Organization Based Self-Esteem* memiliki koefisien alpha sebesar $\alpha=0,892$, dan jika mengacu pada tabel derajat korelasi *Guilford* alat ukur *Organization Based Self-esteem* mengacu pada derajat korelasi tinggi sehingga alat ukur ini dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Sedangkan untuk mengukur *work engagement*, digunakan alat ukur *Work & Well-being Survey* (UWES-17) dari Schaufeli dan Bakker (2003). UWES terdiri dari 17 item untuk mengukur seberapa tinggi *work engagement* pada karyawan, yang sudah dimodifikasi melalui *expert judgement* oleh tim peneliti dan pembimbing dengan acuan alat ukur terjemahan asli dalam Bahasa Indonesia yang sudah di publish melalui website www.wilmarschaufeli.nl. Selanjutnya alat ukur *Work Engagement* divalidasi melalui validasi terpakai dengan teknik validitas konstruk karena alat ukur baku dengan menggunakan rumus korelasi *rank spearman two-tailed* dengan bantuan *software* SPSS versi 23. Alat ukur dikatakan valid karena memiliki koefisien korelasi $>0,3$ (Sugiono, 2008). Kemudian uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, alat ukur *Work Engagement* memiliki koefisien alpha sebesar $\alpha=0,904$, dan jika mengacu pada tabel derajat korelasi *Guilford* alat ukur *Work Engagement* mengacu pada derajat korelasi tinggi sehingga alat ukur ini dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Pengukuran *Organization Based Self-Esteem*

Tabel 1. Hasil Pengukuran Kategori Variabel *Organization Based Self-Esteem*

No.	<i>Organization Based Self-esteem</i>	F	%
1.	Rendah	0	0
2.	Sedang	6	30
3.	Tinggi	14	70
	Total	20	100

Pada tabel 1. menunjukkan bahwa karyawan memiliki *organization based self-esteem* yang tinggi yaitu 70% atau 14 orang karyawan dan 30% atau 6 orang karyawan yang diteliti memiliki *organization based self-esteem* yang sedang. Seluruh dimensi yang ada pada *organization based self-esteem* yaitu *capable*, *significant*, dan *worthy* tergolong tinggi.

Hasil Pengukuran *Work Engagement*

Tabel 2. Hasil Pengukuran Kategori Variabel *Work Engagement*

No.	<i>Work engagement</i>	F	%
1.	Kecil	0	0
2.	Sedang	9	45
3.	Besar	11	55
	Total	20	100

Pada tabel 2. menunjukkan bahwa karyawan memiliki *work engagement* yang besar yaitu 55% atau 11 orang karyawan dan dan 45% atau 9 orang dikategorikan mempunyai *work engagement* yang sedang. Seluruh dimensi yang ada pada *work engagement* yaitu *vigor*, *dedication*, dan *absorption* tergolong tinggi.

Pengaruh Organization Based Self-Esteem Terhadap Work Engagement

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803	.645	.578	7.673

a. Predictors: (Constant), OBSE_Worthy, OBSE_Capable, OBSE_Significant

Pada tabel 3. menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah .645, artinya *organization based self-esteem* mempengaruhi *work engagement* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. PEI sebesar 64.5%.

Tabel 4. Persamaan Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	23.852	15.187		1.571	.136
Capable	.955	2.072	.119	.461	.651
Significant	.745	2.392	.087	.312	.759
Worthy	2.313	1.235	.629	1.873	.080

a. Dependent Variabel : WE

Hasil tabel persamaan linier berganda menunjukkan bahwa tiga dimensi dari OBSE memiliki skor signifikansi $> .05$ sehingga secara parsial pengaruhnya tidak signifikan terhadap *work engagement*. Dari tabel output di atas diperoleh nilai a sebesar 23,852, β_1 sebesar 0,955, β_2 sebesar 0,745, β_3 sebesar 2,313. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 23,852 + 0,955X_1 + 0,745X_2 + 2,313X_3$$

Pembahasan

Tingginya *organization based self-esteem* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan dapat meningkatkan *job resources* yang sudah ada dalam diri karyawan dan dapat mengimbangi *job demands* yang tinggi. Karyawan divisi pemasaran dan penjualan menghadapi *job demands* yang tinggi yang berupa *work overload* sehingga perlu diimbangi dengan *job resources* yang tinggi juga yang berupa *skill utilization*. Dengan adanya *skill utilization* ini karyawan dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang sudah dimiliki karena pada dasarnya mereka sudah dilatih. *Skill utilization* dapat diterapkan dengan maksimal bila karyawan memiliki *organization based self-esteem* yang tinggi.

Pada akhirnya karyawan akan terhindar dari stress kerja dan mengalami emosi positif pada saat bekerja. Emosi positif tersebut adalah *energized* dan *enthusiastic*. Karyawan yang merasa *energized* akan mengerjakan pekerjaannya dengan penuh semangat. Karyawan yang merasa bersemangat pada saat bekerja, memiliki tingkat energi yang tinggi (*vigor*). Karyawan yang *enthusiastic* akan merasa terinspirasi dengan pekerjaannya dan berkontribusi dengan pekerjaannya (*dedication*). Karyawan juga berkonsentrasi penuh dan terserap dalam pekerjaannya (*absorption*). Kondisi ini menggambarkan *work engagement* yang besar. Karyawan yang *engaged* dengan pekerjaannya akan menampilkan *performance* yang optimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Constantini & Ceshi (2019) bahwa *organization based self-esteem* yang tinggi dapat mempengaruhi *work engagement*. Karyawan yang mempunyai *organization based self-esteem* yang tinggi akan menunjukkan tingkat *work engagement* yang lebih tinggi (Xanthopoulou dkk, 2009).

Secara parsial, masing-masing dimensi dari OBSE yaitu *capable, significant, worthy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Karyawan divisi pemasaran dan penjualan mempunyai *organization based self-esteem* yang tinggi sebanyak 70%.

Karyawan divisi pemasaran dan penjualan mempunyai tingkat *work engagement* yang besar sebanyak 55%.

Organization based self-esteem memberikan pengaruh besar terhadap *work engagement* pada karyawan divisi pemasaran dan penjualan yaitu sebesar 64,5% dengan nilai signifikansi 0,001.

Dimensi-dimensi *organization based self-esteem* secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement*.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, yaitu Hendro Prakoso, Drs., M.Si., Psikolog dan Vici Sofiana Putera, S.Psi., M.Psi.T yang telah memberikan arahan dan masukan terkait penelitian ini, HRD PT. Pindad Enjiniring Indonesia yang telah mengizinkan peneliti untuk mengambil data diperusahaan ini, serta karyawan divisi pemasaran dan penjualan di PT. Pindad Enjiniring Indonesia yang secara sukarela telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] 1. Babin, B., Boles, J.S., 1998. Employee behavior in a service environment: a model and test of potential differences between men and women. *Journal of Marketing* 62 (2), 77–91. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224299806200206>
- [2] 2. Bakker, A. B. (2011). An evidence-based model of work engagement. *Current directions in psychological science*, 20(4), 265-269. DOI : <https://doi.org/10.1177/0963721411414534>
- [3] 3. Bakker, A. B., & Damerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*. Career Development International
- [4] 4. Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of managerial psychology*. DOI: <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- [5] 5. Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (Eds.). (2010). *Work engagement: A handbook of essential theory and research*. Psychology press.
- [6] 6. Brockner, J. (1988). *Self-esteem at work: Theory, research, and practice*. Lexington, MA: Lexington Books, 159-163.
- [7] 7. Costantini, A., Ceschi, A., Viragos, A., De Paola, F., & Sartori, R. (2019). The role of a new strength-based intervention on organisation-based self-esteem and work engagement. *Journal of Workplace Learning*. DOI: <https://doi.org/10.1108/JWL-07-2018-0091>
- [8] 8. Floyd, S. W., & Wooldridge, B. (1992). Middle management involvement in strategy and its association with strategic type: A research note. *Strategic Management Journal*, 13, 153-167. DOI : <https://doi.org/10.1002/smj.4250131012>
- [9] 9. Gordon, J. R., & Hood, E. (2020). Organization-based self-esteem and work-life outcomes. *Personnel Review*. DOI: <https://doi.org/10.1108/PR-09-2019-0484>
- [10] 10. Hobfoll, S. E., Johnson, R. J., Ennis, N., & Jackson, A. P. (2003). Resource loss,

- resource gain, and emotional outcomes among inner city women. *Journal of personality and social psychology*, 84(3), 632. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.3.632>
- [11] 11.Holland, J. L. (1997). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments. *Psychological Assessment Resources*.
- [12] 12.Hui, C., & Lee, C. (2000). Moderating effects of organization-based self-esteem on organizational uncertainty: Employee response relationships. *Journal of management*, 26(2), 215-232. DOI : <https://doi.org/10.1177/014920630002600203>
- [13] 13.Kim, H. M. (2012). The structural relationships of work engagement with its antecedents and consequences in the Korean business organization context. The Pennsylvania State University.
- [14] 14.Kim, W., & Hyun, Y. S. (2017). The impact of personal resources on turnover intention: The mediating effects of work engagement. *European Journal of Training and Development*. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJTD-05-2017-0048>
- [15] 15.Korman, A. K. (1966). Self-esteem variable in vocational choice. *Journal of Applied Psychology*, 50: 479–486.DOI : <https://doi.org/10.1037/h0024039>
- [16] 16.Korman, A. K. (1970). Toward an hypothesis of work behavior. *Journal of Applied psychology*, 54(1p1), 31. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0028656>
- [17] 17.Korman, A. K. (1971). Organizational achievement, aggression and creativity: Some suggestions toward an integrated theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6(5), 593-613. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0030-5073\(71\)80009-0](https://doi.org/10.1016/S0030-5073(71)80009-0)
- [18] 18.Korman, A. K. (1976). Hypothesis of work behavior revisited and an extension. *Academy of Management review*, 1(1), 50-63. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1976.4408762>
- [19] 19.Korman, A. K. (2001). Self-enhancement and self-protection: Toward a theory of work motivation. In *Work motivation in the context of a globalizing economy* (pp. 127-136). Psychology Press.
- [20] 20.Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. In *Marketing Management*. Pearson : Prentice Hall
- [21] 21.Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B. (1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management journal*, 32(3), 622-648.DOI : <https://doi.org/10.5465/256437>
- [22] 22.Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of management journal*, 53(3), 617-635.
- [23] 23.Safitri, M., Mariyanti, S., & Budiawan, A. (2021). Relationship Between Work Satisfaction And Work Engagement: A Study Of Marketing Department In Pt Bank Swasta C (Jakarta). *Review of International Geographical Education Online*, 11(6), 1741-1749.
- [24] 24.Schaufeli, W. B. (2012). Work engagement . What Do We Know and Where Do We Go ? Work engagement in Everyday Life , Business , and Academia Work engagement . What Do We Know and Where Do We Go ? *Romanian Journal of Applied Psychology*, 14(1), 3–10.
- [25] 25.Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*. 25, 293–315 (2004). DOI: <https://doi.org/10.1002/job.248>
- [26] 26.Schaufeli, W. B., & Salanova, M. (2008). 18 Enhancing work engagement through the management of human resources. *The individual in the changing working life*, 380.
- [27] 27.Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- [28] 28.Van Beek, I., Hu, Q., Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Schreurs, B. H. (2012). For fun, love, or money: What drives workaholic, engaged, and burned-out employees at work?. *Applied Psychology*, 61(1), 30-55. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2011.00454.x>

- [29] Wah, L. (1999). Engaging employees a big challenge. *Management Review*, 88(9), 10.
- [30] Wollard, K. K., & Shuck, B. (2011). Antecedents to employee engagement: A structured review of the literature. *Advances in developing human resources*, 13(4), 429-446. DOI : <https://doi.org/10.1177/1523422311431220>
- [31] Xanthopoulou, D., Bakker, A.B., Demerouti, E. and Schaufeli, W.B. (2007a), The role of personal resources in the job demands-resources model, *International Journal of Stress Management*, Vol. 14, pp. 121-41. DOI : <https://doi.org/10.1037/1072-5245.14.2.121>
- [32] Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2009). Reciprocal relationships between job resources, personal resources, and work engagement. *Journal of Vocational behavior*, 74(3), 235-244. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2008.11.003>.
- [33] Kanya Paramitha, Gita, Raihana Hamdan Stephani. (2021). *Pengaruh Self-Control terhadap Perilaku Merokok Mahasiswa selama Pandemi COVID-19*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(2), 132-139.