

pada peningkatan stabilisasi dan pengelolaan persediaan bahan pokok dan pangan. Tugas pokok BULOG sesuai Keppres tersebut adalah mengendalikan harga dan mengelola persediaan beras, gula, gandum, terigu, kedelai, pakan dan bahan pangan lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam rangka menjaga kestabilan harga bahan pangan bagi produsen dan konsumen serta memenuhi kebutuhan pangan berdasarkan kebijaksanaan umum Pemerintah.

Namun tugas tersebut berubah dengan keluarnya Keppres No. 45 tahun 1997, dimana komoditas yang dikelola BULOG dikurangi dan tinggal beras dan gula. Kemudian melalui Keppres No 19 tahun 1998 tanggal 21 Januari 1998, Pemerintah mengembalikan tugas BULOG seperti Keppres No 39 tahun 1968. Selanjutnya melalui Keppres No 19 tahun 1998, ruang lingkup komoditas yang ditangani BULOG kembali dipersempit seiring dengan kesepakatan yang diambil oleh Pemerintah dengan pihak IMF yang tertuang dalam Letter of Intent (LoI).

Dalam Keppres tersebut, tugas pokok BULOG dibatasi hanya untuk menangani komoditas beras. Sedangkan komoditas lain yang dikelola selama ini dilepaskan ke mekanisme pasar. Arah Pemerintah mendorong BULOG menuju suatu bentuk badan usaha mulai terlihat dengan terbitnya Keppres No. 29 tahun 2000, dimana didalamnya tersirat BULOG sebagai organisasi transisi (tahun 2003) menuju

organisasi yang bergerak di bidang jasa logistik di samping masih menangani tugas tradisionalnya.

Pada Keppres No. 29 tahun 2000 tersebut, tugas pokok BULOG adalah melaksanakan tugas Pemerintah di bidang manajemen logistik melalui pengelolaan persediaan, distribusi dan pengendalian harga beras (mempertahankan Harga Pembelian Pemerintah – HPP), serta usaha jasa logistik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Arah perubahan tersebut semakin kuat dengan keluarnya Keppres No 166 tahun 2000, yang selanjutnya diubah menjadi Keppres No. 103/2000. Kemudian diubah lagi dengan Keppres No. 03 tahun 2002 tanggal 7 Januari 2002 dimana tugas pokok BULOG masih sama dengan ketentuan dalam Keppers No 29 tahun 2000, tetapi dengan nomenklatur yang berbeda dan memberi waktu masa transisi sampai dengan tahun 2003. Akhirnya dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI no. 7 tahun 2003 BULOG resmi beralih status menjadi Perusahaan Umum (Perum) BULOG.

b. Persiapan Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan merumuskan variabel penelitian melalui berbagai penelitian terdahulu tentang *Employee engagement* dan Komunikasi Internal karena penelitian ini merupakan penelitian korelasi untuk mencari pengaruh antar dua variabel, selanjutnya mengidentifikasi variabel penelitian untuk memilih definisi dan konstruk psikologis variabel penelitian, khususnya mengenai definisi

variabel, hubungan antar variabel, serta faktor-faktor yang mempengaruhi variabel-variabel yang akan diteliti.

Selanjutnya, membuat batasan kawasan terhadap variabel berdasarkan konstrak yang didefinisikan oleh teori yang bersangkutan, pembatasan ini diperjelas dengan menguraikan komponen-komponen atau dimensi-dimensi yang ada dalam atribut yang dimaksud. Dengan mengenali batasan ukur dan adanya dimensi yang jelas maka instrumen penelitian dapat mengukur secara komprehensif dan relevan, yang pada akhirnya akan menunjukkan validitas isi sebuah instrumen atau alat ukur psikologi. Komponen atau atribut teoritik dari tiap-tiap variabel penelitian kemudian di definisi operasionalkan ke dalam bentuk-bentuk yang lebih konkrit, yaitu dirumuskan dalam bentuk aspek-aspek yang melahirkan berbagai indikator. Selanjutnya komponen-komponen atribut dan aspek-aspek disajikan sebagai bagian dari *blue print* skala psikologi. *Blue print* inilah yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penulisan aitem-aitem. Setelah aitem-aitem alat ukur psikologi sudah dinyatakan siap, maka selanjutnya menentukan subyek penelitian.

Subyek penelitian atau populasi ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur. Dikarenakan subjek dalam Perum Bulog kurang dari 100 maka untuk itu peneliti menggunakan studi populasi sehingga subjek dalam penelitian ini berjumlah 86 orang. Dalam deskripsi subjek, penulis

Dari tabel 4.2 Statistik Deskriptif maka akan menggambarkan data sebagai berikut. Analisis penelitian pada variabel *Employee Engagement* di hasilkan N sebesar 86, dari 86 responden nilai *employee engagement (minimum)* 77, dan nilai *employee engagement (maximum)* 122, nilai rata-rata (*mean*) dari 86 responden adalah sebesar 1.016860 dengan standar deviasi sebesar 8.49119

Sedangkan pada variabel efikas kolektif dihasilkan N sebesar 86, dari 86 responden nilai komunikasi internal (*minimum*) 90, dan nilai prestasi kerja karyawan (*maximum*) 119, nilai rata-rata (*mean*) dari 86 responden adalah sebesar 1.032442 dengan standar deviasi sebesar 6.11639.

Selanjutnya deskripsi data berdasarkan data demografinya adalah sebagai berikut :

a. Berdasarkan Jenis kelamin

Tabel 4.3 Deskriptif Data Berdasarkan Jenis Kelamin

| Variabel | Jenis Kelamin | N | Mean | Std. Deviation | Min | Max |
|---------------------|---------------|----|----------|----------------|-----|-----|
| Employee Engagement | Laki - Laki | 48 | 1.034402 | 9.16725 | 87 | 138 |
| | Perempuan | 38 | 99.7632 | 9.01481 | 77 | 119 |
| Komunikasi Internal | Laki - Laki | 48 | 1.025202 | 6.45439 | 90 | 119 |
| | Perempuan | 38 | 1.041602 | 5.61141 | 91 | 116 |

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki – laki yang berjumlah 48 orang pada variabel *Employee Engagement* memiliki rata – rata (*Mean*) sebesar 1.034402 dan responden perempuan yang berjumlah 38 memiliki rata – rata (*mean*) sebesar 99.7632. sedangkan pada variabel komunikasi internal di ketahui bahwa responden laki – laki sebesar 1.025202 sedangkan pada responden perempuan memiliki nilai rata – rata sebesar 1.041602. pada kedua variabel juga memiliki nilai standar deviasi masing – masing. Pada variabel *employee engagement* nilai standar deviasinya sebesar 9.16725 dan perempuan sebesar 9.01481 sedangkan pada variabel komunikasi internal sebesar 1.025202 pada laki – laki sedangkan pada perempuan sebesar 1.04162. serta memiliki nilai maximum dan minimum. Pada variabel *employee engagement* responden laki – laki yakni 138 dan minimumnya sebesar 87 sedangkan pada perempuan nilai maximumnya sebesar 119 dan nilai minimumnya sebesar 77. Dan pada variabel komunikasi internal nilai maximum pada responden laki – laki sebesar 119 dan minimumnya sebesar 90 sedangkan pada perempuan nilai maximumnya sebesar 116 sedangkan minimumnya 91.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.4 Deskriptif data berdasarkan usia

| Variabel | Usia | N | Mean | Standar deviasi | min | max |
|----------------------------|---------------|----|----------|-----------------|-----|-----|
| <i>Employee Engagement</i> | 18 – 25 Tahun | 15 | 1.062702 | 7.33355 | 94 | 116 |
| | 25 – 35 Tahun | 35 | 1.024302 | 9.57105 | 86 | 138 |
| | 35 – 45 Tahun | 25 | 1.015602 | 7.04202 | 87 | 114 |
| | >45 Tahun | 11 | 94.3636 | 1.123601 | 77 | 114 |
| Komunikasi internal | 18 – 25 Tahun | 15 | 1.086002 | 5.40899 | 97 | 119 |
| | 25 – 35 Tahun | 35 | 1.032902 | 5.50706 | 91 | 117 |
| | 35 – 45 Tahun | 25 | 1.016402 | 5.29843 | 90 | 113 |
| | >45 Tahun | 11 | 1.007302 | 6.63462 | 91 | 110 |

Dari tabel di atas dapat diketahui banyaknya data kategori usia yakni 15 responden pada usia 18 – 25 tahun, 35 responden pada usia 25 – 35 tahun, 25 responden pada usia 35 – 45 tahun dan 11 responden untuk usia di atas >45 tahun. Selanjutnya dapat diketahui bahwa nilai rata – rata tertinggi untuk variabel *employee engagement* yakni 18 – 25 tahun dimana nilai *mean* nya sebesar 1.062702. sedangkan pada variabel komunikasi internal yakni pada usia 18 – 25 tahun. Sedangkan nilai *mean* terendah untuk variabel *employee engagement* yakni usia diatas > 45 tahun yakni nilainya 94.3636 dan pada variabel komunikasi internal yakni usia > 45 tahun dengan nilainya 1.00732. selain itu nilai minimum untuk variabel *employee engagement* yakni usia 18 – 25 tahun nilainya 94 dan nilai maksimumnya 116. Sedangkan pada variabel komunikasi internal usia 18 – 25 tahun yakni nilai minimumnya 97 dan maksimumnya 119. Sedangkan pada usia >45 tahun untuk

komunikasi internal yakni pendidikan S2 dengan nilainya 1.011802. selain itu nilai minimum untuk variabel employee engagement yakni pendidikan D3 nilainya 92 dan nilai maksimumnya 119. Sedangkan pada variabel komunikasi internal pendidikan D3 yakni nilai minimumnya 91 dan maksimumnya 119. Sedangkan pada pendidikan S2 untuk variabel employee engagement nilai minimumnya sebesar 87 dan maksimumnya 113 dan pada variabel komunikasi internal nilai minimumnya sebesar 91 dan maksimumnya sebesar 113.

Dalam deskripsi dan reliabilitas data, peneliti akan menjelaskan mengenai alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan dua skala sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu skala *Employee Engagement* dan skala Komunikasi Internal Setelah melakukan pengujian alat ukur dengan menggunakan skala pada subjek penelitian, maka akan diperoleh hasil uji daya diskriminasi aitem dan reliabilitas data. Uji validitas atau uji daya diskriminasi aitem bertujuan untuk mengetahui aitem-aitem yang valid (benar) dan aitem tidak valid (gugur). Sedangkan, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur tersebut dapat diandalkan, yang ditunjukkan dengan taraf konsistensi pengukuran berulang dengan skala yang sama.

2. Uji Validitas

Untuk mengetahui aitem-aitem yang valid dan tidak valid, peneliti menggunakan dengan kaedah yakni jika harga koefisien corrected item total correlation sama atau lebih dari $>0,30$ maka aitem

Kemudian, setelah 24 aitem tersebut digunakan sebagai alat ukur pada subjek dalam penelitian ini, ditemukan 17 aitem yang valid. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* () lebih dari $> 0,60$ atau mendekati angka 1 .

Setelah menganalisis aitem pada skala *Employee Engagement* dan berdasarkan uji reliabilitas pada subjek dalam penelitian ini, ditemukan sejumlah aitem-aitem valid dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,842 yang mana nilai tersebut tergolong tinggi karena lebih dari 0,60. Hal ini berarti semua aitem tersebut reliabel sebagai instrumen pengumpulan data

3. Pengujian Hipotesis

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Untuk menganalisis hasil penelitian, peneliti menggunakan angka yang dideskripsikan dengan menguraikan kesimpulan yang didasari oleh angka yang diolah dengan metode statistik. Hal ini dapat dilakukan dengan bantuan statistik deskriptif dari data yang sudah dianalisis yang umumnya mencakup jumlah subjek (N), mean skor skala (M), deviasi standar (), varian (s), skor minimum (Xmin) dan skor maksimal (Xmaks) serta statistik lain yang dirasa perlu (Azwar, 2009).

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh komunikasi internal terhadap employee engagement pada karyawan perum Bulog

Hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan Perum Bulog menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara komunikasi internal terhadap *employee engagement*. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien korelasi (r) sebesar 0,673 dengan taraf kepercayaan 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan pengaruh yang cukup baik antara komunikasi internal terhadap *employee engagement*. Arah pengaruh yang positif menunjukkan semakin baik komunikasi internal maka akan membuat *engage* dalam seorang karyawan cenderung tinggi. Mencermati paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal berpengaruh terhadap engagement pada karyawan. Seorang karyawan yang cara komunikasinya kurang baik maka akan mempengaruhi rasa *engage* dalam dirinya yang nanti akan mengganggu pekerjaannya sehari – hari.

Pada dasarnya keterikatan karyawan dapat diciptakan oleh perusahaan melalui komunikasi yang baik antar sesama karyawan maupun kepada atasan atau kepada bawahan serta dukungan – dukungan positif yang diberikan oleh perusahaan melalui berbagai cara seperti menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, memberikan penghargaan bagi karyawan yang berdedikasi dan berprestasi, atasan yang peduli kepada karyawannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Baumruk, Gorman & Gorman (dalam Hayase, 2009) yang menemukan bahwa salah satu kunci pencapaian employee engagement adalah komunikasi internal dan sebuah organisasi yang memiliki komunikasi yang efektif dengan karyawannya akan memiliki tingkat engagement atau keterikatan yang lebih baik lagi.

Handoko (2008) mengungkapkan bahwa untuk membangun employee engagement maka harus dapat membangun budaya perusahaan meliputi adanya komunikasi dua arah, kepercayaan kepada pimpinan, pengembangan karir, memahami peran dalam peralihan sukses, dan partisipasi dalam pembuatan keputusan.

Employee engagement sendiri adalah kondisi atau keadaan dimana karyawan bersemangat, passionate, energetic dan berkomitmen dengan pekerjaannya. (Maylet & Winner, 2014) (dalam Akbar, 2014) menurut Thomas (2009) (dalam Akbar, 2013) menggambarkan *Employee Engagement* dengan istilah *Worker Engagement*, yang diartikan sebagai suatu tingkat bagi seorang yang secara aktif memiliki manajemen diri dalam menjalankan suatu pekerjaan. Jadi jika seorang karyawan memiliki rasa semangat dan engage dalam dirinya akan sangat membantu pekerjaan dalam meningkatkan kualitas performa perusahaan yang lebih baik lagi dan mampu mengontrol dirinya dalam melakukan pekerjaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Sumaryati (2004) menyebutkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi

keterikatan karyawan yaitu, lingkungan sosial, lingkungan organisasi, kandungan tugas dan faktor pribadi.

Komunikasi Internal merupakan komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari atasan kepada bawahan, dan komunikasi bawahan kepada atasan dan komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. (Zelko & Dance dalam Arni Muhammad, 2005) Komunikasi yang dilakukan oleh karyawan dalam perusahaan kepada atasan maupun kepada sesama tingkatnya nantinya mampu menciptakan kondisi perusahaan yang nyaman dan kelancaran dalam berinteraksi mengenai pekerjaan sehari – hari sehingga dapat mempengaruhi seorang karyawan agar memiliki rasa *engage* dalam dirinya.

Jadi dari pembahasan di atas bahwa seorang karyawan yang memiliki komunikasi baik didalam perusahaan akan mempengaruhi *engage* yang ada dalam dirinya sehingga dapat bekerja lebih baik dan mampu meningkatkan *income* bagi perusahaan.