



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

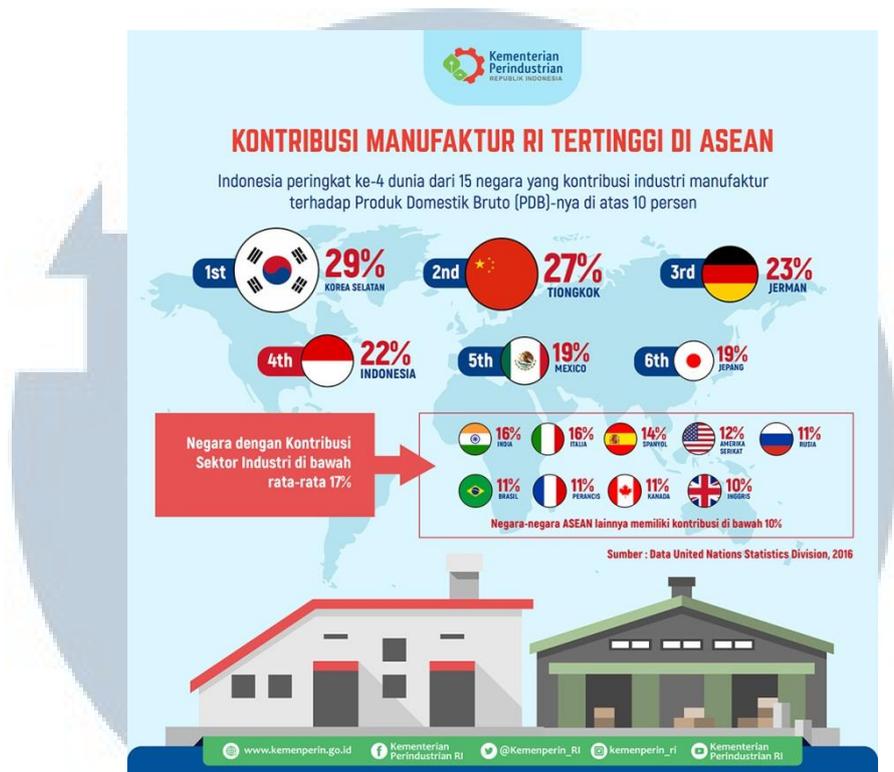
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri manufaktur di Indonesia terus mengalami peningkatan, bahkan sebagian produknya telah berhasil menguasai pangsa pasar dunia. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan bahwa sektor manufaktur menjadi salah satu ujung tombak perekonomian Indonesia karena kontribusinya mencapai 18-20%. Pada Triwulan II tahun 2018 industri pengolahan nonmigas menunjukkan kinerja yang positif di mana tumbuh hingga 4,41% nilai tersebut lebih besar dari periode yang sama di tahun 2017 sebesar 3,93%. Sektor manufaktur konsisten menjadi kontributor terbesar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, yang tercatat di angka 19,83% pada Triwulan II tahun 2018 (Kemenperin RI, 2018).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada Triwulan II tahun 2018 pertumbuhan produksi industri manufaktur mengalami peningkatan besar yaitu sebesar 4,36% secara *year-on-year* (*y-on-y*) terhadap Triwulan II 2017. Bersamaan dengan itu pertumbuhan produksi manufaktur mikro pada periode Triwulan II 2018 juga mengalami kenaikan sebesar 4,93% (*y-on-y*) terhadap Triwulan II tahun 2017 (Kemenperin RI, 2018).



Sumber : Kemenperin RI, 2016

**Gambar 1.1 Infografis Kontribusi Manufaktur RI Tertinggi Di ASEAN**

Berdasarkan gambar infografis di atas, Indonesia menempati peringkat keempat dunia dari 15 negara yang industri manufakturnya memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) lebih dari 10%. Indonesia mampu menyumbangkan hingga mencapai 22% setelah Korea Selatan (29%), Tiongkok (27%), dan Jerman (23%) (Kemenperin RI, 2016).

Adapun sektor-sektor yang menjadi penopang pertumbuhan industri pengolahan nonmigas pada kuartal 2017 dan 2018 antara lain adalah industri karet, barang dari karet dan plastik yang tumbuh sebesar 11,58%, kemudian diikuti oleh industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki sebesar 11,38%,

selanjutnya pertumbuhan industri makanan dan minuman sebesar 8,67% serta industri tekstil dan pakaian menjadi mencapai 6,39% (Kemenperin RI, 2018).



Sumber : Kemenperin RI, 2016

**Gambar 1.2 Sepuluh Kelompok Hasil Industri dengan Nilai Ekspor Terbesar**

Dari data di atas dapat dilihat industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki masuk ke dalam sepuluh besar industri dengan nilai ekspor terbesar pada tahun 2016 yakni sebesar \$5,01 milyar. Nilai ekspor industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki ini berada dibawah sembilan industri lainnya, yaitu industri makanan dengan nilai ekspor tertinggi yang mencapai \$26,27 milyar, industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia dengan nilai ekspor sebesar \$10,25 milyar, industri logam dasar dengan nilai ekspor \$8,24 milyar, industri pakaian jadi dengan nilai ekspor sebesar \$7,21 milyar, industri karet, barang dari karet dan plastik dengan nilai ekspor sebesar \$6,86 milyar, industri pengolahan lainnya dengan nilai ekspor sebesar \$6,13 milyar, industri komputer, barang elektronik, dan optik dengan nilai sebesar \$5,86 milyar, industri kendaraan bermotor, trailer dan semi trailer dengan nilai ekspor sebesar \$5,14 milyar, dan pada urutan ke sembilan yaitu industri kertas dan barang dari kertas dengan nilai ekspor sebesar \$5,07 milyar (Kemenperin RI, 2016).

Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki dan industri pakaian merupakan sektor strategis serta menjadi prioritas untuk terus dikembangkan karena mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional serta menyerap banyak tenaga kerja. Hal tersebut dibuktikan melalui pencapaian Produk Domestik Bruto (PDB), kelompok industri ini naik dari Rp31,44 triliun pada tahun 2015 menjadi Rp35,14 triliun pada tahun 2016 (Kemenperin RI, 2017).

Industri alas kaki, dalam negeri masih terus berkembang seiring dengan kenaikan permintaan dunia. Direktur Jendral Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kemenperin Gati Wibawaningsih mengatakan pada tahun 2018 Indonesia berada pada posisi ke enam di dunia sebagai eksportir produk kulit, alas kaki dan barang jadi kulit. Tercatat nilai ekspor produk kulit, alas kaki, dan barang jadi kulit dari Indonesia mencapai USD4,16 milyar pada Januari sampai September 2018, nilai ini meningkat 6,28% dari periode yang sama pada tahun 2017 (Berlian, 2018).

Menurut Direktur Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kimia, Sandang, Aneka dan Kerajinan Kemenperin E Ratna Utarianingrum, pertumbuhan alas kaki didorong dengan tren *fashion* yang cepat berkembang. Industri alas kaki nasional lebih banyak diproduksi oleh industri besar dan menengah baik dilihat dari segi nilai maupun dalam jumlah produksi. Ada sebanyak 82% industri kecil dan mikro alas kaki di seluruh Indonesia yang berada di provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur. Konsentrasi sektor tersebut di wilayah Jawa Barat meliputi Bogor,

Bandung, dan Tasikmalaya dan untuk wilayah Jawa Timur berada di Pasuruan, Sidoarjo, Mojokerto, Jombang dan Magetan (Kemenperin RI, 2017).

Dengan terus bertumbuhnya industri alas kaki di Indonesia, semakin banyak perusahaan yang bergerak dalam industri tersebut. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri ini adalah PT. XYZ. PT. XYZ merupakan perusahaan produsen sepatu atletik yang sudah berdiri puluhan tahun. Perusahaan ini mampu menghasilkan 2 juta pasang sepatu atletik berkualitas tinggi dalam sebulan (*Website* PT. XYZ, 2019).

Sektor industri kecil dan menengah (IKM) alas kaki di Indonesia tercatat mencapai 32.562 unit usaha dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 450.000 orang. Industri ini dituntut mampu menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi pada produk yang dihasilkan. Salah satu upaya strategi yang perlu dilakukan adalah dengan memperkuat kualitas sumber daya manusia (SDM). SDM dengan keterampilan teknis yang sesuai tuntutan pasar saat ini merupakan salah satu faktor besar untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing (Kemenperin RI, 2018).

Pertumbuhan bisnis yang cepat saat ini dapat menyebabkan terjadinya *talent war*, di mana SDM bertalenta memiliki kesempatan lebih besar untuk memilih dimana ia ingin bekerja. Hal ini dapat mendorong terjadinya *turnover* pada perusahaan. *Turnover* dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang tak terhindarkan. Saat ini banyak bidang pekerjaan tertentu yang membutuhkan keahlian dari para professional di bidangnya menjadi incaran perusahaan kompetitor (Anna, 2014).

Salah satu aspek dalam mengukur kesuksesan sebuah perusahaan adalah *turnover rates*. *Turnover rates* diukur berdasarkan dari presentase pekerja yang keluar dalam satu periode waktu. Selanjutnya angka *turnover* tersebut dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaannya serta menunjukkan seberapa *engaged* pekerja dalam suatu perusahaan itu (Portalhr, 2016).



Sumber : Zojceska, 2018

### **Gambar 1.3 *Employee Turnover Infographic***

Pada Gambar 1.3 menunjukkan bahwa berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Gallup pada 2015 menyatakan sebanyak 51% atau sebanyak 13.008 karyawan di U.S sedang mempertimbangkan pekerjaan baru. Saat ini pasar kerja telah berubah, hal ini menyebabkan para pekerja berada dalam posisi untuk memilih di mana mereka ingin bekerja. Perusahaan harus memberikan nilai lebih pada karyawan untuk menarik dan mempertahankan karyawan terbaik serta menghindari mereka untuk mempertimbangkan pekerjaan baru (Zojceska, 2018).

Menumbuhkan *organizational commitment* di antara karyawan sangatlah penting, karena karyawan yang memiliki komitmen tinggi terhadap organisasi mereka cenderung tinggal lebih lama, memiliki kinerja yang lebih baik, dan mereka cenderung sangat terlibat di tempat kerja (Chughtai & Zafar, 2006). Menurut Meyer, Allen, & Gellatly, (1990) dalam jurnal Yücel, (2012) *organizational commitment* memiliki dimensi yang diberi nama *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment*.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan oleh peneliti pada karyawan PT. XYZ terkait dengan *organizational commitment*, sebanyak enam dari delapan karyawan mengatakan mereka merasa kurang senang jika menghabiskan sisa karirnya di PT. XYZ karena mereka merasa selama bekerja di sana tidak dikembangkan oleh perusahaan sehingga tidak mengalami peningkatan karir. Bahkan tiga dari delapan karyawan tersebut sudah mencari pekerjaan lain dan satu diantaranya sudah diterima sebagai PNS. Kemudian, lima dari delapan karyawan merasa bahwa masalah yang dialami oleh perusahaan bukanlah masalah mereka jika masalah tersebut tidak berdampak langsung pada mereka.

*Affective commitment* mengacu pada keterikatan emosional karyawan, identifikasi organisasi, dan keterlibatan dalam organisasi (Meyer *et al*, 1990 dalam jurnal Yücel, 2012). Hasil *in-depth interview* di atas dianggap peneliti sebagai permasalahan utama terkait dimensi dari *organizational commitment* yakni *affective commitment*.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* lainnya yang telah dilakukan oleh peneliti pada karyawan PT. XYZ terkait dengan *organizational commitment*,

sebanyak lima dari delapan karyawan mengatakan bahwa saat ini, kebutuhan untuk tetap berada di perusahaan tidak sama besarnya dengan keinginan pribadi mereka. Mereka tidak segan untuk meninggalkan perusahaan saat ini jika mereka menginginkannya dan meskipun ada biaya, tunjangan yang hilang. Kemudian, enam dari delapan karyawan mengatakan bahwa tidak sulit bagi mereka untuk meninggalkan tempat kerjanya saat ini karena mereka yakin dengan kemampuan yang mereka miliki bisa mendapatkan tempat kerja lain yang setara bahkan lebih dari PT. XYZ. Hanya karyawan yang sudah bekerja selama puluhan tahun yang sulit untuk keluar dari perusahaan.

*Continuance commitment* dicirikan dengan karyawan yang merasa perlu untuk tetap di organisasi karena mereka sadar ada biaya, tunjangan yang hilang dan kurangnya pekerjaan alternatif jika keluar dari organisasi (Meyer *et al*, 1990 dalam jurnal Yücel, 2012). Hasil *in-depth interview* di atas dianggap peneliti sebagai permasalahan utama terkait dimensi dari *organizational commitment* yakni *continuance commitment*.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* lainnya yang telah dilakukan oleh peneliti pada karyawan PT. XYZ terkait dengan *organizational commitment*, sebanyak enam dari delapan karyawan mengatakan meninggalkan perusahaan bukanlah sebuah kesalahan. Bahkan mereka tidak segan untuk meninggalkan perusahaan jika ditawarkan perusahaan yang lebih memberikan keuntungan bagi mereka. Kemudian, enam dari delapan karyawan mengatakan bahwa mereka tidak memiliki perasaan kewajiban pada orang-orang di tempat kerjanya jika mereka

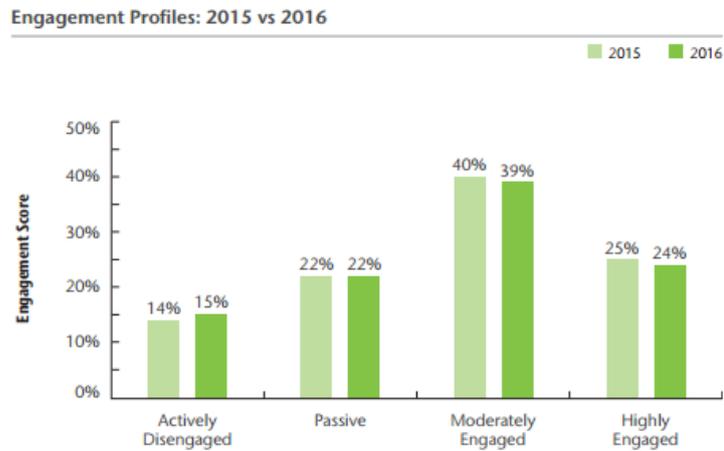
keluar dari perusahaan karena selama mereka bekerja mereka sudah mengerjakan tanggung jawab mereka.

*Normative commitment* mencerminkan perasaan kewajiban untuk tetap dengan organisasi. Karyawan telah ditanamkan nilai kesetiaan oleh organisasi mereka (Meyer *et al*, 1990 dalam jurnal Yücel, 2012). Hasil *in-depth interview* di atas dianggap peneliti sebagai permasalahan utama terkait dimensi dari *organizational commitment* yakni *normative commitment*.

Melihat *organizational commitment* karyawan PT. XYZ yang cukup rendah dapat berakibat kepada kesuksesan dan performa perusahaan. Peristiwa ini dianggap peneliti sebagai permasalahan utama yang dihadapi oleh PT. XYZ untuk variabel *organizational commitment*.

Membangun *organizational commitment* tidak diragukan lagi sangat penting bagi semua organisasi, karena karyawan adalah sumber utama untuk kesuksesan dan kinerja yang berkelanjutan. Dengan kata lain, *organizational commitment* adalah faktor kunci dalam menentukan daya saing organisasi yang meningkatkan motivasi karyawan, dan *employee engagement* (Azeem, 2010).

*Employee engagement* sendiri memiliki berbagai macam definisi. Namun, kata kuncinya terletak pada seberapa besar seorang karyawan terlibat secara emosional maupun rasional, termotivasi serta berkomitmen pada tujuan perusahaan. *Engagement* pada karyawan ini dapat membangun *involvement*, *commitment*, *trust*, dan *integrity*, dari keempat hal tersebut kemudian menghasilkan *performance* dan *endurance* yakni konsistensi dalam melakukan pekerjaan (Portalhr,2015).



Sumber : Chaudhary, 2017

**Gambar 1.4 Worldwide Decline in Employee Engagement**

Namun berdasarkan laporan terbaru yang dirilis oleh Aon Hewitt, penyedia talenta, pensiun dan solusi kesehatan pada tahun 2017, mengatakan bahwa “*Trends in Global Employee Engagement*” menunjukkan bahwa *employee engagement* turun dari 65% pada 2015 menjadi 63% pada 2016.



### Markets by Engagement Levels and Engagement Trends

Each circle represents a different country. The size of the circle represents the country's percent of the global workforce plus the percent of the country's global GDP. The color of the circle represent the country's GDP growth. Dark red means a large GDP drop for the country, whereas dark green means a large GDP improvement.



Sumber : Chaudhary, 2017

### Gambar 1.5 Markets by Engagement Levels and Engagement Trends

Kecemasan politik global dan kemajuan teknologi yang sangat cepat menjadi alasan utama penyebab *employee engagement* menjadi terhambat. Berdasarkan pada gambar 1.5, secara regional tingkat *employee engagement* bervariasi, tergantung pada perbedaan politik, ekonomi dan budaya regional dan spesifik negara. *Employee engagement* turun tertinggi terjadi di kawasan Asia Pasifik, di mana turun dari 65% pada 2015 menjadi 62% pada 2016. Tetapi, tingkat *employee engagement* di Amerika Latin mengalami peningkatan yakni naik dari 72% pada 2015 menjadi 75% pada 2016 (Chaudhary, 2017).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### *Lagging Behind Other Southeast Asian Nations*

Among Southeast Asian nations, employee engagement is highest in the Philippines, where 29% of employees are engaged and 8% are actively disengaged. In contrast, only 8% of Indonesian employees are engaged at work, while 15% are actively disengaged.

	<b>Engaged</b>	<b>Not engaged</b>	<b>Actively disengaged</b>
Philippines	29%	63%	8%
Thailand	14%	84%	2%
Malaysia	11%	81%	8%
Singapore	9%	76%	15%
Indonesia	8%	77%	15%

GALLUP

Sumber : Gallup, 2016

### **Gambar 1.6 Percentage of Engaged Employees**

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Gallup pada tahun 2016, mengenai tingkat *employee engagement* di Asia Tenggara. Sebesar 80% pekerja di Indonesia dikategorikan sebagai *not engaged* di tempat kerja. Dengan rincian 77% *not engaged*, 15% *actively disengaged* dan hanya 8% pekerja yang *fully engaged*. Tingkat *employee engagement* Indonesia tersebut yang paling rendah jika dibandingkan dengan Singapore, Thailand, Malaysia dan Filipina.

Menurut Harter & Hayes (2002) dalam Hanaysha (2016), *employee engagement* sangat penting untuk mencapai hasil kinerja yang bermanfaat untuk organisasi yang berbeda. Agyemang & Ofei (2013) mengatakan bahwa karyawan yang *engaged* cenderung merasa bahwa lingkungan kerja dan budaya organisasi mereka secara positif mempengaruhi fisik mereka dan kesejahteraan psikologis di tempat kerja.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* terkait variabel *employee engagement*, sebanyak lima dari delapan karyawan PT. XYZ mengaku tidak

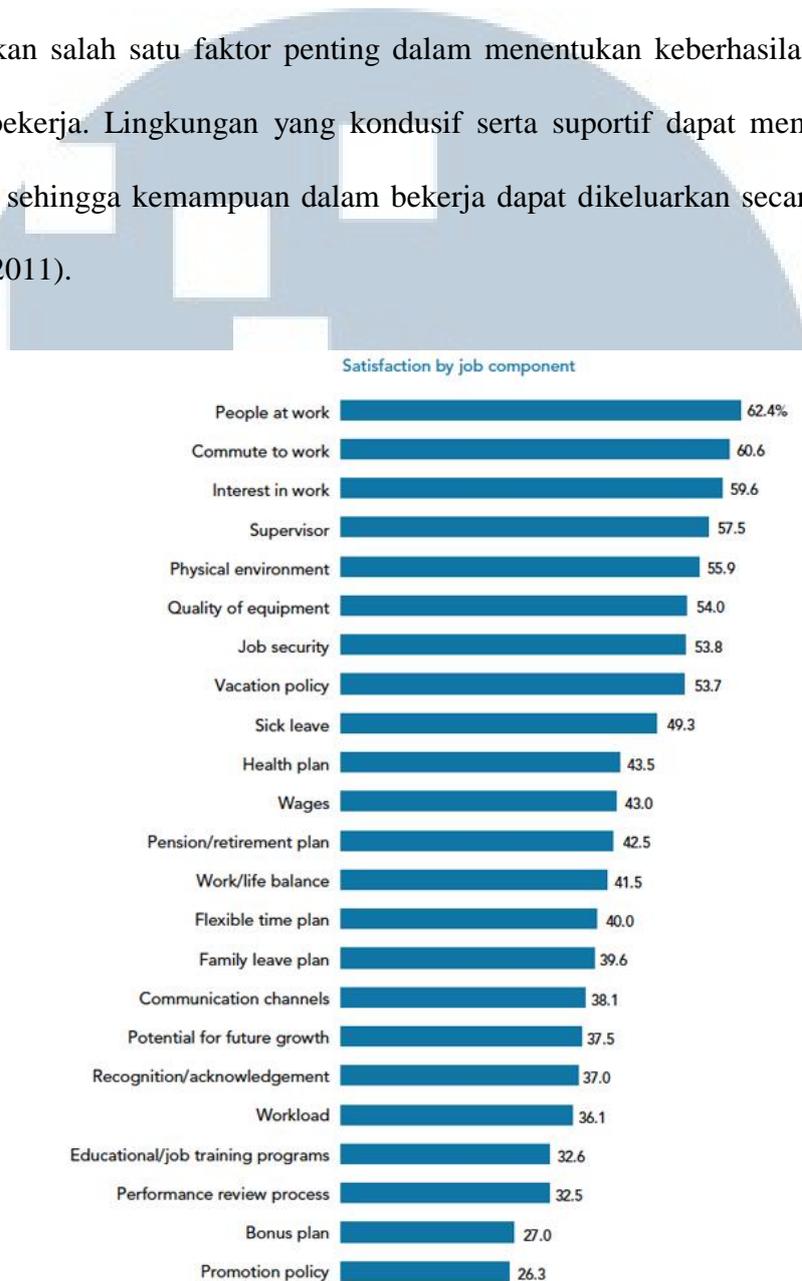
semangat dalam melakukan pekerjaannya dikarenakan gaji yang mereka terima tidak sesuai dengan pekerjaan yang mereka kerjakan, mereka merasa tidak adil karena karyawan lain yang hanya mengerjakan pekerjaan administrasi mendapatkan gaji yang lebih besar. Kemudian, lima dari delapan karyawan mengatakan bahwa mereka kurang antusias dengan pekerjaannya karena mereka merasa pekerjaan yang di dapat tidak terstruktur. Selanjutnya, lima dari delapan karyawan mengatakan mereka merasa kurang bangga dengan pekerjaan yang mereka lakukan karena kebanyakan pekerjaan yang setiap hari dikerjakan monoton. Hal ini dianggap peneliti sebagai permasalahan utama untuk variabel *employee engagement*.

Pengaruh keterkaitan antara variabel *organizational commitment* dan *employee engagement* dalam penelitian ini yaitu perlunya organisasi dalam melibatkan karyawan mereka, karena seperti yang telah ditemukan bahwa organisasi dengan karyawan yang terlibat memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, lebih menguntungkan daripada karyawan yang kurang terlibat (Harter, *et al.* 2002) dalam Hanaysha, 2016.

Selain *employee engagement*, faktor dari *work environment* juga berpengaruh terhadap *organizational commitment* (Abdullah & Ramay, 2012; Giffords, 2009; Venaki & Vagharseyyedin, 2009).

Banyak faktor yang menyebabkan mengapa seorang karyawan memutuskan untuk berhenti dari suatu pekerjaan namun menurut seorang psikolog Ita D. Asly secara umum ada tiga hal yang menjadi pemicu munculnya tersebut, salah satunya yaitu faktor lingkungan kerja. Lingkungan kerja

merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan seseorang dalam bekerja. Lingkungan yang kondusif serta suportif dapat membuat orang nyaman sehingga kemampuan dalam bekerja dapat dikeluarkan secara maksimal (Pinto, 2011).



Sumber : DiBlasi, 2018

**Gambar 1.7** *Satisfaction by Job Component*

Gambar di atas merupakan hasil survey yang dilakukan oleh *Conference Board* dengan mengukur sekitar 1.500 orang pekerja di negara Amerika Serikat. Peserta mempertimbangkan 23 komponen yang berkontribusi pada kepuasan kerja. Berdasarkan data di atas, *physical environment* merupakan salah satu

komponen penting untuk mengukur kepuasan kerja karyawan. Terbukti dengan memperoleh nilai sebesar 55,9 dibawah komponen orang-orang di tempat kerja, komunikasi saat bekerja, ketertarikan terhadap pekerjaan, dan hubungan dengan atasan atau supervisor (DiBlasi, 2018).

*Work environment* adalah faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan dan komitmen karyawan terhadap suatu organisasi. Menurut Danish, Ramzan, dan Ahmad (2013), *work environment* terkait dengan iklim sebuah organisasi tertentu dengan di mana karyawannya melakukan tugas mereka. *Work environment* yang fasilitatif dan aman dapat menarik karyawan karena kebutuhan mereka cenderung terpenuhi.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* mengenai variabel *work environment* yang dilakukan pada karyawan PT. XYZ lima dari delapan karyawan mengatakan belum puas dengan *working space* yang mereka terima dikarenakan terlalu banyak berkas-berkas sehingga *working space* mereka menjadi terbatas. Karyawan juga mengatakan bahwa fasilitas kerja yang ada di perusahaannya kurang mendukung untuk bekerja seperti contoh komputer yang digunakan sering bermasalah, lama dan error. Kemudian, lima dari delapan karyawan mengatakan saat ini jarak antara mejanya dengan rekan kerja lainnya cukup dekat dan tidak ada pembatas antara meja sehingga kurang adanya privasi antar sesama karyawan karena semua orang dapat melihat komputer rekan kerjanya dengan mudah. Selanjutnya, lima dari delapan karyawan mengatakan ruangan mereka bekerja belum cukup tenang, hal ini dikarenakan dalam satu ruangan terdiri dari beberapa divisi sehingga jika terjadi kebisingan akan sangat mengganggu divisi yang lain.

Hal ini dianggap peneliti sebagai permasalahan utama terkait dengan variabel *work environment*.

Variabel lain yang berpengaruh terhadap *organizational commitment* adalah variabel *organizational learning*. Salarian, Baharmpour, dan Habibi (2015) menggambarkan *organizational learning* sebagai serangkaian kegiatan perusahaan yang mencakup pengetahuan memperoleh, berbagi informasi, menafsirkan informasi, yang memiliki pengaruh sadar atau tidak sadar akan budaya perusahaan yang positif. Secara keseluruhan, *organizational learning* didefinisikan dalam hal proses dan perilaku, dan dengan demikian, organisasi pembelajaran dianggap sebagai entitas yang mendukung bagi perusahaan. Dengan tingkat *organizational learning* pada karyawan yang tinggi maka akan berdampak pada performa dari perusahaan menjadi tinggi.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang peneliti lakukan terkait dengan variabel *organizational learning*, sebanyak lima dari delapan karyawan mengatakan perusahaannya kurang dalam menciptakan peluang pembelajaran berkelanjutan hal ini menyebabkan karyawan merasa tidak di kembangkan sehingga tidak mengalami kemajuan pada karyawan. Kemudian, lima dari delapan karyawan mengatakan bahwa perusahaan belum mendorong untuk terjadinya saling berbagi pengetahuan antar karyawan. Mereka merasa pengetahuannya saat ini masih cukup kurang, dan butuh terus dikembangkan karena karyawan tersebut harus mentransfer ilmu kepada *team member* (buruh). Selanjutnya, lima dari delapan karyawan mengatakan pemimpin perusahaan kurang mendukung pembelajaran diberbagai tingkat, karyawan dituntut untuk membuat *problem*

*solving* sendiri pada setiap pekerjaan yang di dapat. Hal tersebut dianggap peneliti sebagai permasalahan utama dalam variabel *organizational learning* pada karyawan PT. XYZ.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *EMPLOYEE ENGAGEMENT*, *WORK ENVIRONMENT*, DAN *ORGANIZATIONAL LEARNING* TERHADAP *ORGANIZATIONAL COMMITMENT* TELAHAH PADA KARYAWAN PT. XYZ”

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan permasalahan yang diangkat menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Karyawan menyatakan kurang bersemangat dalam melakukan pekerjaannya.
2. Karyawan menyatakan bahwa tempat mereka bekerja tidak tenang.
3. Karyawan mengatakan bahwa belum mendapatkan pembelajaran berkelanjutan.
4. Karyawan menyatakan tidak senang jika menghabiskan sisa karir di perusahaan.

Masalah-masalah tersebut akan diselesaikan dengan cara menjawab pertanyaan peneliti sebagai berikut:

1. Apakah *employee engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ?

5. Apakah *work environment* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ?
6. Apakah *organizational learning* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk menjawab permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang dan rumusan masalah, adapun tujuan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *employee engagement* terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *work environment* terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *organizational learning* terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat dijabarkan peneliti sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, memperluas wawasan, dan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya di bidang Sumber Daya Manusia (SDM), khususnya sumber informasi mengenai pengaruh *employee engagement*, *work environment*, dan *organizational learning* terhadap *organizational commitment* pada karyawan PT. XYZ.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan saran bagi perusahaan dalam memperhatikan tingkat *employee engagement*, *work environment*, *organizational learning*, dan *organizational commitment* bagi karyawan PT. XYZ. Sehingga perusahaan dapat mengembangkan sebuah strategi yang mampu membuat karyawannya agar memiliki komitmen dan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.

### **1.5 Batasan Penelitian**

1. Peneliti akan melakukan penelitian pada karyawan tetap non produksi PT. XYZ yang berlokasi di Tangerang.
2. Peneliti akan melakukan penelitian kepada karyawan tetap PT. XYZ yang telah bekerja minimal 2 tahun dan maksimal telah bekerja selama 7 tahun.
3. Peneliti akan melakukan penelitian kepada karyawan tetap PT. XYZ yang telah berumur minimal 20 tahun.
4. Penelitian ini berfokus pada *employee engagement*, *work environment*, dan *organizational learning* serta implikasinya terhadap *organizational commitment*.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab dan setiap bab memiliki fungsinya masing-masing. Kelima bab memiliki keterikatan antara satu dengan yang lainnya yang dimaksudkan agar skripsi ini menjadi jelas dan lengkap. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

## **BAB I Pendahuluan**

Pada bab satu ini, peneliti memaparkan latar belakang penulisan, fenomena atau permasalahan yang terjadi, pemilihan judul, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

## **BAB II Landasan Teori**

Dalam bab ini terdapat pemahaman konsep dan dasar teoritis penelitian, hubungan variabel, penelitian terdahulu, model dan hipotesis penelitian, serta kerangka pemikiran.

## **BAB III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini, peneliti menggambarkan gambaran secara umum objek penelitian. Dalam bab ini juga peneliti menguraikan mengenai variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data yang digunakan.

## **BAB IV Analisis dan Pembahasan**

Bab ini memaparkan hasil-hasil dari penelitian berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan serta deskripsi dari analisis output kuesioner.

## **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan yang didapat berdasarkan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta pada bab ini peneliti juga memberikan saran-saran terkait dengan penelitian ini baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.