

Employee Engagement Group Rumah Makan di Yogyakarta Tahun 2024

^{1,*}Suhartono, ²Awal Satrio Nugroho

^{1,*} Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta
avicenasuhartono@yahoo.co.id

²⁾ Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta
awalsatrio.yk@gmail.com

Article history:

Received September 8, 2025

Revised April 5, 2026

Accepted June 25, 2026

Abstract

Human resources are a very important asset for companies. Good human resource management will produce good results for the company. Employee engagement is a relatively new term in human resource management. According to Tritch [1], employees who have engagement values are workers who are fully involved and enthusiastic in their work. Another view of employee engagement is expressed by Macey & Schneider [2], who state that employee engagement not only makes employees contribute more, but also makes them more loyal, thereby reducing their desire to leave the company voluntarily. Thomas [5] defines employee engagement as a stable psychological state resulting from the interaction between an individual and the environment in which they work. The factors or aspects that shape employee engagement, which are popularly developed by the Kenexa Employee Engagement Index (EEI) standard, are measured based on four components, namely Pride, Satisfaction, Advocacy, and Retention. The research population consists of all 330 employees of a restaurant group in Yogyakarta. This research is referred to as a population study because the entire population is used as the research sample [6]. Therefore, in this study, all employees will be the research sample (all employees will be given a questionnaire).

Keywords: employee engagement, pride, satisfaction, advocacy, retention

Pendahuluan

Sumber daya manusia merupakan aset perusahaan yang sangat penting. Dengan melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang baik, maka akan menghasilkan output yang baik pula bagi perusahaan. Salah satu cara yang banyak digunakan perusahaan modern dalam mengelola sumber dayanya adalah dengan melakukan berbagai macam survey internal yang bertujuan untuk mengukur kapasitas, kompetensi, maupun kinerja para karyawannya.

Employee engagement merupakan istilah yang relatif baru dalam ilmu manajemen sumber daya manusia. Menurut Tritch [1], karyawan yang memiliki nilai engagement merupakan pekerja yang memiliki keterlibatan secara penuh serta antusias dalam pekerjaan mereka. Pandangan lain tentang employee engagement dikemukakan oleh Macey & Schneider [2] yang menyatakan bahwa employee engagement tidak hanya membuat karyawan memberikan kontribusi lebih, namun membuat mereka memiliki loyalitas yang lebih tinggi sehingga mengurangi keinginan untuk meninggalkan perusahaan (resign secara sukarela).

Ada keterkaitan yang erat antara kepuasan pegawai dengan engagement pegawai. Employee Engagement dapat tercipta dari kepuasan pegawai, seperti dikemukakan oleh Harter et. El. [3] yang mendefinisikan engagement sebagai keterlibatan seorang karyawan serta kepuasan pada pekerjaan yang dilengkapi dengan antusiasme. Hubungan lebih langsung dikemukakan oleh Burke [4] yang menyatakan bahwa pengukuran employee engagement diperoleh dari tingkat kepuasan karyawan dengan perusahaan, manajer, kelompok kerja, pekerjaan, dan karakteristik lingkungan kerja.

Thomas [5] memberikan pengertian mengenai employee engagement sebagai suatu keadaan psikologis yang stabil, hasil interaksi antara seorang individu dengan lingkungan tempat individu tersebut bekerja. Faktor-faktor atau aspek-aspek yang membentuk employee engagement, yang populer dikembangkan oleh standar Kenexa Employee Engagement Index (EEI), yang diukur berdasarkan empat komponen, yakni Pride (kebanggaan), Satisfaction (kepuasan), Advocacy

(dukungan) dan Retention (ketahanan).

Berdasarkan uraian diatas, maka ada beberapa manfaat dilakukannya penelitian ini atau State Of The Art dan Kebaruan, yakni:

1. Untuk melakukan penelitian Employee Engagement mengikutkan variabel retention (ketahanan)
2. Bagi manajemen group Rumah Makan objek penelitian merupakan sesuatu yang baru sebagai masukan dalam menilai kondisi Employee Engagement karyawan, sehingga dapat mengambil keputusan manajemen yang tepat.
3. Bagi Kampus, menambah khasanah kajian mengenai manajemen SDM khususnya terkait Employee Engagement.

Metode Penelitian

Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif yang menampilkan data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan-perlakuan lain. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy. J. Moleong, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan gambaran secara lengkap mengenai Employee Engagement Index (EEI) karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta tahun 2024.

Variabel penelitian ini sebagai Elemen Riset menggunakan standar Kenexa Employee Engagement Index (EEI), yang diukur berdasarkan empat komponen, yakni Pride (kebanggaan), Satisfaction (kepuasan), Advocacy (dukungan) dan Retention (ketahanan) Instrumen disusun dalam bentuk kuesioner tervalidasi dengan skala likert 5 pilihan, menggunakan skor 0 sampai 4.

Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan sebuah group Rumah makan di Yogyakarta yang berjumlah 330 orang dari 11 (sebelas) cabang dan 1 (satu) pusat group Rumah Makan di Yogyakarta. Penelitian ini disebut sebagai riset populasi, karena seluruh populasi yang ada dijadikan sampel penelitian [6]. Sehingga dalam penelitian ini seluruh karyawan akan menjadi sampel penelitian (semua karyawan diberi kuisisioner)

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan langsung pada sampel penelitian. Adapun Instrumen Penelitian Employee Engagement didaftarkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Instrumen penelitian yang disusun menggunakan blue print

No	Aspek	Favorable	Unfavorable
1	Pride (kebanggaan)	1, 8, 28, 30	3, 29, 32
2	Satisfaction (kepuasan)	2, 4, 17, 18, 20, 25, 27	26, 31
3	Advocacy (dukungan)	5, 7, 21, 23	6. 22. 24
4	Retention (ketahanan)	9, 11, 13, 15	10,12, 14, 16, 19

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk emngetahui Employee Engagement Index (EEI), yakni data Employee Engagement yang diperoleh akan dikategorikan menjadi 5 kategori:

1. Sangat Tinggi
2. Tinggi
3. Sedang
4. Rendah
5. Sangat Rendah

Hasil analisis disajikan dalam bentuk indeks, tabel dan grafik.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Responden dan Employee Engagement. Penelitian ini bertujuan mengetahui indeks tingkat Employee Engagement seluruh karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta tahun 2024 Data penelitian dikumpulkan melalui google form dari dari total populasi sebanyak 330 karyawan yang diberi quisioner melalui google form ada sebanyak 207 karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang mengembalikan. Analisis berikut menyangkut (1) analisis data responden berdasarkan demografi dan pengalaman di pekerjaan; (2) Analisis indeks tingkat Employee Engagement dan (3) analisis indeks tingkat Employee Engagement dibanding tahun sebelumnya.

Data Responden

a. Status Karyawan. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai status karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 2.

Tabel 2. Deskripsi status karyawan

No	Status Karyawan	Frekuensi	Persentase
1	Karyawan Tetap	202	97,6%
2	Karyawan Tidak Tetap	5	2,4%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Dari data tersebut diketahui 207 karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta terdiri dari 202 orang (97,6%) adalah karyawan tetap dan 6 orang (2,4%) karyawan tidak tetap. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta adalah karyawan tetap.

b. Jenis Kelamin. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai Jenis Kelamin karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 3.

Tabel 3. Deskripsi karyawan berdasar jenis kelamin

No	Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	157	75,8%
2	Perempuan	50	24,2%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Dari data tersebut diketahui 207 karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berdasar jenis kelamin terdiri dari 157 orang (75,8%) adalah laki-laki dan karyawan 50 orang (24,2%) perempuan. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berjenis kelamin laki-laki.

c. Usia. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai Usia karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 4. Dari data tabel ini diketahui 207 karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berdasar Usia terdiri dari 6 orang (2,9%) berusia dibawah 20 tahun, 183 orang (88,4%) berusia 20 s/d 40 tahun, dan 18 orang (8,7%) berusia di atas 40 tahun. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berusia 20 s/d 40 tahun.

Tabel 4. Deskripsi karyawan berdasar usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1	< 20 tahun	6	2,9%
2	20 – 40 tahun	183	88,4%
3	> 40 tahun	18	8,7%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

d. Pendidikan Terakhir. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai Pendidikan Terakhir karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 5.

Tabel 5. Pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir Responden	Frekuensi	Persentase
1	≤ SLTP	22	10,6%
2	SLTA/Sederajat	162	78,3%
3	D3	9	4,3%
4	S1/D4	14	6,8%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N = 207)

Dari data tersebut diketahui 207 karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berdasar Pendidikan Terakhir terdiri dari 22 orang (10,6%) berpendidikan Terakhir SLTP, 162 orang (78,3%) berpendidikan Terakhir SLTA, 9 orang (4,3%) berpendidikan Terakhir Diploma, 14 orang (6,8%) berpendidikan Terakhir S1/D4. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berpendidikan Terakhir SLTA.

e. Status Pernikahan. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai Status Pernikahan karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 6.

Tabel 6. Deskripsi status pernikahan responden

No	Status Pernikahan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Belum Menikah	105	51%
2	Menikah	95	46%
3	Janda/Duda	7	3%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Dari data tersebut diketahui 207 karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berdasar status pernikahan terdiri dari 105 orang (51%) berstatus belum menikah, 95 orang (46%) berstatus Menikah, dan 7 orang (3%) berstatus Janda/Duda. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta berstatus Belum Menikah.

f. Lama Kerja di Bale Ayu Group. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai lama kerja karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 7.

Tabel 7. Deskripsi lama kerja responden

No	Lama Kerja Responden	f	%
1	1 – 3 tahun	159	77%
2	4 – 10 tahun	35	17%
3	10 – 15 tahun	9	4%
4	> 15 tahun	4	2%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N = 207)

Dari data tersebut diketahui lama kerja karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti 159 orang (77 %) telah bekerja 1 s/d 3 tahun, 35 orang (17%) telah bekerja 3 s/d 10 tahun, 9 orang (4 %) telah bekerja 10 s/d 15 tahun, dan 4 orang (2%) telah bekerja lebih dari 15 tahun. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa mayoritas karyawan telah bekerja di sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta 1 s/d 3 tahun.

g. Jabatan di Pekerjaan. Berdasarkan data yang terkumpul dari 207 responden, diperoleh data mengenai jabatan karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta yang diteliti, tersaji dalam Tabel 8.

Tabel 8. Deskripsi jabatan responden

No	Jabatan Responden	f	%
1	Scurity	3	1%
2	Waitres	28	14%
3	Kasir	22	11%
4	Cleaning Service	2	1%
5	Cheff	52	25%
6	Staff	29	14%
7	Supervisor	10	5%
8	Barista	21	10%
9	Manager	9	4%
10	Administrasi	31	15%
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Dari data tersebut diketahui bahwa responden penelitian ini, 3 orang (1%) Scurity, 28 orang (14%) Waitres, 22 orang (11%) Kasir, 2 orang (1%) Cleaning Service, 52 orang (25%) Cheff, 29 orang (14%) Staff, 10 Orang (5%) Supervisor, 21 orang (10%) Barista, 9 orang (4%) Manager, dan 31 orang (15%) Administrasi.

Indeks Tingkat Employee Engagement

a. Tingkat Employee Engagement. Aspek pada employee engagement meliputi kebanggaan (pride), kepuasan (satisfaction), dukungan (advocacy), dan ketahanan (retention) seluruh pegawai, berdasarkan hasil penelitian disajikan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Tingkat employee engagement

Aspek	Indeks Engagement	Kategori
Kebanggaan (<i>pride</i>)	3,80	Tinggi
Kepuasan (<i>satisfaction</i>)	3,64	Tinggi
Dukungan (<i>advocacy</i>)	3,63	Tinggi
Ketahanan (<i>retention</i>)	3,42	Tinggi
<i>Employee Engagement</i>	3,62	Tinggi

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Secara keseluruhan Employee Engagement seluruh karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta tahun 2024 dengan skor 3,62 yang termasuk kategori tinggi. Aspek pada employee engagement yang paling tinggi adalah kebanggaan (*pride*), berikutnya kepuasan (*satisfaction*) dan dukungan (*advocacy*). Sedangkan ketahanan (*retention*) walaupun masuk kategori tinggi, namun masih dibawah rata-rata. Ini menunjukkan bahwa tingkat ketahanan karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta perlu diperkuat. Karena ada kemungkinan tingkat turn over karyawan masih rentan dan menjadi kurang bertahan untuk tetap bekerja di perusahaan. Pada aspek kebanggaan menunjukkan indek yang paling tinggi, ini menunjukkan mereka merasa bangga menjadi karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dan mereka merasa dalam bekerja telah mendapat dukungan dari pimpinan maupun manajemen.

Distribusi Employee Engagement seluruh karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta tergambar dalam Tabel 10.

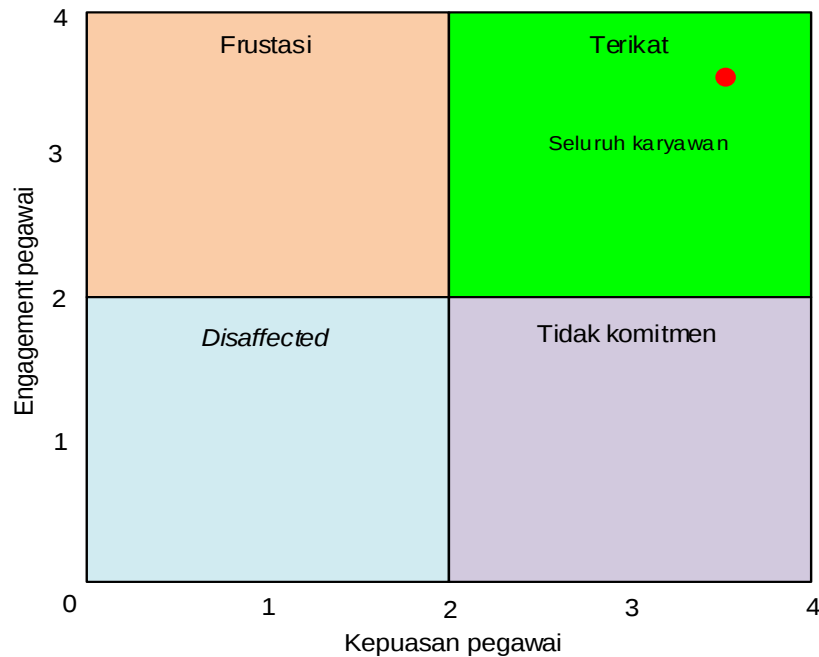
Tabel 10. Distribusi tingkat employee engagement

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi	32	15,5%
2	Tinggi	158	76,3%
3	Sedang	17	8,2%
4	Rendah	0	0
5	Sangat Rendah	0	0
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Berdasar data tersebut diketahui bahwa Employee Engagement 207 orang karyawan yang diteliti, 8,2% termasuk kategori Sedang, 76,3 termasuk kategori Tinggi dan 15,5% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi.

Gambaran mengenai posisi engagement pegawai dan kepuasan (*satisfaction*), disajikan dalam matrik empat kuadran yang dapat dilihat dalam Gambar 1. Berdasarkan matrik dalam gambar, posisi engagemnet dan kepuasan karyawan berada pada kuadran terikat. Artinya karyawan merasa harus tetap bekerja di sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta.



Gambar 1. Matrik employee engagement dan kepuasan seluruh karyawan

b. Tingkat Employee Engagement masing-masing aspek. Berikut ini akan disajikan Employee Engagement pada masing-masing aspek.

Aspek Pride. Employee Engagement pada aspek Pride disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Distribusi tingkat employee engagement aspek pride

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi	32	15,5%
2	Tinggi	150	72,5%
3	Sedang	25	12,1%
4	Rendah	0	0
5	Sangat Rendah	0	0
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Berdasar data tersebut diketahui bahwa Employee Engagement aspek Pride dari 207 orang karyawan yang diteliti, 12,1% termasuk kategori Sedang, 72,5% termasuk kategori Tinggi dan 15,5% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Pride karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi.

Aspek Satisfaction. Employee Engagement pada aspek Satisfaction disajikan pada Tabel 12. Berdasar data tersebut diketahui bahwa Employee Engagement aspek Satisfaction dari 207 orang karyawan yang diteliti, 30% termasuk kategori Sedang, 60,9% termasuk kategori Tinggi dan 9,2% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Satisfaction karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi.

Tabel 12. Distribusi tingkat employee engagement aspek satisfaction

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi	19	9,2%
2	Tinggi	126	60,9%
3	Sedang	62	30,0%
4	Rendah	0	0
5	Sangat Rendah	0	0
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Aspek Advocacy. Employee Engagement pada aspek Advocacy disajikan pada Tabel 13. Berdasar data dalam tabel ini diketahui bahwa Employee Engagement aspek Advocacy dari 207 orang karyawan yang diteliti, 15,5% termasuk kategori Sedang, 77,8% termasuk kategori Tinggi dan 6,8% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Advocacy karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi.

Tabel 13. Distribusi tingkat employee engagement aspek advocacy

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi	14	6,8%
2	Tinggi	161	77,8%
3	Sedang	32	15,5%
4	Rendah	0	0
5	Sangat Rendah	0	0
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Aspek Retention. Employee Engagement pada aspek Retention disajikan pada Tabel 14. Berdasar data tersebut diketahui bahwa Employee Engagement aspek Retention dari 207 orang karyawan yang diteliti, 1,4% termasuk kategori Rendah, 50,2% termasuk kategori Sedang, 43,5% termasuk kategori Tinggi dan 4,8% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Retention karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Sedang.

Tabel 14. Distribusi tingkat employee engagement aspek retention

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi	10	4,8%
2	Tinggi	90	43,5%
3	Sedang	104	50,2%
4	Rendah	3	1,4%
5	Sangat Rendah	0	0
Jumlah		207	100%

Sumber: Data primer diolah 2024 (N=207)

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa Employee Engagement seluruh pegawai sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta memiliki indeks engagement sebesar 3,62 termasuk dalam kategori tinggi. Posisi kepuasan seluruh pegawai terhadap engagement pegawai dalam matrik empat kuadran, berada pada posisi “terikat.” Artinya karyawan merasa harus tetap

bekerja di sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta. Hal ini perlu menjadi perhatian manajemen, agar untuk tetap memperhatikan dan mempertahankan aspek kepuasan dari sisi pekerjaan, hubungan dengan atasan, hubungan teman sejawat, serta masalah gaji dan karir.

Berdasar data kebanggaan diketahui bahwa Employee Engagement aspek Pride (kebanggaan) dari 207 orang karyawan yang diteliti, 12,1% termasuk kategori Sedang, 72,5% termasuk kategori Tinggi dan 15,5% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Pride karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas keryawan (72,5%) merasa bangga bekerja pada sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta.

Berdasar data kepuasan diketahui bahwa Employee Engagement aspek Satisfaction dari 207 orang karyawan yang diteliti, 30% termasuk kategori Sedang, 60,9% termasuk kategori Tinggi dan 9,2% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Satisfaction karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi. Namun demikian yang menunjukkan kategori tinggi hanya 60,9% sehingga masih sangat perlu untuk ditingkatkan kembali agar lebih dari 75% sehingga karyawan akan betah bekerja.

Berdasar data dukungan diketahui bahwa Employee Engagement aspek Advocacy dari 207 orang karyawan yang diteliti, 15,5% termasuk kategori Sedang, 77,8% termasuk kategori Tinggi dan 6,8% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Advocacy karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta merasa telah memberikan dukungan penuh dalam pekerjaan mereka, artinya mereka telah diberi kepercayaan dalam pekerjaan mereka masing-masing

Berdasar data ketahanan diketahui bahwa Employee Engagement aspek Retention dari 207 orang karyawan yang diteliti, 1,4% termasuk kategori Rendah, 50,2% termasuk kategori Sedang, 43,5% termasuk kategori Tinggi dan 4,8% termasuk kategori Sangat Tinggi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Employee Engagement aspek Retention karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta dominan Sedang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta rentan untuk berpindah sehingga punya potensi adanya Labour Turn Over yang tinggi.

Aspek pada employee engagement yang paling tinggi adalah kebanggaan (pride), berikutnya adalah Kepuasan (satisfaction) diikuti oleh dukungan (advocacy). Sedangkan ketahanan (retention) masih dibawah rata-rata. Ini menunjukkan bahwa tingkat ketahanan pegawai yang ada di sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta rendah, sehingga tingkat turn over pegawai dimungkinkan tinggi. Pegawai menjadi kurang bertahan untuk tetap bekerja di perusahaan. Pada aspek kebanggaan menunjukkan indek yang paling tinggi, ini menunjukkan mereka merasa bangga menjadi pegawai sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta, dan mereka merasa dalam bekerja telah mendapat dukungan dari pimpinan maupun manajemen.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tentang tingkat Employee Engagement seluruh karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta tahun 2024, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan Employee Engagement seluruh karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta tahun 2024 dengan skor 3,62 yang termasuk kategori tinggi.
2. Aspek pada employee engagement yang paling tinggi adalah kebanggaan (pride) sebesar 3,80, berikutnya kepuasan (satisfaction) sebesar 3,64 dan dukungan (advocacy) sebesar 3,63. Sedangkan ketahanan (retention) walaupun masuk kategori tinggi, namun masih dibawah rata-rata yakni sebesar 3.62.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Bahwa tingkat ketahanan karyawan sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta perlu diperkuat, untuk menghindari kemungkinan tingkat turn over karyawan yang dapat mengganggu proses manajemen. Cara yang dapat dilakukan antara lain dengan memberikan reward pada karyawan berdasarkan kinerja.
2. Perlu dilakukan penelitian mengenai Employee Engagement secara rutin di sebuah group Rumah Makan di Yogyakarta, agar dapat diketahui kondisi Employee Engagement dan dapat sebagai acuan dalam pengambilan keputusan manajemen.

Daftar Pustaka

- [1] Tritch, T. 2003. Engagement Drives Result at New Century. *Gallup Management Journal*, September 11.
- [2] Macey, W.H & Schneider, B. 2008. The Meaning of Employee Engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1).
- [3] Harter, J.K., Schmidt, F.L., & Hayes, T.L. 2002. Business-Unit Level Relationship between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes: A Meta- Analysis. *Journal of Applied Psychology*, Vol.87, pp. 268-279
- [4] Burke, W. & Bradford, Daniel. 2005. *Crisis in OD: Reinventing Organization Development*. John Willey & Sons Inc., San Fransisco.
- [5] Foster, T. 2007. *Managing Quality Integrating the Supply Chain*. Upper Saddle
- [6] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- [7] Chandani et.al. 2016. Employee Engagement: A Review Paper on Factors Affectiing Employee Engagement. *Indian Journal in Science and Technologi*, Vol 9(15).
- [8] Mujiasih, E. 2015. Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi (Perceived Organizational Support) dengan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement). *Jurnal Psikologi Undip*, 14(1), 40 – 51.
- [9] Suryaningrum, A., & Silvianita, A. 2018. Analisis Faktor-Faktor Employee Engagement Tenaga Keperawatan dan Penunjang Medik di Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung. *SOSIOHUMANITAS* 20(1).
- [10] Zulkarnain & Hadiyani, S. 2014. Peranan Komitmen Organisasi dan Employee Engagement terhadap Kesiapan Karyawan untuk Berubah. *Jurnal Psikologi*, 41(1). <https://doi.org/10.22146/jpsi.6955>