

Drs. J. Tanzil & Associates

104/I/2017

EXECUTIVE *Newsletter*

Media Komunikasi, Edukasi dan Informasi untuk kalangan sendiri



**THE FAMILY BUSINESS COMPANY
AND STRATEGY TO MANAGE
TO BE SUCCESS AND SUSTAIN
DAPATKAH PERUSAHAAN ANDA IMMORTAL ?**

**Understanding What Drives
Work Engagement**



Aini Nadiva, S.Psi., M.Psi

Strategic Human Capital Management
Consulting Centre

.....
Untuk keperluan konsultasi dan komunikasi silahkan
menghubungi di 031-567 1713 atau
email: nadiva.shcm@jtanzilco.com

Understanding What Drives Work Engagement



Apa Work Engagement itu?

Definisi *work engagement* sendiri merupakan suatu kondisi ketika individu memiliki semangat (*vigor*), pengabdian (*dedication*), dan penghayatan (*absorption*) serta memiliki pemikiran atau *mindset* yang positif dalam menyelesaikan setiap tugas/pekerjaannya, hingga pada akhirnya individu memiliki komitmen dalam bekerja dan dapat menghasilkan kualitas kerja yang optimal.

Apa yang menyebabkan karyawan tidak bertahan di perusahaan? Branham pada bukunya "*The 7 Hidden reasons Employees Leave: How To Recognize the Subtle Signs and Act Before It's Too Late*" mengatakan bahwa lebih dari 85% manajer meyakini bahwa alasan karyawan meninggalkan perusahaan dikarenakan mereka tertarik dengan gaji yang lebih besar dan kesempatan yang lebih baik. Akan tetapi, lebih dari 80% karyawan mengatakan bahwa faktor yang membuat mereka *resign* dari suatu perusahaan adalah karena didorong hal yang berkaitan dengan buruknya praktik manajemen dan budaya perusahaan yang lemah, termasuk didalamnya adalah peran pemimpin dalam menanamkan nilai-nilai, norma, etika ke dalam perilaku kerja karyawan

Oleh sebab itu, di dalam suatu perusahaan *work engagement* pada masing-masing karyawan sangat diperlukan untuk dapat menghasilkan performa kinerja yang optimal, hingga pada akhirnya dapat memunculkan *sense of creativity* pada diri mereka dalam bekerja. Untuk dapat memiliki karyawan yang memiliki keterlibatan penuh dalam bekerja, individu tersebut harus memiliki motivasi di dalam dirinya ketika bekerja, sehingga dalam menyelesaikan setiap pekerjaannya ia akan menjadi bersemangat dan antusias. Sebaliknya, akan demotivasi jika perusahaan tidak memfasilitasi hak dan kebutuhan karyawan sehingga dorongan untuk *engaged* dengan perusahaannya menjadi semakin kurang.

Apa Saja Komponen di Dalam Work Engagement?

Menurut *Development Dimensions International (DDI)* terdapat 3 komponen dalam *work engagement* yaitu *Cognitive*, *Affective*, *Behavioral*. *Cognitive* merupakan keyakinan yang muncul di dalam pemikiran seseorang dalam mendukung tujuan dan nilai-nilai organisasi. *Affective* adalah rasa kepemilikan, kebanggaan, dan kelekatan dari seorang karyawan terhadap organisasi dimana mereka bekerja. Sedangkan, *behavioral* adalah keinginan dari seorang karyawan untuk memiliki niat yang kuat untuk melangkah bersama membangun dan mempertahankan eksistensi perusahaan dimana mereka bekerja.

Implikasinya di dunia kerja adalah, ketika seseorang memilih untuk mengambil sikap terlibat atau tidak dalam sebuah lingkup pekerjaan, hal tersebut dapat diketahui melalui 3 komponen aspek yaitu: **Affection** yang mana komponen ini menunjukkan ekspresi perasaan suka/tidak terhadap obyek sikap. Aspek ini

Perusahaan merupakan sebuah sarana bagi individu yang ingin mengaktualisasikan dan mengembangkan karir untuk menghasilkan *performance* yang lebih baik. Dalam mewujudkan hal tersebut, karyawan perlu memahami visi dan misi perusahaan, serta sistem dan prosedur yang berlaku. Pemahaman tersebut menjadi penting supaya tercipta keselarasan antara tujuan dari perusahaan dengan tujuan dari karyawan itu sendiri. Agar karyawan dapat mencapai tujuan tersebut, kenyamanan ketika bekerja di suatu perusahaan menjadi dambaan bagi setiap karyawan. Ketika karyawan merasa nyaman dengan pekerjaannya dan perusahaannya, maka karyawan tersebut akan terlibat secara penuh dalam hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaannya. Dampaknya adalah, karyawan akan menunjukkan performa kinerja yang lebih baik. Selain itu, sebuah hasil penelitian milik Hay Group menunjukkan bahwa karyawan yang lebih *engaged* dengan perusahaannya, 43% lebih produktif dibandingkan yang kurang *engaged*. Oleh karena itu, *work engagement* menjadi suatu fenomena yang penting dan perlu diperhatikan oleh tiap perusahaan.

bisa kita ketahui dari cara seorang karyawan bersemangat mengerjakan pekerjaan dengan terus mempertahankan energi sampai pada tahap *outputnya* atau hasil kerjanya.

Behaviour, merupakan komponen perilaku nyata yang ditunjukkan oleh seorang karyawan. Hal ini dapat terlihat dari dedikasi dan keterlibatan dirinya, dengan demikian ia akan menyerahkan semua potensi supaya mendapatkan sebuah penghargaan dari perusahaan atas dedikasinya. **Cognitive** merupakan pola pikir karyawan dalam memberikan respon terhadap suatu sikap dari seseorang. Komponen ini bisa kita lihat ketika seseorang sudah terlibat dalam pekerjaannya, ia akan menggunakan pola pikirnya untuk membuat ide yang *creative* dan berusaha mencari inovasi sehingga pekerjaan yang dilakukan terasa ringan dan menyenangkan.

Faktor-faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Work Engagement?

Ketiga komponen yang telah dijelaskan di atas, akan dapat teraktualisasikan oleh karyawan apabila perusahaan memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *work engagement*. Mengapa demikian? karena, apabila faktor-faktor *work engagement* terfasilitasi oleh perusahaan, seorang karyawan akan lebih termotivasi untuk menunjukkan *high performance*.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *work engagement* seorang karyawan, yaitu *Job Resources*. *Job resources* juga memiliki peran dalam motivasi intrinsik dan ekstrinsik karyawan karena akan mendorong individu untuk bertumbuh, belajar, bekerja serta mendorong mencapai tujuan dari pekerjaan mereka. Pada lingkungan kerja yang memiliki *job resources* memadai atau sesuai kebutuhan, maka akan membuat karyawan lebih cepat dalam memenuhi tuntutan pekerjaannya dan dapat mereduksi stress kerja yang dirasakan sebagai akibat dari tuntutan kerja yang berlebihan.

Job resources ini dapat terbagi menjadi 4 hal, yaitu Organisasi (gaji, jenjang karir, keamanan kerja, tunjangan, bonus, dst.), Lingkungan sosial dan interpersonal (pengawasan dari pihak manajerial atau *supervisor*, dukungan sosial dari keluarga dan rekan kerja, dst.), Kesempatan dalam Dunia Kerja (kejelasan peran dan pemberian kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan), dan Tugas (*feedback* tugas yang sudah dikerjakan terkait *skill* atau ketrampilan yang dimilikinya serta adanya kesempatan untuk bisa otonom/mandiri dalam mengatur jalannya proses kerja).

Selain *job resource*, *Job demands* atau tuntutan kerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *work engagement*. Tuntutan kerja ini bisa menjadi *job stressor* ketika tuntutan yang diminta memerlukan *effort* yang cukup besar untuk mempertahankan suatu ekspektasi *performa* yang baik dari orang lain. Hal tersebut akan memberikan dampak yang negatif seperti kelelahan tingkat tinggi atau yang biasa disebut dengan *burnout*.

Terakhir adalah *Personal Resources* atau sumber-sumber pribadi yang merupakan komponen positif yang terkait dengan *sense individual* untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan dan selalu tetap berusaha untuk mencapai suatu kesuksesan dalam bekerja. Sumber-sumber pribadi yang positif ini akan menentukan adanya penetapan tujuan, motivasi diri, kualitas kinerja, kepuasan kehidupan pribadi dan pekerjaan, serta hasil-hasil lain yang diinginkan.

Apa Manfaat Work Engagement di Perusahaan?

Apabila sebuah perusahaan memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *work engagement* seorang karyawan, maka karyawan tersebut akan secara konsisten menunjukkan perilaku *Say* (Berbicara), *Stay* (Bertahan), dan *Strive*

(Berjuang). *Say* (Berbicara) merupakan perilaku seorang karyawan yang secara konsisten membicarakan hal-hal positif terkait organisasi kepada rekan kerja, customer yang potensial, dan sebagainya. *Stay* (Bertahan) merupakan *sense of belonging* atau suatu perasaan ingin menjadi bagian dari organisasi dimana ia bekerja meskipun memiliki kesempatan untuk bekerja di tempat lain. Sedangkan, *Strive* (Berjuang) memiliki makna bahwa dengan memberikan waktu dan tenaga yang lebih, termotivasi dalam bekerja, sehingga berkontribusi pada kesuksesan pekerjaan mereka dan atau perusahaan.

Tidak hanya itu saja, terdapat beberapa dampak dari *work engagement* yang dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan, yaitu menumbuhkan suasana hati yang positif dan dapat menularkan energi positif tersebut dengan rekan kerjanya. Adapun karyawan yang *engaged* dengan perusahaannya, akan menunjukkan perilaku yang positif pula kepada klien atau nasabah perusahaannya, dengan demikian akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan peningkatan layanan. Seperti yang disampaikan oleh Sybil F. Stershic:

"The way your employees feel is the way your customers will feel. And if your employees don't feel valued, neither will your customers." ^{ENL}

DUPON BUILDING
www.duponbuilding.com

produk berkualitas & bergaransi

WK 008 - 391c

614 - NC

CYL - 01

SRF 47062 - 2NC

L - 135

SOLAR WATER HEATER

2 JAM SUDAH PANAS
PILIH DAPON BANGUNAN
YANG TERKUALITAS
DARI KAWAN

TERSEDIA DI TOKO & SUPERMARKET BAHAN BANGUNAN



Fenny Wati Sofyan, S.E.

Consultant of Strategic Management
Accounting Consulting Centre

.....
Untuk keperluan konsultasi dan komunikasi silahkan
menghubungi di 031-567 1713 atau
email: fenny.kmc@jtanzilco.com

DAMPAK FINANCIAL TECHNOLOGY PADA PASAR KONVENSIONAL

Dewasa ini, lembaga keuangan sudah sering memunculkan istilah "Financial Technology" atau yang lebih dikenal dengan "Fintech". Menurut definisi yang dijabarkan oleh National Digital Research Centre (NDRC), *Fintech* adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial. Kata *Fintech* berasal dari kata *financial* dan *technology* yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern.

Tidak dipungkiri, bahwa layanan ini sebenarnya memiliki potensi yang cukup besar mengingat era digital saat ini juga sudah mulai menjamur di Indonesia. Berkembangnya era digital ini ternyata juga mengubah pola kebiasaan dari masyarakat untuk dapat menjadi lebih maju. Kehadiran *fintech* ini sebenarnya harus disikapi secara positif oleh pelbagai pihak, pasalnya dengan adanya *fintech* dapat mempermudah masyarakat bertransaksi dalam industri keuangan dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Namun sayangnya, saat ini pengguna *fintech* masih didominasi oleh kalangan menengah ke atas yang paham akan teknologi.

Perkembangan teknologi *fintech* ini ternyata juga berdampak langsung pada pasar konvensional. Banyak penyedia jasa keuangan yang juga mulai menawarkan produk-produk keuangan yang berbasis teknologi untuk memenuhi pasar yang ada. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) saat ini masih ada 49 juta unit UKM yang *unbankable*, dan Rp988 triliun pembiayaan yang masih belum bisa diisi oleh perusahaan manapun. Data ini menambah keyakinan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah hanya 21,8% dibandingkan dengan Singapura yang mencapai 96%, Malaysia 81%, dan Thailand 78%.

Data tersebut merupakan pekerjaan rumah bagi pasar konvensional dan juga perusahaan *fintech* yang harus selalu berkolaborasi untuk dapat bekerja sama dalam program literasi keuangan. Bagi pasar konvensional yang tidak mau mengikuti perkembangan jaman, maka pasti lambat laun akan tergeser dengan sendirinya. Munculnya perusahaan *fintech*, dapat juga mengubah gaya hidup masyarakat secara tidak langsung. Hal ini disebabkan antara lain karena:

Peningkatan taraf hidup masyarakat

Fintech yang menjamur saat ini tidak semuanya berfokus pada perolehan keuntungan yang besar. *Fintech* juga mampu untuk meningkatkan taraf hidup dan daya beli dari masyarakat.

Merangsang perkembangan bisnis

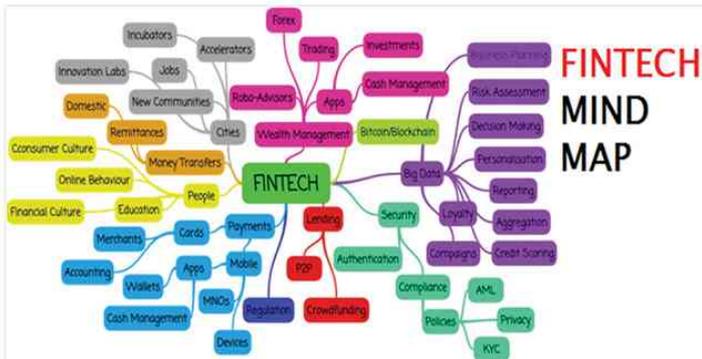
Dengan adanya *fintech*, proses pembayaran, pembiayaan, dan sebagainya menjadi lebih mudah dan efisien. Hal ini secara tidak langsung merangsang perkembangan bisnis yang ada terutama bisnis yang berhubungan langsung dengan teknologi.

Mengurangi pinjaman dengan bunga tinggi

Pasar konvensional harus memberikan biaya untuk mendirikan kantor di beberapa tempat, ditambah lagi dengan biaya pegawai yang juga cukup tinggi. Hal ini membuat pinjaman yang disalurkan berdampak pada bunga yang cukup besar juga. Dengan adanya kemajuan teknologi *fintech* ini, maka akan cukup mampu mengurangi biaya-biaya tersebut. Pengurangan biaya ini tentu saja dapat berdampak pada pemberian bunga pinjaman yang disalurkan.

Dengan adanya hal-hal tersebut, maka tentu saja pasar konvensional perlu membuat inovasi yang baru sehingga mampu bersaing dengan perkembangan jaman yang ada saat ini. Pemerintah melalui Bank Indonesia menggalakkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). GNNT merupakan salah satu program nyata untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktek penggunaan instrumen non tunai uang elektronik secara langsung sehingga pengguna menjadi terbiasa dan mulai merasa nyaman untuk menggunakan instrumen pembayaran non tunai. Gerakan ini merupakan salah satu bentuk dukungan pemerintah terhadap perkembangan *fintech* selain untuk mendukung upaya pencegahan korupsi, pencucian uang, dan pembiayaan terorisme.

Sebenarnya, kita sudah cukup sering kita menggunakan fasilitas *fintech* yang disediakan oleh pasar konvensional antara lain *mobile banking*, rekening ponsel, dan *e-banking*. Fasilitas ini mulai dikembangkan mengingat adanya kebutuhan dari segi pengguna. Fasilitas-fasilitas ini masih terus digalakkan oleh pasar konvensional sehingga mereka juga dapat menghemat beberapa pos biaya.



Tidak hanya memiliki hal hal positif, *fintech* tentu saja memiliki kelemahan. Beberapa kelemahan dari *fintech* ini antara lain:

1. Kurangnya perhatian terhadap manajemen risiko

Setiap badan usaha pasti memiliki risiko bisnis. Hal ini yang kurang diperhatikan oleh beberapa pendiri *fintech*. Padahal dengan mengetahui risiko yang mungkin akan ditimbulkan, maka perusahaan tahu bagaimana menangani atau meminimalkan risiko yang muncul tersebut.

2. Belum terlalu dipercaya oleh masyarakat.

Kita semua tahu kelemahan teknologi digital khususnya di Indonesia. Banyak sekali *hacker* yang tidak bertanggung jawab dan mengambil data untuk kepentingan pribadinya. Hal ini yang membuat banyak dari masyarakat kurang percaya dengan teknologi digital khususnya bagi orang yang pernah mengalami hal tersebut.

Pekerjaan rumah yang cukup sulit yang dihadapi pasar konvensional dan juga pemerintah adalah kurang meleknya teknologi khususnya masyarakat lapisan bawah yang selama ini kurang memiliki akses ke lembaga keuangan yang memiliki teknologi karena kurang paham mengenai teknologi. Seyogyanya, *fintech* mampu menyentuh kelompok masyarakat menengah kebawah yang tidak memiliki akses ke lembaga keuangan formal. Mereka adalah masyarakat berpendapatan rendah atau tidak teratur, tinggal di daerah yang terpencil, orang yang memiliki kekurangan (cacat), buruh, dan sebagainya.

Salah satu kendala yang masih belum terselesaikan hingga saat ini adalah belum ada regulasi yang mengatur mengenai *Financial Technology (Fintech)* ini. Pemerintah hingga saat ini masih menggodok mengenai regulasinya agar tidak sampai berbenturan satu dengan yang lainnya. Selain itu, aturan yang dibuat harus tetap dapat memberikan ruang gerak bagi para pelaku bisnis untuk bertumbuh secara sehat.

Bila perusahaan *fintech* dapat bertumbuh, maka semua pihak akan mendapatkan manfaatnya. Bagi pemerintah, upaya untuk meningkatkan literasi keuangan dapat terwujud, masyarakat dapat menikmati layanan keuangan dengan mudah, murah, dan cepat. Sedangkan investor atau pendiri *fintech* dapat menikmati keuntungan dari bisnis yang dihasilkan. Hal yang paling utama adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat karena ada kemudahan untuk mengakses sumber keuangan atau permodalan.

Berikut ini langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan konvensional untuk mengarah ke *fintech*:

1. Pelajari manajemen risiko yang akan ditimbulkan dengan adanya *fintech*.

Dalam sebuah bisnis, pasti akan ada risiko yang akan ditimbulkan. Sebelum memulai ke arah tersebut, perusahaan harus mampu menilai risiko-risiko yang mungkin akan ditimbulkan dan mencari langkah-langkah yang tepat untuk memitigasi risiko tersebut.

2. Bekerja sama dengan perusahaan *startup fintech*.

Jika perusahaan konvensional masih belum mampu membangun sendiri, perusahaan dapat menjalin kerjasama pada perusahaan *startup fintech*. Perusahaan *startup fintech* secara tidak langsung dapat membantu perusahaan konvensional dalam segi pemasaran dan juga pemerataan layanan. Hal ini disebabkan karena jangkauan teknologi jauh lebih luas dibandingkan dengan layanan secara konvensional. Untuk itu, tidak ada salahnya mencoba bekerja sama dan mencari cara yang "*Win-Win Solution*" bagi kedua belah pihak.

3. Bangun kepercayaan pengguna jasa layanan dengan baik

Salah satu hal yang penting dalam jasa teknologi adalah kepercayaan. Hal ini harus menjadi konsen utama dalam layanan *fintech* yang ditawarkan. Apabila terjadi kesalahan dalam *system* yang dibuat, pasti akan merusak kepercayaan pengguna dan berakibat hilangnya pengguna dalam jasa layanan yang ditawarkan. Semakin aman *system* layanan yang ditawarkan, pasti akan semakin meningkatkan kepercayaan pengguna dan berdampak makin banyaknya pengguna layanan tersebut. **ENI**

Our Future Office at
THE PEAK
SURABAYA

