

## BAB V

### PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Spearman Rho* untuk menganalisis hubungan karena data dalam penelitian tidak terdistribusi secara normal. Hasil korelasi menggunakan *Spearman Rho* menunjukkan bahwa terdapat tujuh *values* yang memiliki hubungan positif signifikan dengan variabel *work engagement*, yaitu *power*, *achievement*, *hedonism*, *stimulation*, *universalism*, *benevolence* dan *tradition*, sedangkan tiga *values* yaitu *self-direction*, *conformity* dan *security* tidak memiliki hubungan positif terhadap variabel *work engagement*. Berikut penjelasan dari masing-masing hipotesis.

Hipotesis 1 menunjukkan ada hubungan sangat signifikan antara nilai *power* (kekuatan) dengan *work engagement* ( $r = 0,439$  dengan signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,05$ )). Orang yang memiliki nilai *power* dalam hidupnya memiliki tujuan yang ingin dicapai seperti status sosial, martabat, kontrol dan mendominasi pada orang-orang atau sumber-sumber. Perin (2003) mengatakan bahwa salah satu faktor pendorong *work engagement* yaitu wewenang dalam mengambil keputusan, sehingga semakin tinggi nilai *power* yang dihidupi seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat *work engagement* orang tersebut karena adanya motivasi untuk menjadi superior dan mendapatkan penghargaan sosial. Selain itu adanya keinginan dari dalam dirinya untuk mengatasi ancaman dengan mengendalikan hubungan dan sumber daya.

Tujuan motivasional utama tipe nilai ini adalah pencapaian status sosial dan prestise, serta kontrol dan dominasi atas orang lain atau sumber daya tertentu. Yang termasuk nilai khusus tipe ini adalah kekuasaan sosial, wewenang, kekayaan, penjagaan citra publik dan pengakuan sosial. Diketahui bahwa *value power* memiliki korelasi koefisien korelasi tertinggi kedua setelah *value hedonism* serta memberikan sumbangan relatif sebesar 19,27% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Hipotesis 2 menunjukkan ada hubungan positif sangat signifikan antara nilai *achievement* dengan *work engagement* ( $r = 0,414$  dengan signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,05$ )). Perin (2003) mengatakan bahwa salah satu faktor pendorong *work engagement* yaitu ketika pekerjaan yang dijalani oleh seseorang itu menantang. Ada hasrat untuk menyelesaikan tugas-tugas yang dianggap menantang dalam diri orang yang memiliki nilai *achievement*. Muncul kepuasan yang berorientasi kepada diri sendiri ketika mereka mampu mencapai level-level tertentu dalam pekerjaan mereka sehingga memiliki kesempatan yang terbuka lebar untuk berkarir merupakan salah satu faktor pendorong *work engagement* dalam diri orang tersebut. Kebutuhan akan rasa dihargai dalam pencapaian mereka membuat mereka termotivasi untuk melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sebaik mungkin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai

*achievement* yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi *work engagement* yang dimiliki oleh orang tersebut.

Robinson et al. (2004) menyebutkan bahwa faktor pendorong dari *engagement* seseorang adalah dimana apabila seseorang merasa dihargai dan dilibatkan. Penggerak *engagement* sendiri akan berbeda bagi setiap orang, dimana penggerak *engagement* bagi orang yang memiliki nilai *achievement* yaitu adanya pengakuan atas prestasi atau pencapaian yang ia miliki. Selain itu adanya kesempatan untuk mengembangkan pekerjaannya bisa menjadi salah satu faktor yang dianggap sebagai pencapaian bagi orang tersebut (Hewitt, 2008). Allen dan Meyer (1990) menyebutkan bahwa salah satu faktor pendorong *work engagement* yaitu *achievement orientation*, dimana orang yang memiliki nilai *achievement* berorientasi untuk selalu mendorong diri dalam siklus target, yaitu target kerja, mencapainya dan menetapkan target yang semakin menantang.

Tujuan motivasional utama dari tipe nilai ini adalah kesuksesan pribadi dengan menunjukkan kompetensi atau kecakapan yang dimiliki. Kompetensi ini dinilai dan dievaluasi berdasarkan sistem sosial atau sistem organisasi dimana individu yang bersangkutan tinggal. Diketahui bahwa *value achievement* memiliki korelasi koefisien korelasi tertinggi ketiga setelah *value hedonism* dan *power* serta memberikan sumbangan relatif sebesar 17.14% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Hipotesis 3 menunjukkan ada hubungan positif sangat signifikan antara nilai *hedonism* dengan *work engagement* ( $r_{xy} = 0,483$  dengan signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,05$ )). Schwartz (2012) mengatakan terdapat sebuah keinginan untuk gairah yang menyenangkan secara afektif ketika orang yang memiliki nilai *hedonism* mengerjakan pekerjaannya. Tujuan mereka yaitu kepuasan yang berorientasi terhadap diri sendiri. Sehingga ketika mereka menikmati apa yang mereka kerjakan, tingkat *work engagement* mereka pun meningkat. Hal ini berarti semakin tinggi nilai *hedonism* yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi *work engagement* yang dimiliki oleh orang tersebut.

Tujuan motivasional utama dari tipe nilai ini adalah kesenangan dan kepuasan sensual untuk diri sendiri. Tipe ini adalah bersumber dari kebutuhan-kebutuhan fisik dan beragam kesenangan berasosiasi dengan kebutuhan-kebutuhan tersebut. Diketahui bahwa *value hedonism* merupakan *value* dengan koefisien korelasi tertinggi serta memberikan sumbangan relatif sebesar 23.33% kepada *work engagement* dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Hipotesis 4 menunjukkan ada hubungan positif sangat signifikan antara nilai *stimulation* dengan *work engagement* ( $r_{xy} = 0,326$  dengan signifikansi  $0,010$  ( $p < 0,05$ )). Perin (2003) mengungkapkan bahwa salah satu faktor pendorong *work engagement* yaitu pekerjaan yang menantang. Orang dengan nilai *stimulation* memiliki minat yang dalam terhadap hal-hal baru

dan cenderung bergairah untuk dapat menghadapi tantangan-tantangan dalam pekerjaannya. Hal ini berarti semakin tinggi nilai *stimulation* yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi *work engagement* yang dimiliki oleh orang tersebut.

Allen dan Meyer (1990) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi *work engagement* yaitu *adaptability* dimana adanya keterbukaan terhadap ide-ide baru, kesiapan memodifikasi respon kerja pada saat menghadapi perubahan. Hal-hal seperti ini justru meningkatkan *work engagement* bagi mereka yang memiliki prinsip kehidupan *stimulation* karena memang pada dasarnya mereka adalah orang-orang yang menyukai perubahan-perubahan yang menantang.

Tujuan motivasional utama tipe nilai ini adalah menjaga agar aktivitas hidup individu tetap berlangsung pada tingkat optimal, seperti keberanian, variasi, kegembiraan, kebaruan, dan tantangan dalam hidup. Diketahui bahwa *value stimulation* memberikan sumbangan relatif sebesar 10.63% terhadap variabel *work engagement*, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Hipotesis 6 menunjukkan ada hubungan positif sangat signifikan antara nilai *universalism* dengan *work engagement* ( $r_{xy} = 0,304$  dengan signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,05$ )). Perin (2003) mengatakan bahwa salah satu faktor pendorong *work engagement* dalam diri seseorang yaitu ketika seseorang memiliki kesempatan untuk memberikan pendapat pada saat



pengambilan. Orang dengan nilai *universalism* memiliki sebuah pendapat sendiri namun disisi lain tetap merasa nyaman dengan keberagaman. Mereka merasa senang ketika bisa menolong meningkatkan orang lain karena tujuan yang ingin mereka capai yaitu kesejahteraan semua manusia dan alam. Hal ini berarti semakin tinggi nilai *universalism* yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi *work engagement* yang dimiliki oleh orang tersebut.

Tujuan motivasional utama dari nilai tipe ini adalah pemahaman, apresiasi, toleransi, dan perlindungan terhadap kesejahteraan semua umat manusia dan kelestarian alam. Yang termasuk nilai khusus dari tipe ini adalah berwawasan luas, keadilan sosial, kesetaraan, kebijaksanaan, dan suasana damai. . Diketahui bahwa *value universalism* memberikan sumbangan relatif sebesar 9.24% terhadap variabel *work engagement*, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Hipotesis 7 menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara nilai *benevolence* dengan *work engagement* ( $r_{xy} = 0,157$  dengan signifikansi  $0,035$  ( $p < 0,05$ )). Schwartz (2012) mengatakan bahwa orang yang memiliki nilai *benevolence* memiliki pengabdian yang tinggi terhadap suatu kelompok sehingga tidak heran jika mereka akan mengabdikan dengan sungguh-sungguh termasuk terhadap pekerjaan yang mereka emban. Selain itu, mereka pun memiliki perilaku normatif yang mendorong relasi

yang dekat dengan individu lainnya. Mereka memiliki hasrat untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain. Hal ini berarti semakin tinggi nilai *benevolence* yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi *work engagement* yang dimiliki oleh orang tersebut.

Allen dan Meyer (1990) menyebutkan bahwa salah satu faktor pendorong *work engagement* yaitu *positive disposition*, dimana orang yang memiliki nilai *benevolence* cenderung untuk menunjukkan keramahan kepada orang yang dihadapi dan rekan kerja, serta berkeinginan untuk menolong orang lain untuk mencapai target kerja mereka. Mereka mengalami kepuasan tersendiri ketika mampu menolong orang lain dengan kemampuan mereka.

Tujuan motivasional utama dari tipe ini adalah menjaga dan meningkatkan kesejahteraan hidup orang lain yang selalu atau sering menjadi partner dalam interaksi sosial sehari-hari. Yang termasuk nilai khusus dari tipe nilai ini adalah kemanfaatan, kejujuran, pemaaf, bertanggungjawab, kesetiaan, persahabatan, dan kedewasaan. Diketahui bahwa *value benevolence* memberikan sumbangan relatif sebesar 2.46% terhadap variabel *work engagement*, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Hipotesis 8 menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara nilai *tradition* dengan *work engagement* ( $r_{x1y} = 0,175$  dengan signifikansi  $0,022$  ( $p < 0,05$ )). Hal ini berarti semakin tinggi nilai *tradition* yang dimiliki oleh

seseorang, maka semakin tinggi *work engagement* yang dimiliki oleh orang tersebut.

Tujuan motivasional utama dari tipe nilai ini adalah penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi, adat-istiadat, atau agama, dan nilai-nilai budaya lainnya yang dianut dan dimiliki yang termasuk nilai khusus dari tipe nilai ini adalah rendah hati, patuh dan menghargai tradisi. Diketahui bahwa *value tradition* memberikan sumbangan relatif sebesar 2.46% terhadap variabel *work engagement*, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya (hasil penghitungan sumbangan relatif secara lengkap dapat dilihat pada lampiran sumbangan relatif).

Selanjutnya terdapat tiga *values* yaitu *self-direction*, *conformity* dan *security* tidak memiliki hubungan positif terhadap variabel *work engagement*. Pertama, yaitu pada pengujian hipotesis 5 menunjukkan tidak ada hubungan antara nilai *self-direction* dengan *work engagement* ( $r_{x1y} = 0,058$  dengan signifikansi  $0,254$  ( $p > 0,05$ )). Sesuai dengan namanya, maka nilai ini menggambarkan tentang perilaku yang tidak terikat, menekankan pada kontrol atau kekuasaan, mandiri dan tidak tergantung pada orang lain (Schwartz, 2006).

Kedua, pengujian hipotesis 9 menunjukkan tidak ada hubungan antara nilai *conformity* dengan *work engagement* ( $r_{x1y} = 0,054$  dengan signifikansi  $0,269$  ( $p > 0,05$ )). *Conformity* merupakan nilai yang menggambarkan tentang kebutuhan individu untuk menjaga keseimbangan fungsi sosial,



mengurangi perpecahan sosial, dan menjaga kehidupan berkelompok (Schwartz, 2006).

Ketiga, pengujian hipotesis 10 menunjukkan tidak ada hubungan antara nilai *security* dengan *work engagement* ( $r_{xy} = 0,138$  dengan signifikansi  $0,054$  ( $p > 0,05$ )). *Security* menekankan pada kebutuhan akan rasa aman, keharmonisan, dan stabilitas masyarakat.

Selanjutnya yaitu hasil uji beda dengan menggunakan t-Test pada pengujian hipotesis 12 menunjukkan terdapat perbedaan *work engagement* pada guru yang telah berstatus bersertifikasi dengan guru yang belum bersertifikasi di Sekolah Dasar Negeri Kecamatan Jabiren Raya. ( $t_{hitung} = 1,105 > t_{tabel} 1,65666$  dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ ).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aditya dan Adiputra (2015), dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata skor *work engagement* pada guru yang bersertifikasi dengan guru yang belum bersertifikasi. Guru bersertifikasi memiliki skor *work engagement* lebih tinggi daripada guru yang belum bersertifikasi. Pemberian pengakuan dan penghargaan oleh pemerintah kepada guru, yaitu dengan berupa sertifikasi dapat menjadikan guru lebih *engaged* dengan pekerjaannya. Adanya tunjangan hidup di hari tua serta imbalan yang lebih tinggi untuk menjaga kualitas kehidupannya memengaruhi guru *engaged* dengan pekerjaannya.

Berbeda dengan hasil uji beda sebelumnya, pengujian hipotesis 11 menunjukkan tidak terdapat perbedaan *work engagement* pada guru laki-

laki dan perempuan di Sekolah Dasar Negeri Kecamatan Jabiren Raya ( $t$  hitung =  $-0,567 < t$  tabel  $1,65666$  dengan nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ ). Lebih spesifik, Xanthopoulou, Bakker, Demerouti dan Schaufeli (2012) menemukan variabel demografi seperti jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan tidak berhubungan dengan *work engagement*.

Temuan Tshilongamulenzhe dan Takawira (2015) juga menunjukkan tidak ada perbedaan *work engagement* yang signifikan secara statistik di antara karyawan laki-laki dan perempuan. Hasil penelitian serupa juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Reissová, Šimsová dan Hášová (2017), dimana penelitian yang melibatkan sampel 315 karyawan ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan *work engagement* yang signifikan secara statistik jika ditinjau dari jenis kelamin.

Selain pengujian hipotesis, peneliti juga memperdalam analisis dengan melakukan uji tambahan yang berkaitan dengan variabel *personal values* dimana peneliti melakukan analisis faktor terhadap sepuluh *values* yang ada. Berdasarkan hasil analisis faktor yang dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa *values-values* yang ada terbagi menjadi dua kelompok faktor.

Kelompok faktor yang pertama terdiri dari enam *values* yaitu *benevolence, tradition, conformity, security, universalism* dan *self direction*. Sedangkan kelompok faktor yang kedua terdiri dari empat *values* yaitu *hedonism, stimulation, achievement* dan *power*.

Hal ini sejalan dengan pembagian dimensi nilai yang dilakukan oleh Schwartz dalam penelitiannya di tahun 1992, 1994 dan 2006 dimana ia

mengatakan bahwa nilai dalam diri manusia tersusun, tertata, dan terintegrasi sebagai satu kesatuan utuh yang terdiri dari empat dimensi dan sepuluh tipe atau kelompok nilai. Empat dimensi dan sepuluh tipe atau kelompok nilai ini tergambarkan dalam suatu garis kontinum yang menghubungkan antar motivasi. Garis kontinum ini membentuk suatu struktur melingkar yang menempatkan beragam tipe atau kelompok nilai berbeda, antar dimensi dan tipe nilai bisa saling berlawanan atau sebaliknya saling bersesuaian, tergantung pada kedekatan dari masing-masing dimensi atau tipe nilai tersebut.

Keempat dimensi nilai itu adalah sebagai berikut:

1. Dimensi *open to change*, terdiri dari tipe atau domain nilai *self-direction*, *stimulation*, dan *hedonism*.
2. Dimensi *conservation*, terdiri dari tipe atau domain nilai *security*, *tradition* dan *conformity*.
3. Dimensi *self-transcendence*, terdiri dari tipe atau domain nilai *benevolence* dan *universalism*.
4. Dimensi *self-enhancement*, terdiri dari tipe atau domain nilai *power*, *achievement*, dan *hedonism*.

Hubungan yang bersifat *opposed* (saling berlawanan) terjadi antara dimensi nilai *open to change* dengan *conservation*, dan antara dimensi *self-enhancement* dan *self-transcendence*. Kemudian, jika dikaitkan dengan hasil analisis faktor yang dilakukan, kedua kelompok faktor pun nilai-nilainya

terbagi dan berbanding lurus dengan pembagian dimensi yang berlawanan yang dirumuskan oleh Schwartz.

Penelitian ini dilakukan dengan sebaik mungkin, akan tetapi masih terdapat keterbatasan sehingga perlu adanya perbaikan lebih lanjut. Kelemahan penelitian ini adalah data penelitian diambil dengan menggunakan skala tidak ada keterlibatan secara langsung dari peneliti terhadap aktivitas keseharian pada guru serta tidak ada analisa deskriptif yang mendalam melalui wawancara pada masing-masing partisipan, sehingga adanya keterbatasan dalam penyimpulan data yang diperoleh. Selain itu, alat ukur yang digunakan merupakan alat ukur adaptasi yang sebelumnya tidak digunakan atau ditujukan kepada responden yang berprofesi sebagai guru, sehingga kemungkinan maksud dan tujuan dari pernyataan tidak tersampaikan secara sempurna.

