

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan atau yang sering disebut sebagai karyawan adalah aset yang berharga bagi sebuah perusahaan karena karyawan merupakan faktor internal yang menjadi penentu dalam keberhasilan perusahaan. Hal ini menyebabkan karyawan memiliki peranan yang sangat penting karena perilaku dan kondisi karyawan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang ingin tumbuh secara berkelanjutan harus mampu mengelola sumber daya yang dimiliki dengan baik agar perusahaan dapat bersaing dengan berbagai perusahaan lain yang sekarang saingannya bukan hanya dari sekitar, namun persaingan sudah lebih global.

Dalam konteks perusahaan, perilaku karyawan dapat terinspirasi atau mendapat pengaruh dari pemimpin, artinya perilaku seorang individu dapat berupa hasil mengimitasi perilaku individu lainnya, oleh karena itu seorang karyawan sangat terpengaruh oleh perilaku dan perlakuan atasan atau pemimpinnya terhadap mereka, dan tidak dipungkiri lagi pemimpin memiliki sikap *employee engagement*, dan hal itu lah yang ingin ditularkan oleh pemimpin kepada karyawan. Dalam literatur akademis, dikatakan bahwa *engagement* berhubungan dengan gagasan lain dalam perilaku organisasi menurut Saks (2006, dalam Alan 2019) . Gagasan dalam perilaku perusahaan ini berbicara mengenai hubungan karyawan dengan perusahaan. Sebagai salah satu gagasan dalam berperilaku di perusahaan, *employee*

engagement berbeda dengan gagasan lain seperti komitmen perusahaan. Komitmen perusahaan merupakan sikap dan keterikatan terhadap perusahaan.

Ketika karyawan sudah *engaged* dengan suatu perusahaan maka karyawan akan memiliki suatu kesadaran terhadap organisasi yang membuat karyawan akan memberikan seluruh kemampuannya kepada perusahaan. Riset menunjukkan bahwa karyawan yang *engaged* merupakan karyawan yang lebih produktif menurut Gallup (2010). Karyawan yang memberikan kemampuan terbaik akan berakibat pada performa perusahaan.

Lebih jauh lagi menurut (Kahn 2006, dalam Luthans 2016) *engagement* merupakan gagasan multidimensi. Karyawan dapat secara emosi, kognitif, atau fisik terikat. *Engagement* terjadi ketika seseorang secara sadar waspada atau secara emosi terhubung dengan orang lain. Dimana *employee engagement* ini dapat meningkatkan kinerja karyawan kemudian dapat meningkatkan kinerja perusahaan maka ada indikasi tingkat *engagement* di lingkungan perusahaan tinggi.

Employee engagement yang tinggi dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hubungan yang baik dengan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya, organisasi atau perusahaan tempat dimana karyawan bekerja, pimpinan memberikan dukungan serta nasehat, atau rekan kerja yang saling mendukung membuat karyawan dapat memberikan upaya terbaik yang melebihi persyaratan dari suatu pekerjaan. Karyawan secara sadar mengikat dirinya dengan pekerjaannya, dan ketika mereka sudah terikat maka mereka memperkerjakan dan

mengekspresikan diri mereka secara fisik, kognitif dan emosional selama pelaksanaan pengerjaannya.

Di jaman sekarang ini banyak sekali sumber daya manusia yang dapat dijadikan karyawan oleh sebuah perusahaan, namun tidak semuanya dapat bekerja dengan baik dan sesuai dengan kemauan dari pemimpin atau perusahaan, maka dari itu perusahaan harus menyeleksi para karyawan dalam proses memasukkan ke dalam sebuah *team*. Perusahaan membutuhkan karyawan yang memiliki dedikasi tinggi untuk bekerja, sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang. Keinginan karyawan untuk meningkatkan kinerjanya dan pemikiran untuk menyelesaikan hal yang berhubungan dengan pekerjaan disebut dengan *employee engagement*, istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh William Khan pada pertengahan tahun 1990, yang menyatakan *employee engagement* merupakan pemanfaatan diri anggota suatu organisasi untuk peran pekerjaan mereka dengan menggunakan dan mengekspresikan diri, baik secara fisik, kognitif dan emosional selama menjalankan peran mereka di dalam organisasi. Kemudian Schaufeli & Bakker (2004) berpendapat *engagement* memiliki arti pemikiran positif, yaitu pemikiran untuk menyelesaikan hal yang berhubungan dengan pekerjaan dan dikarakteristikan dengan (*vigor*) resiliensi energi dan mental ketika bekerja, (*dedication*) berpartisipasi dalam pekerjaan mengalami rasa antusiasme dan tantangan, (*absorption*) konsentersasi dan senang dalam bekerja.

Employee engagement sangat berpengaruh positif terhadap perusahaan karena perusahaan sangat banyak diuntungkan dengan karyawan yang memiliki karakteristik siap melakukan apapun kepada perusahaan tanpa banyak alasan dan

tidak memikirkan tentang keuntungan apa yang akan dia terima dikemudian hari, hal itu juga dapat menular kepada karyawan lain yang akhirnya menjadi termotivasi oleh rekan kerjanya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* adalah *positive emotion* karena dengan adanya *positive emotion* maka suasana bekerja menjadi nyaman, senang dan gembira.

Positive emotion menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* karena dengan berbahagia, senang, suka cita maka semua pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan menjadi tidak terasa, bahkan kalau pekerjaan tersebut terbilang cukup berat, menguras tenaga dan pikiran, asal hati senang maka semua pekerjaan terasa ringan. Perasaan bahagia merupakan salah satu *positive emotion* yang bisa menghalau stres yang bisa jadi sumber penyakit. *Positive emotion* ini bukan hanya meningkatkan kesehatan fisik, tapi juga mendorong hubungan sosial seseorang menjadi lebih baik. Selain perasaan senang, ada berbagai macam *positive emotion* lainnya yaitu, gembira, bersyukur, bangga, tenang, berharap, kagum, dan cinta.

Pemimpin yang ideal diharapkan mampu menularkan *positive emotion* kepada karyawannya untuk melakukan semua tugas dan pekerjaan menurut Liu et al (2015) unsur-unsur karakter yang diwujudkan melalui *positive emotion* meliputi kebijaksanaan dan pengetahuan, keberanian, kemanusiaan, keadilan, kesederhanaan, dan *transcendence* menurut Park & Peterson (2018). *Positive emotion* dalam diri manusia dapat memberikan manfaat jangka panjang, termasuk produktivitas kerja, kesehatann fisik, dan hubungan interpersonal menurut Armenta

et al (2017) Dan juga salah satu faktor yang menimbulkan *positive emotion* adalah *positive humor*

Positive humor merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengurangi ketegangan dan beban kerja, ketegangan dan beban kerja dapat dilepaskan melalui situasi yang humoris dalam lingkungan kerja. *Positive humor* dapat menimbulkan *positive emotion* dalam diri manusia karena ada rasa ingin membagikan rasa senang kepada orang lain, dan juga tidak dipungkiri lagi dalam praktek sehari-hari para karyawan yang bekerja memiliki titik jenuh dalam bekerja, maka dari itu dibutuhkan candaan yang datang dari pimpinan atau teman rekan kerja, candaan dari pimpinan memiliki efek yang sangat menyenangkan bagi karyawan karena mengetahui pimpinannya memiliki sikap empati terhadap para karyawan dan dapat mencairkan suasana.

Walaupun memiliki banyak manfaat bagi perusahaan, *positive humor* juga dapat memberikan dampak negatif. Pemimpin yang menggunakan humor negatif dalam berkomunikasi dengan karyawannya akan berdampak pada menurunnya loyalitas dan *subjective well being* pada karyawan menurut Scheel & Gockel (2017). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Lyttle (2017) mengenai dualisme humor yang menyebutkan bahwa *positive humor* memiliki sisi negatif. Sisi negatif tersebut adalah ketika humor mengganggu pekerjaan dan berpotensi menjadi *offensive* jika membahas hal-hal sensitif pada individu dan karyawan lain. Perlu diperhatikan bahwa humor sendiri dimoderatori oleh *individual differences* seperti latar belakang budaya dan gender menurut E.J Romero & Cruthirds (2016)

Humor di lingkungan kerja dapat memberikan banyak manfaat potensial seperti interaksi sosial, kohesivitas kelompok, meningkatkan hubungan baik antara atasan maupun sesama karyawan, meningkatkan kreativitas, dan produktifitas pada karyawan. Banyak penelitian menunjukkan bahwa humor sehari-hari pasti terjadi di hampir semua organisasi menurut Martin (2017). Sayangnya, belum banyak perusahaan yang menggunakan humor sebagai metode yang sengaja dihadirkan di dalam lingkungan kerja menurut Fine & Soucey (2010). Di Indonesia, penelitian yang mengkaji tentang humor belum banyak dilakukan. Padahal humor adalah fenomena natural yang bisa dimanfaatkan lebih jauh untuk mengembangkan dan mempertahankan sebuah organisasi. Humor mampu memaksimalkan kerja karyawan terutama dalam proses berpikir kreatif dan sebagai metode yang efektif dari situasi tidak menyenangkan selama berada dalam lingkungan kerja.

Humor dianggap merupakan karakteristik penting yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin menurut Shamir (1995, dalam Robert 2015). Terdapat beberapa fungsi dari humor yang dapat membantu keefektifan perilaku pemimpin dalam menjalin hubungan dengan bawahannya menurut Barbour (1998, dalam Karen 2016). Humor dapat digunakan sebagai media untuk belajar. Selain itu, humor juga membantu perubahan perilaku, meningkatkan kreatifitas dan mengurangi perasaan takut akan perubahan sehingga humor diharapkan dapat menjadi alternatif untuk mengurangi rasa ketegangan diantara pimpinan dengan karyawan sehingga karyawan bisa bekerja dengan situasi yang *rilex* tetapi tetap menyelesaikan pekerjaannya dengan baik.

Dalam meningkatkan kepercayaan kepada pemimpin, *positive humor* dapat digunakan dalam gaya kepemimpinan transformasional. Gaya berhumor seorang pemimpin berpengaruh kuat terhadap keefektifan pemimpin menurut Priest & Swain (2012) mereka membantu para bawahannya untuk memahami bahwa pemimpin mereka memiliki keyakinan untuk menghadapi situasi yang sulit dan tidak pasti. Jika seorang pemimpin memiliki keyakinan dalam menghadapi masa depan yang tidak pasti dan konteks kerja yang menciptakan stress dengan cara bergurau, maka para bawahan akan memiliki keyakinan pula pada hal tersebut menurut Avolio (2014).

Namun banyak pemimpin seringkali gagal dalam menggunakan humor secara efektif dan belum menyadari banyaknya manfaat dari humor tersebut menurut Romero & Cruthirds (2016). Humor lebih dari sekedar sebuah konsep lucu, humor dapat menjadi alat manajemen multifungsi yang dapat digunakan untuk mencapai berbagai macam tujuan, khususnya dalam organisasi. Baik disadari maupun tidak disadari, humor seringkali digunakan dalam berkomunikasi dan berinteraksi sesama rekan kerja namun penggunaannya belum diarahkan kepada hal-hal untuk mencapai tujuan organisasi.

Selain definisi dari humor yang beragam, fungsi dari humor pun beragam, fungsi humor antara lain: sebagai bentuk komunikasi menurut Lang & Lee (2010), walaupun sebagai bentuk komunikasi, humor dapat menjadi ambigu dan *indirect*; sebagai salah satu cara memajukan hubungan sosial yang sehat di lingkungan kerja menurut Romero & Cruthirds (2016) sebagai alat untuk memediasi terhadap sebuah konflik menurut Cruthirds (2016). Terdapat pula manfaat dari humor yang dapat

diperoleh, baik secara psikologis, maupun secara fisiologis menurut Beverie *et al.*, (2017).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, melalui faktor yang berpengaruh terhadap *employee engagement* inilah peneliti mengembangkan variabel-variabel yang hendak digunakan dalam penelitian. Beberapa variabel yang dimaksud yaitu pengaruh *positive humor* dari atasan terhadap *positive emotion* karyawan. Penelitian ini akan membahas secara lebih mendalam mengenai pengaruh antara variabel-variabel bebas (yaitu *positive humor* dan *positive emotion*) terhadap variabel terikat (*employee engagement*).

Perusahaan yang akan menjadi objek penelitian ini adalah PT Indotoko Pangan Makmur, memiliki ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi minimarket, supermarket dan distributor barang *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)*. didirikan sejak tahun 2007 yang berkantor pusat di Jalan Gotong Royong No 277 Karangwaru Tegalrejo Yogyakarta 55241, Perusahaan ini membidik pasar kelas menengah bawah baik di minimarket maupun distribusi barang dagangan yang melayani warung kelontong, *supermarket* dan pedagang di pasar atau warung kelontong lainnya.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang minimarket, supermarket dan distributor barang *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)* PT. Indotoko Pangan Makmur memiliki sejumlah karyawan dari berbagai divisi dengan latar belakang, jenis kelamin, usia, kemampuan, serta keahlian yang yang berbeda-beda satu sama lain. Selain itu perusahaan ini juga memperkerjakan 181 karyawan tetap dalam

menjalankan kegiatan operasionalnya. Penulis memilih perusahaan tersebut karena perusahaan ini adalah milik kedua orang tua penulis, sehingga penulis tidak asing lagi terhadap situasi dan kondisi di lingkungan perusahaan dan ingin mengetahui sejauh manakah hubungan antara performa karyawan terhadap penggunaan humor yang dilakukan oleh atasan, karyawan yang notabene telah bekerja pada perusahaan tersebut rata-rata sudah lama bekerja, maka dari itu penulis ingin membuktikan apakah hal tersebut berpengaruh atau tidak, agar hasil yang didapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemimpin apakah akan menggunakan humor dalam keseharian atau tidak.

Tekanan yang ada didalam perusahaan ini sebenarnya tidak terlalu besar untuk level karyawan bawah seperti kasir, dan pramuniaga. Untuk level kepala toko tekanan yang didapatkan pasti lebih berat jika dibandingkan dengan level dibawahnya karena banyak faktor yang harus dipikirkan dan dikerjakan. Beberapa kali penulis menjumpai kepala toko memberikan candaan (*positive humor*) kepada karyawan dan penulis melihat setelah mereka bercanda, karyawan menjadi lebih semangat dan termotivasi dalam melakukan pekerjaannya (*positive emotion*). Dan penulis melihat tingkat *turnover* atau keluar masuk karyawan di perusahaan cukup rendah, hal tersebut terlihat dalam kunjungan penulis ke beberapa lokasi cabang perusahaan karyawannya selalu sama dan jarang sekali ada karyawan baru, kalau dilihat dari karyawan yang paling lama bekerja ada yang sudah 19 tahun bekerja kepada perusahaan dan banyak yang telah bekerja selama lebih dari 2 tahun (*employee engagement*).

Dari beberapa uraian yang telah disampaikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan selalu berupaya untuk dapat mengelola dan meningkatkan keterikatan positif karyawan. Keterikatan positif tersebut dapat dilakukan melalui beberapa faktor yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan *positive humor, positive emotion & employee engagement*. Oleh karena itu, peneliti mencoba mendalami lagi beberapa faktor tersebut dengan mengambil judul penelitian yaitu “Pengaruh *Positive Emotion* Terhadap *Positive Humor* yang dimediasi oleh *Employee Engagement* Karyawan di PT. Indotoko Pangan Makmur”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah *positive humor* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *employee engagement* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur?
2. Apakah *positive humor* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *positive emotion* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur?
3. Apakah *positive emotion* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *employee engagement* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur?
4. Apakah *positive emotion* memediasi pengaruh *positive humor* terhadap *employee engagement* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik dan untuk membatasi permasalahan yang diteliti maka diperlukan batasan variabel yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. *Positive Humor* adalah sifat individu seseorang untuk mencoba menghibur orang lain dengan ramah dan niat baik (Decker dan Rotondo, 2001).
2. *Positive Emotion* adalah kemampuan untuk mampu bersikap optimis dan memandang masa lalu, sekarang dan masa depan dari perspektif yang konstruktif dan dikarakteristikkan dengan perasaan positif, optimis, *enjoy* dan merasa senang (Pascha, 2017)
3. *Employee Engagement* adalah pemikiran untuk menyelesaikan hal yang berhubungan dengan pekerjaan dan dikarakteristikkan dengan *vigor* (resiliensi energi dan mental ketika bekerja), *dedication* (berpartisipasi dalam pekerjaan mengalami rasa antusiasme dan tantangan), dan *absorption* (konsentrasi dan senang dalam bekerja) (Schaufeli, 2004).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *positive humor* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *employee engagement* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur.
2. Untuk mengetahui *positive humor* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *positive emotion* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur.

3. Untuk mengetahui *positive emotion* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *employee engagement* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur.
4. Untuk mengetahui hubungan *positive emotion* memediasi pengaruh *positive humor* terhadap *employee engagement* karyawan PT. Indotoko Pangan Makmur.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana pengaruh *positive humor* terhadap *emotion positive* dengan *employee engagement*. Selain itu, dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti permasalahan serupa sehingga dapat memperkaya wawasan peneliti maupun pembaca

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu informasi yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai tolak ukur maupun evaluasi internal sehingga bisa dipergunakan sebagai referensi dalam mengambil sebuah kebijakan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam Bab I ini mencakup beberapa bagian yang diantaranya yaitu latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam Bab II ini mencakup beberapa teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian ini, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya model kerangka pikir penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam Bab III ini mencakup mengenai ruang lingkup dari penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, populasi sample, teknik pengambilan sample, metode pengumpulan data, pengujian instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV ini mencakup langkah dan tahapan yang digunakan untuk membahas analisis serta pengujian terhadap jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan dan hasil yang diperoleh dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam Bab V ini merupakan kesimpulan implikasi managerial, saran serta keterbatasan penelitian.

