



Peran Karyawan dalam Mencapai Tujuan Budaya Perusahaan

Novita Safitri^{1*}, Asep Saeful Muhtadi¹, Lida Imelda Cholidah¹

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : novitasafitri08@gmail.com

ABSTRAK

Auto2000 Cibiru merupakan salah satu cabang Auto2000 yang bergerak di bidang otomotif serta memiliki budaya kerja sebagai identitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dan keterlibatan karyawan melalui program *cultural* dengan kegiatan FIRST & ASA Commitment. Konsep *three dimensions of employee engagement* dari Kahn digunakan karena ada relevansi dalam melihat peran keterlibatan karyawan Auto2000 Cibiru. Paradigma konstruktivistik dan pendekatan kualitatif serta metode deskriptif digunakan dalam penelitian. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dan keterlibatan karyawan melalui kegiatan dan pengimplementasian *culture* perusahaan ini terdapat tiga aspek keterlibatan yakni secara fisik (*physical*), kognitif (*cognitive*), dan emosional (*emotional*). Kegiatan penguatan budaya dan standar pelayanan ini menjadi salah satu cara membangun *engagement* serta meningkatkan hubungan dan peran terhadap perusahaan.

Kata Kunci : Budaya Perusahaan, Peran Karyawan, Auto2000 Cibiru

ABSTRACT

Auto2000 Cibiru is a branch of Auto2000 which operates in the automotive sector and has a corporate culture as a company identity. This research aims to determine the role and involvement of employees through cultural programs with FIRST & ASA Commitment activities. Kahn's concept of three dimensions of employee engagement is used because it has relevance in looking at the role of employee engagement at Auto2000 Cibiru. A constructivist paradigm and a qualitative approach and descriptive methods were used in the research. This research data was obtained through in-depth interviews, observation and documentation. The research results show that there are three aspects of employee involvement through activities and implementation of corporate culture, namely physical, cognitive and emotional. This activity to strengthen culture and service standards is one way to build engagement and improve relationships and roles in the company

Keywords : Corporate Culture, Employee Role, Auto2000 Cibiru

PENDAHULUAN

Corporate culture menjadi nilai yang dianut bersama dan menjadi dasar, landasan serta identitas yang mencerminkan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan serta berperan penting dan perlu diterapkan dalam upaya menciptakan hubungan yang baik dan meningkatkan peran karyawan, dimana kini tidak sedikit perusahaan dalam menjalankan budaya perusahaan tidak secara maksimal sehingga menimbulkan kurang terjalannya kebersamaan dan memunculkan sikap individualistik karyawan dalam suatu perusahaan.

Budaya perusahaan dibentuk tentunya melalui proses telaah dan riset yang mendalam. Aspek – aspek yang terdapat dalam budaya perusahaan tentunya menjadi acuan bagi pihak – pihak yang berkaitan serta merupakan kerangka kognitif yang mencakup nilai, sikap, norma perilaku yang akan tercermin dan terlihat bagaimana seluruh bagian perusahaan menjalankannya.

Auto2000 merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang otomotif dengan fokus layanan penjualan unit baru, suku cadang dan perbaikan atau perawatan kendaraan juga menjadi salah satu *founder dealer* resmi Toyota terbesar di Indonesia, serta menjadi bagian dari PT. Astra International Tbk. Kegiatan kultural yang diselenggarakan oleh Auto2000 Cibiru dilakukan secara rutin maupun insidental dengan berbagai program yang bersifat kekaryawanan seperti *employee focus*, *refreshment* ASA atau *customer focus*, *training* serta berbagai kegiatan lainnya yang bertujuan memberikan *insight* bagi karyawan mengenai *culture* dan *internal service architecture*.

Kegiatan *cultural* dengan program yang beragam yang diunggah di akun instagram resminya yakni @auto2000cibiruofficial. Peneliti mengamati ada beberapa kegiatan *cultural* yang diselenggarakan oleh Auto2000 Cabang Cibiru yakni berupa pelatihan terhadap karyawan melalui program *Toyota Business School* sebagai pelatihan yang membahas mengenai keramahan (*omotenashi*) karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi *customer* serta pengoptimalisasi penerapan budaya kerja pada aspek operasional. Kegiatan Toyota Business School ini diikuti oleh hampir seluruh karyawan Auto2000 Cabang Cibiru.

Kegiatan *cultural* melalui *FIRST & ASA Commitment* yang diselenggarakan oleh Auto2000 Cabang Cibiru rutin dilakukan setiap tahunnya sebagai kegiatan internalisasi dan penguatan budaya perusahaan. Pelaksanaan kegiatan tersebut biasanya dilaksanakan pada bulan Februari berdekatan dengan perayaan HUT PT. Astra International Tbk, adapun program, tema, dan anggaran pelaksanaan *culture commitment* menunggu arahan dari pihak Auto2000 sebagai pusat operasional. Tema kegiatan *FIRST & ASA Commitment* setiap tahun berbeda-beda bergantung pada anjuran pusat operasional dan setelah prosedur pencairan

anggaran telah terpenuhi, pihak cabang memiliki wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan sesuai dengan kreativitas tim yang mengelola. Adapun rangkaian acaranya tidak jauh dari *refreshment* FIRST & ASA, *sign* dan *target commitment* yang harus dijalankan oleh karyawannya. (Data pra wawancara dengan PGA Auto2000 Cibiru).

FIRST menjadi dasar *corporate values* bagi Auto2000 dalam operasionalnya serta menjadi identitas yang menjadi pembeda dengan kompetitor serta memperkuat internalisasi bagi Auto2000 sendiri. Konsep budaya kerja yang kuat mampu mempengaruhi kinerja dan pencapaian karyawan. Budaya kerja juga harus dibangun secara fleksibel terhadap dinamika perkembangan lingkungan internal dan eksternal. Sama hal nya dengan budaya FIRST yang dimiliki Auto2000, tentunya diciptakan melalui *research* yang telah perusahaan lakukan

Berdasarkan data pra penelitian di atas, peneliti ingin mengetahui gambaran bagaimana peran dan keterlibatan karyawan dalam kegiatan cultural FIRST & ASA Commitment dan pengimplementasiannya dalam operasional sehari-hari dengan menggunakan konsep *three dimensions of employee engagement* yakni *physical engagement*, *cognitive engagement*, dan *emotional engagement* yang digagas oleh William A. Kahn.

Peneliti menemukan adanya relevansi atau persamaan pembahasan dengan penelitian yang akan dilakukan kedepannya, oleh karena itu dengan mengumpulkan beberapa hasil penelitian yang serupa dan melakukan klasifikasi dan menganalisa baik itu dari segi persamaan atau perbedaannya sebagai perbandingan, pelengkap, dan penguat bagi penelitian ini.

Pertama, peneliti yang dilakukan oleh Isra Aldila Aldama dan Aldri Frinaldi (2022), dengan judul “Budaya Kerja Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Nagari Padang Lua Kecamatan Banuhampu”. Hasil temuan dari penelitian ini yakni pelaksanaan budaya kerja di Kantor Nagari Padang Lua belum berjalan dengan baik, namun upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik sudah dilakukan. Beberapa indikator budaya kerja yang dianalisis meliputi kepemimpinan, penampilan, kesadaran akan waktu, komunikasi, penghargaan dan pengakuan, serta nilai dan kepercayaan.

Kedua, penelitian yang diteliti oleh Nazma Noor Aryani (2021), yang berjudul “Budaya Kerja Di Bank Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta”. Hasil temuan penelitian ini yakni ada upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut antara lain melalui komunikasi antar kantor, alokasi sumber daya anggaran, program pelatihan, dan penggunaan media elektronik. Budaya kerja yang baik di organisasi dapat meningkatkan kolaborasi, koordinasi, integrasi, komunikasi, hubungan kerja, komitmen organisasi, dan konsistensi

karyawan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ersya Mayang Sari dan Syifa Pramuditha (2023), yang berjudul “Implementasi Budaya Kerja 5S (*Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke*) di PT. XYZ Otomotif Karawang”. Hasil temuan penelitian ini yakni prinsip 5S telah diterapkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang tertib dan bersih, implementasi ini masih perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi.

Keempat, penelitian yang diteliti oleh Manik Sunuantari (2022), yang berjudul “Penerapan Budaya Perusahaan Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan”. Hasil temuan budaya perusahaan yang baik, adaptif, dan didukung oleh komunikasi yang efektif serta kepemimpinan yang teladan sangat penting untuk menciptakan citra perusahaan yang positif dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Viona Lavidya dkk (2023), dengan judul “Peran Budaya Perusahaan Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Multinasional”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki dampak signifikan dalam membentuk citra perusahaan dan kinerja karyawan pada perusahaan multinasional yakni perbedaan budaya, komunikasi lintas budaya dan keselarasan budaya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, terdapat beberapa aspek yang menjadi fokus penelitian ini yakni: 1) Bagaimana keterlibatan karyawan Auto2000 Cibiru secara fisik (*physical engagement*) pada kegiatan FIRST & ASA Commitment? 2) Bagaimana keterlibatan karyawan Auto2000 Cibiru secara kognitif (*cognitive engagement*) pasca kegiatan FIRST & ASA Commitment? 3) Bagaimana keterlibatan karyawan Auto2000 Cibiru secara emosional (*emotional engagement*) pasca kegiatan FIRST & ASA Commitment?

Metode yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif karena sesuai dengan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui cara pengumpulan dan pengolahan data yang nantinya untuk menganalisis hasil penelitian dan mendeskripsikan fenomena yang diteliti mengenai kegiatan *cultural* di Auto2000 Cabang Cibiru dengan cara terlibat secara langsung dan mengamati sesuai keadaan yang peneliti lihat dan temukan di lapangan.

LANDASAN TEORITIS

Pada dasarnya *corporate culture* merupakan serangkaian nilai, norma, tradisi atau tatanan yang dianut bersama sebagai bentuk identitas diri bagi suatu perusahaan atau organisasi tertentu. Konsep budaya perusahaan akan tertanam dalam diri karyawan seiring waktu berjalan. Budaya perusahaan sendiri terdiri dari nilai-nilai

(*values*), keyakinan (*beliefs*) dan norma (*norms*) yang menjadi gagasan sentral yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

Corporate culture memiliki karakteristik tersendiri, dimana unsur-unsur di dalamnya ikut terpengaruhi. Mujib (2022:188) menyatakan bahwa setiap perusahaan memiliki pola dan adat yang tercermin baik secara formal maupun non formal dan mekanisme budaya dikendalikan oleh prinsip dan nilai yang dibentuk. Adanya budaya kerja bagi suatu perusahaan ini menjadi arah dari kepentingan dan tujuan bersama

Budaya perusahaan menjadi panduan serta mekanisme dalam berperilaku. Heskett (1998) menjelaskan bahwa budaya organisasi memiliki dua tingkatan yang berbeda. Pada tingkat pertama, budaya perusahaan merujuk pada nilai yang dianut bersama oleh sekelompok orang dan cenderung bertahan sepanjang waktu. Pada tingkatan kedua, budaya sendiri menggambarkan pola atau perilaku suatu organisasi sehingga dapat memberikan dampak untuk mengikuti hal yang sama. Berdasarkan penjelasan di atas, perspektif dan pengimplementasian budaya sendiri bergantung pada sisi individu tersendiri.

Corporate culture tentu memiliki karakteristik tersendiri yang menjadi pembeda serta menjadi pedoman yang diterapkan oleh seluruh bagian organisasi. Sutrisno (2010:8) menjelaskan bahwa budaya kerja berfungsi sebagai perekat sosial dalam menyatukan anggota dalam mencapai tujuan organisasi berupa ketentuan-ketentuan atau nilai-nilai yang ada sebagai pengontrol perilaku karyawan. Adanya *culture corporate* ini tentunya perlu pemahaman dan kesadaran dari karyawan sendiri dalam pengimplementasian kinerja dan layanan yang diberikan kepada customer.

Budaya perusahaan dapat dikatakan sebagai bentuk representatif suatu perusahaan yang melibatkan nilai-nilai bersama, pandangan, prinsip, keyakinan yang menjelaskan sikap fungsional sebuah perusahaan. Menurut Robbins dan Judge (2015:262) menjelaskan beberapa fungsi budaya organisasi, yakni : 1) Budaya organisasi menjadi pembeda antara satu organisasi dengan organisasi yang lainnya. 2) Budaya organisasi sebagai bukti rasa identitas kepada anggota organisasi. 3) Budaya organisasi mempermudah kelanjutan komitmen hingga batasan yang lebih luas. 4) Budaya organisasi turut mendorong stabilitas sistem sosial yang dapat menciptakan rasa kebersamaan dengan adanya standar yang sesuai mengenai perilaku anggota organisasi. 5) Budaya organisasi berfungsi untuk membentuk perilaku atau sikap yang harus dilakukan para anggota organisasi.

FIRST menjadi dasar *corporate values* bagi Auto2000 dalam operasionalnya. Atmadja (2009) menjelaskan *corporate value* merupakan nilai

yang dipegang teguh serta diyakini oleh seluruh karyawan yang diimplementasikan dalam perilaku kolektif dalam keberlangsungan perusahaan. Budaya FIRST ini menjadi identitas yang menjadi pembeda dengan kompetitor serta memperkuat internalisasi bagi Auto2000 sendiri

Pada dasarnya konsep budaya kerja yang kuat mampu mempengaruhi kinerja dan pencapaian karyawan. Budaya kerja juga harus dibangun secara fleksibel terhadap dinamika perkembangan lingkungan internal dan eksternal. Sama halnya dengan budaya FIRST yang dimiliki Auto2000, tentunya diciptakan melalui *research* yang berkesinambungan dengan visi dan misi perusahaan. Budaya perusahaan yang dimiliki Auto2000 terdiri dari lima point yang menjadi landasan bagi karyawan dalam menjalani kegiatan operasional perusahaan. **Pertama**, *focus on customer* yakni senantiasa memberikan pelayanan yang berkesan dan melampaui harapan pelanggan dengan melayani secara cepat, tepat dan, sepenuh hati serta mengutamakan kemudahan, keakraban dan kehandalan (*Ease, Personal, Reliable*). **Kedua**, *integrity* yakni senantiasa bekerja dengan tulus, jujur, selarasnya kata dan tindakan sesuai dengan ketentuan perusahaan dan nilai-nilai yang berlaku. **Ketiga**, *respect for others* yakni senantiasa bersikap rendah hati, menghargai orang lain serta memiliki empati yang tinggi antar sesama. **Keempat**, *strive for excellence* yakni semangat mengupayakan *kaizen* dan inovasi serta melakukan yang terbaik sesuai dengan tujuan perusahaan. **Kelima**, *teamwork* yakni senantiasa menciptakan lingkungan kerja yang terbuka, inklusif, dan kondusif serta meningkatkan sinergi dan kolaborasi dalam bekerja.

FIRST sebagai *corporate culture* ini mencakup point-point yang mencakup nilai – nilai yang perlu diterapkan dan berkesinambungan dengan perilaku karyawannya. Ahmad (2020:2) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa budaya perusahaan menunjukkan individualitas dan karakter baik itu bergerak dalam sektor swasta atau publik dan terorganisir atau tidaknya bergantung pada penanganan manajerial organisasi tersebut. Pihak manajemen perlu fokus dalam menciptakan lingkungan yang positif untuk karyawan berkembang dan budaya organisasi yang nyaman untuk meningkatkan kinerja karyawan, karena keterlibatan dan kinerja karyawan bergantung pada realisasi dan responsivitas budaya mengembangkan kinerja dan *performance* perusahaan. Budaya perusahaan yang dimiliki secara tidak langsung akan menumbuhkan engagement yang terlihat dari komitmen dan keterikatan dalam diri karyawan.

Berkomitmen terhadap keberlangsungan pekerjaan dalam suatu perusahaan atau lembaga dengan melibatkan diri di dalamnya sering disebut dengan istilah *employee engagement*. Berjalannya operasional suatu perusahaan atau lembaga tidak terlepas dari peran karyawannya sendiri, selain pemenuhan kewajiban yang harus diberikan terhadap perusahaan tentu keterlibatan dan keterkaitan antara karyawan yang satu dengan yang lainnya perlu dijalin dengan

baik. Keterlibatan karyawan sendiri akan turut berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Employee engagement dapat didefinisikan sebagai hubungan yang melibatkan karyawan terhadap pekerjaan, manajerial, organisasi ataupun rekan dalam lingkungan kerja yang berkaitan dengan aspek emosional, intelektual maupun aspek lainnya yang berpengaruh pada etos kerja terbaik sebagai upaya lebih yang didedikasikan untuk perusahaan. Baumruk (dalam Markwick, 2009:2) menjelaskan bahwa organisasi dengan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi maka cenderung tingkat pergantian karyawan akan lebih rendah, sehingga tingkat produktivitas juga tinggi. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa selain pemenuhan dan kepentingan pribadi, lingkungan dan hubungan yang positif juga menjadi salah satu faktor dari loyalitas karyawan, oleh karena itu kesadaran dan keterlibatan karyawan baik secara fisik, kognitif, dan emosional perlu dibangun dalam diri karyawan.

Keterlibatan karyawan bagi suatu perusahaan menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dan memiliki nilai tersendiri. Macey & Schneider (2008:4) menjelaskan bahwa *employee engagement* yakni merupakan salah satu bentuk kontribusi yang diberikan karyawan dalam membentuk dan memperkuat loyalitas bagi perusahaan. Hal tersebut perlu didukung dengan lingkungan dan iklim kerja perusahaan yang sehat, disamping kepentingan dan pemenuhan kebutuhan hidup juga menjadi salah satu bentuk *teamwork* yang dibangun.

Penelitian ini menggunakan konsep *three dimensions of employee engagement* yang digagas oleh Kahn ini mengemukakan bahwa keterlibatan karyawan sebagai pemanfaatan diri terhadap peran mereka sebagai bagian dari sebuah perusahaan atau lembaga. Berjalannya operasional suatu perusahaan atau lembaga tidak terlepas dari peran karyawannya sendiri, selain pemenuhan kewajiban yang harus diberikan terhadap perusahaan tentu keterlibatan dan keterkaitan antara karyawan yang satu dengan yang lainnya perlu dijalin dengan baik. Salah satu wujud peran karyawan yakni secara fisik, kognitif, dan emosional.

Keterlibatan fisik (*physical engagement*) dalam kegiatan cultural ini mengarah pada tingkat partisipasi dan interaksi langsung fisik karyawan dalam kegiatan serta inisiatif yang berkaitan dengan hubungan antara karyawan terhadap perusahaan. Dimensi ini menjadi dimensi yang cakupannya lebih nyata dan dapat dilihat secara langsung keterlibatan karyawan secara fisik dalam membangun dan memperkuat ikatan dan sebagai wujud partisipasi nyata terhadap perusahaan.

Partisipasi dari karyawan terlebih dalam kegiatan *employee* berbentuk penguatan corporate culture menjadi suatu kewajiban sebagai bagian dari suatu perusahaan. Menurut Andriani (2018) partisipasi merupakan bentuk keterlibatan

seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu. Physical engagement juga berpengaruh dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, kooperatif dan meaningfulness, dengan begitu karyawan dapat merasakan keterlibatan dan peran mereka dalam organisasi.

Bentuk keterlibatan fisik (*physical engagement*) karyawan Auto2000 Cibiru terlihat dan terbentuk karena ada peran dan upaya perusahaan dalam membangun sikap tersebut. Kahn (dalam Saks, 2006) menjelaskan bahwa keterlibatan berarti kehadiran secara psikologis ketika menjalankan peran dalam organisasi. Keterlibatan secara fisik juga dapat dikatakan sebagai wujud eksistensi diri dalam perusahaan.

Dimensi keterlibatan yang kedua yakni secara kognitif. Kognitif ini memberikan gambaran pola pikir karyawan terhadap tujuan dan nilai-nilai yang dimiliki organisasi atau perusahaan. Pegawai yang sudah memiliki *engaged* dalam diri cenderung fokus pada pekerjaannya dan menyalurkan pemahaman yang dimiliki, kreativitas dari apa yang mereka kerjakan. Pada prosesnya komunikasi efektif yang terjalin antara karyawan satu dengan yang lainnya dapat memudahkan jalur koordinasi yang dibutuhkan nantinya. Menurut Fajar (2009: 78) menjelaskan komunikasi efektif dari merupakan pengetahuan dan keterampilan yang kita miliki, pengetahuan dan keterampilan yang menyangkut komunikasi termasuk di antara yang paling penting dan berguna. Kemampuan komunikasi efektif juga turut berpengaruh terhadap keterlibatan secara kognitif terlebih dalam kegiatan operasional perusahaan.

Cognitive engagement yang sudah terbangun dalam diri karyawan berperan menjadi pemicu kesadaran mengenai situasi organisasi atau perusahaan serta pemahaman karyawan yang mendorong kontribusi lebih dalam sistem perusahaan ataupun ketika perusahaan berada dalam manajemen krisis dan sebagai kemampuan yang menunjang dalam memecahkan masalah (*problem solving*). Sisi kognitif dari karyawan tentunya memiliki peran yang krusial. Susanto (2012:48) menjelaskan bahwa kognitif adalah cara atau proses berpikir yang mencakup pada kemampuan individu dalam menghubungkan, menilai, serta mempertimbangkan suatu kejadian atau peristiwa.

Dimensi keterlibatan yang ketiga yakni *emotional engagement* ini mengarah pada koneksi emosional dan komitmen yang dirasakan karyawan terhadap pekerjaan, rekan kerja atau perusahaan. Aspek emosional ini menjadi aspek dasar dan krusial dalam membina hubungan yang baik antar karyawan ataupun dengan pihak manajemen serta menjalin aspek engaged yang lainnya.

Pada dasarnya dalam sebuah hubungan pasti akan ada keterlibatan atau keterkaitan satu sama lain. Menurut Goleman (1995:411) emosi merupakan perasaan dan keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan

untuk bertindak. Pada dasarnya, emosi sendiri merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu dan menjadi keadaan yang naruliah yang dapat dirasakan oleh setiap individu

Komunikasi interpersonal yang positif, dinamika kelompok yang minim dan gaya manajemen yang baik menjadi hal yang turut mempengaruhi emotional engagement karyawan. DeVito (dalam Suranto, 2011:4) menjelaskan komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses hubungan timbal balik secara lisan maupun tulisan yang melibatkan lebih dari satu orang. Realitanya segala bentuk peran dan keterlibatan dari karyawan tidak terlepas dari komunikasi interpersonal yang terjalin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya setiap perusahaan berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada *customer* dan hal itu menjadi tanggungjawab bersama untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal tersebut tidak terlepas dari *corporate culture* yang menjadi landasan dan menjadi nilai yang dianut bersama sebagai identitas dari banyaknya kompetitor sebagai upaya mempertahankan eksistensi suatu perusahaan. Karyawan memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan hal tersebut, keterikatan karyawan terhadap perlu sangat diperlukan baik itu antara karyawan satu sama lain ataupun dengan pihak manajemen untuk berada dalam arah yang sama, maka dengan itu tujuan dari kepentingan bersama akan lebih mudah tercapai.

Terlebih, Auto2000 Cibiru merupakan salah satu cabang perusahaan yang bergerak pada lini bisnis otomotif kendaraan roda empat baik itu dari segi penjualan unit ataupun perbaikan (*service*) yang memiliki target dan *pressure* yang cukup tinggi. Adanya budaya perusahaan yang dimiliki ini menjadi guidance resmi yang mengatur bagaimana budaya perusahaan tersebut diimplementasi oleh karyawannya. Peran dan keterlibatan karyawan juga dapat diekspresikan melalui beberapa aspek. Peran karyawan tersebut berkaitan dengan konsep *three dimensions of employee engagement* Kahn. Berikut pembahasan mengenai peran karyawan dalam mencapai tujuan budaya perusahaan Auto2000 Cibiru.

***Physical Engagement* Karyawan Auto2000 Cibiru pada Program *Cultural* Melalui Kegiatan FIRST & ASA Commitment**

Budaya kerja FIRST dirancang oleh pihak *Human Capital Development* (HCD) sebagai identitas dan acuan dalam kegiatan operasional cabang Auto2000. Menurut Robbins (2015: 721) menyatakan budaya kerja ini mengarah pada sistem makna yang dianut secara bersama yang berkaitan tentang kinerja dan interaksi kerja yang disepakati dan diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa budaya kerja sendiri sebagai bentuk pendorong karyawan Auto2000 Cibiru dalam mengerahkan potensi dan kinerja.

Auto2000 *Service Architecture* (ASA) ini menjadi standar pelayanan berbentuk SOP yang dirancang dengan petunjuk pengimplementasiannya untuk seluruh operasional cabang. Mittal (dalam Hodijah, 2017: 143) menyatakan *service oriented architecture* ini terdiri dari *tools*, teknologi dan *best practice* yang memudahkan implementasi servis secara cepat. Auto2000 Cibiru dalam operasional cabang berupayaa menerapkan standar pelayanan sesuai sistem yang ada dan terus berinovasi dalam menciptakan nilai lebih dari pelayanan yang diberikan. .

Keterlibatan secara fisik karyawan Auto2000 Cibiru yang peneliti lihat baik itu pada kegiatan kultural melalui FIRST & ASA *Commitment*. Kontribusi juga berperan sebagai bukti adanya peran yang menjadi tanggungjawab bersama. Interaksi juga menjadi upaya pembuktian eksistensi karyawan dalam perusahaan dan hal tersebut terjadi tidak terlepas dari *engagement* yang dimiliki karyawan. Melibatkan secara fisik dalam berbagai kegiatan dan tugas yang diberikan juga memberi dampak bagi sisi personal karyawan Auto2000 Cibiru sendiri.

Auto2000 Cibiru salah satu perusahaan yang aktif dalam menjalankan kegiatan cultural melalui FIRST & ASA *Commitment*. Kegiatan FIRST & ASA *Commitment* ini dilaksanakan pada 18 April 2024 dengan tema halal bihalal dan beberapa rangkaian acara lainnya. Kegiatan ini dihadiri oleh karyawan Auto2000 Cibiru dari berbagai departemen baik itu administrasi, *sales*, dan servis beserta jajarannya. Antusiasme karyawan juga terlihat pada saat acara FIRST & ASA *Commitment* berlangsung yang ditandai kekompakan dan partisipasi karyawan Auto2000 Cibiru yang dibuktikan kehadiran pihak manajemen dan karyawan kegiatan tahunan tersebut. Kontribusi terlihat dari kehadiran para karyawan Auto2000 Cibiru dalam kegiatan FIRST & ASA *Commitment*, meskipun tidak terlibat secara langsung dalam proses persiapan kegiatan tersebut, tetapi dengan mereka menghadiri dan berperan aktif menunjukkan sisi kontribusi menjadi bagian dari Auto2000 Cibiru.

Kontribusi menjadi titik awal dari adanya partisipasi karyawan Auto2000 Cibiru terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Soerjono dan Djoenaesih (1997: 45) menjelaskan kontribusi merupakan sikap ikut serta ataupun memberikan ide atau tenaga dalam suatu kegiatan. Bentuk kontribusi yang diberikan dapat berupa tindakan atau perilaku yang memberikan dampak terhadap pihak yang berkaitan. Kontribusi karyawan ini menjadi salah satu aspek yang ingin ditekankan oleh Auto2000 Cibiru sebagai bagian dalam sebuah perusahaan harus ada peran dan andil karyawan tersendiri.

Impact yang didapatkan selain memperkuat peran karyawan serta membangun hubungan yakni ada pertukaran informasi yang serta menjadi upaya

pemecahan masalah yang terjadi dalam mengupayakan kaizen untuk operasional kedepannya yang lebih baik. Kontribusi juga berperan sebagai bukti adanya peran yang menjadi tanggungjawab bersama. Interaksi juga menjadi upaya pembuktian eksistensi karyawan dalam perusahaan dan hal tersebut terjadi tidak terlepas dari *engagement* yang dimiliki karyawan. Melibatkan secara fisik dalam berbagai kegiatan dan tugas yang diberikan juga memberi dampak bagi sisi personal karyawan Auto2000 Cibiru sendiri.

Kegiatan FIRST & ASA *Commitment* sebagai program rutinan internal yang meliputi target commitment yang diberikan setiap departemen, akan ada tahapan diskusi sebagai baik pada proses pengimplementasian target ataupun pada prosesnya. Menurut Sudjana (2002:79) diskusi pada dasarnya proses pertukaran informasi, pengalaman secara teratur yang bertujuan untuk menciptakan pengertian bersama. Pada dasarnya pada operasional perusahaan diskusi menjadi basic dari proses komunikasi guna menciptakan kesepahaman antara satu sama lain.

Intensitas interaksi yang terjadi antar sesama karyawan akan lebih terjalin baik itu dalam kegiatan khusus terlebih pada aspek operasional. Romli (2014) menjelaskan komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjalin antara sesama bawahan atau sesama atasan sebagai arus penerimaan informasi atau yang lainnya. Komunikasi horizontal yang terjalin baik sesama karyawan atau sesama pihak manajemen Auto2000 Cibiru terlihat dari intensitas satu sama lain baik itu dari kepentingan kerja ataupun secara personal.

Salah satu bentuk interaksi yang memungkinkan terjadi dalam operasional perusahaan antara pihak manajemen kepada karyawan yakni komunikasi vertikal. Moore (1998:158) menjelaskan komunikasi vertikal sebagai bentuk komunikasi dari pimpinan secara timbal balik berupa instruksi, penjelasan ataupun hal yang lain kepada bawahannya. Bentuk interaksi yang terjalin juga tidak hanya dalam kegiatan operasional, akan tetapi dalam berbagai kegiatan internal terlebih berkaitan dengan employee juga terjadi komunikasi vertikal.

Bentuk *physical engagement* lainnya yang terlihat dalam membangun hubungan sosial terjalin dalam lingkup karyawan dan manajemen Auto2000 Cibiru pada interaksi yang terjalin. Blumer (dalam Xiao, 2018:95) menjelaskan bahwa terdapat tiga prinsip dalam interaksi simbolik yakni pada pemaknaan, bahasa serta pikiran yang mengarah pada konsep diri dan bagaimana mereka bersosialisasi dalam suatu komunitas. Bentuk interaksi yang terjalin ini secara naluriah akan muncul ketika karyawan Auto2000 Cibiru berada dalam suatu kegiatan dan ada keterkaitan satu sama lain.

***Cognitive Engagement* Karyawan Auto2000 Cibiru pasca Program *Cultural* Melalui Kegiatan FIRST & ASA Commitment**

Keterlibatan karyawan Auto2000 Cibiru secara kognitif (*cognitive engagement*), dimana sisi pengetahuan karyawan juga berperan penting dalam pengimplementasian target atau capaian yang diberikan pada saat FIRST & ASA Commitment. Sisi kognitif dari karyawan tentunya memiliki peran yang krusial. Hal menegaskan bahwa peran karyawan secara kognitif krusial dalam menunjang operasional sebagai bentuk pengimplementasian target yang diberikan pada saat kegiatan cultural FIRST & ASA Commitment.

Cognitive engagement yang ada pada karyawan Auto2000 Cibiru sebagai upaya menjalankan target komitmen yang diimplementasikan pasca kegiatan FIRST & ASA Commitment. Keempat aspek sisi kognitif yang diuraikan di atas ini menjadi faktor yang berperan penting pada produktivitas dan efisiensi kinerja karyawan Auto2000 Cibiru. Konsentrasi, *memory*, berpikir logis dan serta adanya kegiatan pengembangan diri ini memaksimalkan karyawan berfungsi secara efektif, baik dalam konteks personal ataupun profesionalitas.

Hasil observasi peneliti mengenai sisi kognitif lain yang ada pada karyawan Auto2000 Cibiru yakni terletak pada aspek konsentrasi dan daya ingat. Pada operasionalnya, setiap departemen memiliki sistem aplikasi tersendiri dalam menjalankan kewajibannya. Sistem TDMS yang biasa digunakan oleh departemen administrasi, MRA, dan CRC. Sistem SAM biasa digunakan oleh para *sales*, *supervisor*, dan kepala cabang. Sistem *T-care* yang biasa digunakan oleh para service advisor untuk perawatan unit *aftersales*.

Kemampuan daya ingat karyawan Auto2000 Cibiru diperlukan untuk mengingat fitur, alur, dan teknis yang sesuai dengan proses penyelesaian pekerjaan. Peneliti juga melihat tingkat konsentrasi karyawan Auto2000 Cibiru dalam bekerja cukup tinggi, karena suasana di kantor sendiri tidak terlepas dari distraksi suara, pelanggan dan karyawan yang mengurus administratif. Banyak fitur – fitur dan teknis penggunaan sistem tersebut membutuhkan kemampuan konsentrasi dan daya ingat karyawan yang perlu diasah. Teknis – teknis dari banyak fitur yang harus diingat oleh karyawan bertujuan untuk memudahkan dan efisiensi pekerjaan yang dilakukan. Sistem TDMS ini digunakan pada kegiatan operasional Auto2000 Cibiru sebagai muara data administratif dari penjualan unit ataupun servis serta kuitansi yang tersimpan dalam sistem tersebut dengan fitur – fitur penunjang pekerjaan karyawan sesuai *job desk* masing – masing karyawan.

Konsentrasi menjadi bagian dari salah satu proses kognitif sebagai upaya memusatkan perhatian tanpa terganggu distraksi yang muncul. Menurut Slameto (2010) konsentrasi adalah pemusatan pikiran pada suatu hal dengan mengesampingkan hal lain yang tidak berhubungan. Pada dasarnya kemampuan

pemusatan pikiran terhadap suatu hal ada dalam diri setiap orang.

Aspek kognitif lain yang diperlukan karyawan dalam suatu organisasi yakni kemampuan mengingat (*memory*). Menurut Bruno (dalam Syah, 2004:72) memori atau ingatan merupakan proses mental yang didalamnya terdapat proses pengkodean, penyimpanan, dan pemanggilan kembali informasi dan pengetahuan yang terpusat dalam otak manusia. Pada dasarnya kemampuan mengingat ini menjadi kemampuan naluriah yang dimiliki dan perlu diasah oleh manusia.

Pada dasarnya setiap departemen memiliki tupoksi tugasnya masing – masing dan kemampuan daya ingat karyawan dan adaptasi sangat diperlukan dalam kegiatan operasional cabang. Adimiharja (1993:11) menjelaskan adaptasi merupakan upaya manusia untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan tertentu. Pada aspek ini ditekankan terhadap adaptasi karyawan Auto2000 dalam belajar, fokus dan mengingat teknis dan alur dari sistem atau website dalam menunjang kegiatan operasional memang sangat dibutuhkan.

Konsentrasi dan *memory* menjadi kemampuan yang harus dimiliki oleh karyawan Auto2000 Cibiru. Hal tersebut dibutuhkan karena di tengah tingginya *pressure* dan target yang harus dicapai per semesternya, tentunya membutuhkan tingkat konsentrasi yang tinggi dalam diri karyawan pada kegiatan operasional cabang. Sisi konsentrasi pada diri karyawan ini berjalan dengan semestinya yang didukung oleh profesionalitas masing-masing dalam mengesampingkan distraksi atau gangguan yang terjadi baik pada personal karyawan ataupun hambatan yang memang terjadi pada operasional Auto2000 Cibiru. Oerip dan Utomo (2000:264-265) menjelaskan sisi profesionalitas karyawan terlihat dari pekerjaannya yang memiliki standar teknis atau etika profesi. Karyawan Auto2000 Cibiru dituntut untuk senantiasa bersikap profesional ketika dalam menjalankan kewajiban dan tugasnya.

Menurut Ibu Pimarita sebagai salah satu informan mengatakan bahwa ada banyak sisi kognitif karyawan yang ditunjang melalui forum meeting, sosialisasi atau *training*. Untuk menambah sisi pengetahuan karyawan baik dari *Head Office* atau cabang telah melakukan beberapa kegiatan sebagai upaya mengoptimalkan sisi pengetahuan mengenai keterbaruan operasional ataupun informasi khusus untuk tiap karyawan per-departemennya.

Auto2000 Cabang Cibiru menjadi dealer cabang pertama yang mengadakan kegiatan *Toyota Business School* yang digagas oleh Bapak Romy Syaputra sebagai kepala Cabang. Program pelatihan dan motivasi ini menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh Auto2000 Cibiru dalam menambah pemahaman dan *insight* yang dimiliki karyawan dalam memberikan pelayanan

atau pada keberlangsungan operasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa Auto2000 Cibiru ikut andil dalam menunjang sisi pengetahuan karyawan Auto2000 Cibiru. Kegiatan *training* atau sosialisasi rutin dilakukan secara berkala untuk karyawan di berbagai departemen.

Berdasarkan temuan peneliti, diketahui bahwa Auto2000 Cibiru memiliki *concern* terhadap sisi kognitif yang dibuktikan dengan diselenggarakan beberapa pelatihan berupa *training* ataupun sosialisasi baik secara menyeluruh ataupun sesuai fungsi setiap departemen yang menjadi bagian dari cabang. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan Auto2000 ini dapat berupa teknis maupun non teknis ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berpikir, *problem solving*, pengambilan keputusan, hingga ke titik penemuan inovasi.

Aspek lain yang menunjang sisi kognitif karyawan Auto2000 Cibiru yakni *learning* (pembelajaran). Ainurrahman (2013: 36) menjelaskan bahwa *learning* ini sebagai kegiatan pembelajaran yang dimaknai sebagai interaksi individu dengan lingkungannya yang mencakup pengalaman, pengetahuan yang diperoleh. Ketiga aspek sebelumnya melibatkan kemampuan personal, akan tetapi pada aspek keempat terakhir ini perusahaan yang berperan memfasilitasi kegiatan yang dapat menambah sisi pengetahuan dan wawasan karyawan.

Kegiatan *Toyota Business School* ini menjadi salah satu kegiatan training yang dilakukan oleh Auto2000 Cibiru, dimana kepala cabang memberikan pembekalan kepada seluruh karyawan Auto2000 Cibiru mengenai *kodawari* (tata cara pelayanan) dan *omotenashi* (budaya keramahan) yang diadopsi dari budaya Jepang sebagai negeri asal Toyota. Training juga dilakukan secara berkala yang memerlukan partisipasi karyawan Auto2000 dari berbagai departemen baik itu administrasi, *sales* atau *service* terkait informasi atau upgrade teknis yang dirancang oleh *Head Office*

Sisi kognitif dari karyawan Auto2000 Cibiru diseimbangkan oleh daya berpikir secara logis dan pengalaman tersendiri dan tidak terlepas dari masa kerja mereka terjun terhadap bidang yang mereka tekuni. Penalaran logis karyawan disini berjalan dalam menemukan solusi dari manajemen krisis, complain dari customer yang berkaitan dengan kinerja serta evaluasi atau perbaikan dari kesalahan yang diperbuat. Sisi berpikir logis juga menunjang dari inovasi – inovasi dan kreativitas dari karyawan sebagai bentuk *kaizen* yang dilakukan sebagai upaya dalam menciptakan keterbaruan dari segi teknis ataupun non teknis.

Berpikir secara logis ini diperlukan pada setiap aspek kehidupan sebagai pendukung suatu tindakan.. Logika sering didefinisikan sebagai kecakapan nalar, serta berpikir dengan cepat (Jacob, 2007:3). Pada lingkup perusahaan penalaran logis ini menjadi kemampuan yang membantu dalam upaya *problem solving*

dengan menggunakan strategi dalam menyelesaikannya.

Uraian di atas menjadi dasar bagi karyawan Auto2000 Cibiru bahwa kemampuan berpikir logis ini sebagai penyeimbang ataupun pelengkap dari pengetahuan yang dimiliki. Pada realita yang ada sering dijumpai oleh karyawan Auto2000 Cibiru di berbagai departemen pelaksanaan alur dan teknis yang beragam dan tidak dapat diduga krisis dan dinamika yang akan terjadi kedepannya. Menurut Coombs (2007) manajemen krisis merupakan krisis komunikasi yang terjadi ketika organisasi mengalami situasi yang tidak terduga yang dapat berpotensi merusak reputasi dan hal krusial lainnya. Pada realitanya setiap operasional perusahaan akan dihadapkan pada situasi atau problem tertentu, logika dari karyawan sendiri dituntut jalan mencari solusi ataupun mencari cara tersendiri yang dapat memudahkan pekerjaannya.

Emotional Engagement Karyawan Auto2000 Cibiru pasca Program Cultural Melalui Kegiatan FIRST & ASA Commitment

Pada dasarnya dalam sebuah hubungan pasti akan ada keterlibatan atau keterkaitan satu sama lain. Emotional engagement ini mengarah pada koneksi emosional dan komitmen yang dirasakan karyawan terhadap pekerjaan, rekan kerja atau perusahaan. Aspek emosional ini menjadi aspek dasar dan krusial dalam membina hubungan yang baik antar karyawan ataupun dengan pihak manajemen serta menjalin aspek engaged yang lainnya. Membangun sense of belonging dalam lingkup perusahaan menjadi pelengkap dari kontribusi karyawan secara fisik dan pengimplementasian secara kognitif.

Aspek *emotional engagement* ini tidak terlepas dari pengaruh hubungan intra dan interpersonal karyawan Auto2000 Cibiru sendiri. Temuan di atas dapat peneliti dapat memahami tahapan dari *feel engaged with company* ini dimulai dari hal yang mendasar yakni *emotional engagement* yang ada dalam diri karyawan Auto2000 Cibiru. *Sense of belonging* ini salah satu aspek emosional berupa rangkulan, pengakuan, penghargaan kesejahteraan dan kenyamanan yang dibutuhkan oleh setiap karyawan. Sisi emosional selaras dengan point yang terdapat pada budaya kerja FIRST yakni *Respect for Others* yang berarti para karyawan untuk menanamkan rasa empati dan menghargai antara satu sama lain. Hal ini diperlukan untuk membangun lingkungan kerja yang positif, terbuka dan inklusif.

Sense of belonging menjadi sisi emosional yang perlu dibangun karyawan dan pihak manajerial Auto2000 Cibiru sebagai satu bagian yang saling berkaitan. Maslow (dalam Baumeister & Leary, 1995:497) menjelaskan bahwa *sense of belonging* adalah rasa penerimaan, dihargai, dilibatkan, didukung, serta perasaan bahwa individu merupakan bagian yang penting dalam aktivitas atau kehidupan.

Perlu adanya kesadaran karyawan Auto2000 Cibiru dalam membangun *sense of belonging* perlu dibangun baik itu kepada sesama atau manajerial cabang guna menumbuhkan sisi loyalitas dari karyawan.

Loyalitas menjadi keterlibatan emosional yang tidak dipaksakan kepada karyawan. Menurut Hasibuan (2017: 210) loyalitas kerja merupakan peran dan keberagaman individu di dalamnya dalam menggunakan pikiran dan waktunya untuk mencapai tujuan organisasi. Sikap loyalitas karyawan Auto2000 Cibiru sendiri berkaitan dengan komitmen dan dedikasi yang diberikan terhadap perusahaan.

Aspek keterlibatan emosional yang kedua yang dibangun oleh karyawan Auto2000 Cibiru yakni *sense of responsibility*. Sejauh ini karyawan Auto2000 Cibiru telah berupa menjalankan tugas dan kewajibannya dengan tanggung jawab penuh, tentunya menjadi pengimplementasian wewenang yang diberikan tentunya berdasar pada prosedur dan aturan yang berlaku. Narko (2007) menjelaskan prosedur sebagai serangkaian titik rutin yang diikuti dalam melaksanakan suatu wewenang. Prosedur ataupun SOP yang dibuat ini menjadi panduan bagi seluruh karyawan Auto2000 dari sisi teknis ataupun implementasi operasional.

Bentuk *sense of responsibility* ini membentuk komitmen yang dikerahkan oleh karyawan Auto2000 Cibiru tidak terbentuk hanya sekedar mentaati aturan saja, tentu ada *feel dan engagement* yang mereka bangun seiring berjalannya waktu. Menurut Luthans (2014) komitmen merupakan keinginan dan keyakinan menjadi bagian dalam suatu kelompok serta daya penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Wujud komitmen yang diberikan karyawan dapat berupa pengorbanan pikiran, tenaga, waktu dan semangat yang mereka kerahkan guna mencapai tujuan perusahaan dan hal tersebut menjadi tanggungjawab bersama baik itu bagi pihak karyawan ataupun manajemen Auto2000 Cibiru.

Sense of responsibility menjadi aspek yang perlu dijunjung tinggi oleh setiap karyawan. Azheri (2012: 86) menjelaskan responsibilitas adalah bentuk pertanggungjawaban atas suatu kewajiban termasuk keputusan, kemampuan, dan kecakapan. Pada realitanya setiap karyawan yang menjadi bagian dari Auto2000 Cibiru ini memiliki tugas dan tanggungjawab tersendiri yang harus dijalani dan diselesaikan.

Hasil observasi peneliti mengenai *emotional engagement* di samping sisi responsibilitas yang perlu dijunjung, sikap empati idealnya menjadi sikap yang perlu dimiliki dan dibangun pada setiap karyawan Auto2000 Cibiru. Pemenuhan kewajiban pribadi terhadap perusahaan memang harus ditunaikan, akan tetapi karyawan Auto2000 Cibiru harus menyadari ada orang lain yang berkaitan dengan aktivitas kinerja yang kita lakukan. Empati dalam diri karyawan juga

idealnya menjadi sikap yang patut dijunjung dan tidak semua karyawan Auto2000 Cibiru miliki pada implementasi dan operasional perusahaan.

Kesadaran bahwa pada realita kegiatan operasional perusahaan memerlukan kerja sama tim yang harus dijunjung. Empati berperan penting dalam membangun dan hubungan antar individu. Menurut Hurlock (dalam Asih, 2010:34) empati merupakan kemampuan untuk berbagi paham mengenai keadaan atau apa yang sedang dirasakan orang lain. Sikap empati pada karyawan Auto2000 Cibiru perlu dibangun, dimana para karyawan menyadari dan dapat memposisikan diri untuk membentuk sikap saling pengertian guna memudahkan atau membantu satu sama lain yang tentunya pada hasil kinerja, target capaian serta komitmen yang diberikan karyawan pada saat kegiatan FIRST & ASA *Commitment*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kegiatan FIRST & ASA ini menjadi kegiatan penguatan budaya, pelayanan, dan komitmen target yang diberikan karyawan Auto2000 Cibiru. Pada pelaksanaan ataupun pengimplementasian pasca FIRST & ASA *Commitment* perlu keterikatan yang perlu dibangun dalam hubungan antar sesama karyawan maupun dengan pihak manajemen. Konsep *Three Dimensions of Employee Engagement* yang digagas pertama kali oleh William A. Kahn ini menjadi acuan dalam melihat keterlibatan yang ada dalam karyawan Auto2000 Cabang Cibiru.

Pertama, aspek keterlibatan secara fisik (*physical engagement*) ini mengarah pada kontribusi dan interaksi langsung karyawan Auto2000 Cibiru dalam kegiatan FIRST & ASA *Commitment*. Wujud kontribusi yang diberikan yakni dengan kehadiran karyawan serta manajemen Auto2000 Cibiru. Interaksi karyawan pun terlihat dari karyawan Auto2000 Cibiru yang tidak segan dalam mengutarakan pendapat ataupun menyampaikan kritik, solusi ataupun saran serta sikap positif untuk memupuk semangat dalam menjalankan tanggung jawab masing-masing karyawan Auto2000 Cibiru.

Kedua, aspek keterlibatan secara kognitif (*cognitive engagement*) ini menekankan pada sisi pengetahuan, pola pikir dan pemahaman yang dimiliki oleh karyawan Auto2000 Cibiru. Keterlibatan ini terlihat pada pasca kegiatan atau pengimplementasian target komitmen yang diberikan pada saat kegiatan FIRST & ASA *Commitment*. Sisi kognitif yang terlihat dalam diri karyawan Auto2000 Cibiru yakni konsentrasi, kemampuan mengingat (*memory*) dalam menjalankan alur sistem aplikasi yang digunakan, kemampuan berpikir logis dalam menghadapi dinamika, serta pembelajaran berupa *training* atau sosialisasi

sebagai penunjang sisi kognitif karyawan Auto2000 Cabang Cibiru.

Ketiga, aspek keterlibatan secara emosional (*emotional engagement*) ini mengarah pada sisi emosional dan hubungan interpersonal karyawan Auto2000 Cibiru. Sisi emosional yang terlihat dalam lingkungan ataupun operasional Auto2000 Cibiru yakni *sense of responsibility* dalam menjalankan kewajiban, *sense of belonging* yang dibangun oleh karyawan dan manajemen, komitmen dan loyalitas, serta dedikasi yang ditunjukkan dan diberikan karyawan Auto2000 Cibiru dalam upaya mencapai tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimiharja, K. (1993). *Kebudayaan dan lingkungan*. Bandung: Ilham Jaya.
- Ahmad, S. (2020). The corporate culture and employees' performance: An overview. *Journal of Management and Science*, 10(3), 1–6.
- Ainurrahman. (2013). *Belajar dan pembelajaran*. Bandung: Alfabeta.
- Aldama, I. A., & Frinaldi, A. (2022). Budaya kerja dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di Kantor Nagari Padang Lua Kecamatan Banuhampu. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16773–16678.
- Andriani, M. (2018). Masyarakat dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kelurahan Karangpanimbal Kecamatan Purwaharja Kota Banjar. *Jurnal Academia Praja*, 1(2), 107–124.
- Aryani, N. N. (2021). Budaya kerja di Bank Daerah Khusus Ibu Kota (DKI) Jakarta. *Unigal Repository*, 9(1), 324–335.
- Asih, G. Y. (2010). Perilaku prososial ditinjau dari empati dan kematangan emosi. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, 1(1), 33–42.
- Atmadja, S. S. (2009). *Making the giant leap: How to unleash the extraordinary human potential*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suranto, A. W. (2011). *Komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azheri, B. (2012). *Corporate social responsibility*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–177.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hodijah, A. (2017). *Penerapan service engineering framework pada arsitektur*

- sistem berorientasi service. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 142–149.
- Jacob, C. (2007). *Logika informal: Pengembangan penalaran logis*. Hasil Penelitian Hibah Kompetitif UPI, 1–11.
- Kotter, J. P., & Heskett, J. L. (1998). *Corporate culture and performance* (B. Molan, Terj.). Jakarta: PT Prehalindo.
- Lavidya, V., Apriliana, P. S., & Hanum, K. Z. (2023). Peran budaya perusahaan dalam pembentukan citra perusahaan dan kinerja karyawan pada perusahaan multinasional. *Multidisciplinary Scientific Journal*, 1(1), 34–39.
- Luthans, F. (2014). *Manajemen internasional: Budaya, strategi, dan perilaku*. Jakarta: Salemba Empat.
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 3–30.
- Markwick, G. R. (2009). *Employee engagement: A review of current thinking*. UK: Institute for Employment Studies.
- Moore, H. F. (2005). *Humas membangun citra dengan komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mujib, A. (2022). The spirit of da'wah nafsiah in the corporate work culture of PT. Telkom Tbk. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(1), 173–194.
- Narko. (2007). *Sistem akuntansi* (Edisi 5). Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- Poerwopoespito, O. S., & Utomo, T. A. (2000). *Mengatasi krisis manusia di perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2014). *Perilaku organisasi (Organizational behavior)* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat.
- Romli, K. (2014). *Komunikasi organisasi lengkap*. Jakarta: PT Grasindo.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600–619.
- Sari, E. M., & Faddila, S. P. (2023). Implementasi budaya kerja 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke) di PT. XYZ Otomotif Karawang. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 194–209.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang memengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soerjono, S., & Djonaesih. (1997). *Istilah komunikasi*. Yogyakarta: Liberty.
- Sudjana, N. (2008). *Dasar-dasar proses belajar mengajar*. Bandung: Sinar Baru.
- Sunuantari, M. (2022). Penerapan budaya perusahaan dalam pembentukan citra perusahaan jasa perhotelan. *Journal Communication Spectrum*, 2(1), 43–63.
- Susanto, A. (2012). *Perkembangan anak usia dini*. Jakarta: Kencana.

- Sutrisno, E. (2010). Manajemen sumber daya manusia (Edisi pertama). Jakarta: Penerbit Kencana.
- Syah, M. (2004). Psikologi belajar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Xiao, A. (2018). Konsep interaksi sosial dalam komunikasi, teknologi, masyarakat. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(2), 94–99.