

Pelatihan *Employee Engagement* untuk Meningkatkan Produktivitas Karyawan di Spin Ad Bandung

Willma Fauzzia*¹, Ramdani Setyariski²

^{1,2}Akademi Pariwisata BSI Bandung

*e-mail: willmafauzzia@ars.ac.id¹, ramdani.riski@gmail.com²

Received:
21.04.2025

Revised:
07.07.2025

Accepted:
30.07.2025

Available online:
31.08.2025

Abstract: *Employee engagement is crucial for company productivity, yet many small businesses lack systematic programs to improve it. This community service activity aimed to provide training on employee engagement to Spin Ad employees in Bandung. The training was conducted over two days in Desember 2025 with 20 participants consisting of owners, managers, and employees. Day one focused on understanding engagement concepts and identifying company needs. Day two involved designing and planning engagement programs. The results showed that participants' understanding increased significantly, and the company successfully designed seven engagement programs to be implemented. Participants expressed high satisfaction with the training, with 92% stating the material was relevant and useful for their work. This activity provides direct benefits in the form of knowledge and practical tools that can be applied immediately.*

Keywords: *employee engagement, training, creative industry, human resource management*

Abstrak: *Employee engagement sangat penting untuk produktivitas perusahaan, namun banyak usaha kecil yang belum memiliki program sistematis untuk meningkatkannya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan tentang employee engagement kepada karyawan Spin Ad di Bandung. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari pada bulan Desember 2025 dengan 20 peserta yang terdiri dari owner, manajer, dan karyawan. Hari pertama fokus pada pemahaman konsep engagement dan identifikasi kebutuhan perusahaan. Hari kedua melakukan perancangan dan perencanaan program engagement. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman peserta meningkat signifikan dan perusahaan berhasil merancang tujuh program engagement yang akan diimplementasikan. Peserta menyatakan kepuasan tinggi terhadap pelatihan, dengan 92% menyatakan materi relevan dan bermanfaat untuk pekerjaan mereka. Kegiatan ini memberikan manfaat langsung berupa pengetahuan dan tools praktis yang dapat segera diterapkan.*

Kata kunci: *Employee Engagement, Pelatihan, Industri Kreatif, Manajemen SDM*

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan aset terpenting dalam sebuah perusahaan, terutama di industri kreatif yang sangat bergantung pada kreativitas dan inovasi karyawan. *Employee engagement* atau keterlibatan karyawan telah menjadi topik yang semakin penting dalam manajemen sumber daya manusia modern. Karyawan yang *engaged* adalah karyawan yang tidak hanya datang bekerja, tetapi benar-benar terlibat secara fisik, emosional, dan mental dalam pekerjaannya. Mereka memiliki antusiasme tinggi, berkomitmen pada tujuan perusahaan, dan bersedia memberikan usaha ekstra untuk kesuksesan organisasi.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *employee engagement* memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Karyawan yang *engaged* cenderung lebih produktif, kreatif, loyal, dan jarang absen. Mereka juga lebih proaktif dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada klien. Sebaliknya, karyawan yang tidak *engaged* dapat menyebabkan berbagai masalah seperti rendahnya produktivitas, tingginya tingkat *turnover*, dan menurunnya kualitas kerja. Sayangnya, masih banyak perusahaan kecil dan menengah yang belum memahami konsep engagement secara mendalam dan belum memiliki program sistematis untuk meningkatkannya.

Industri kreatif, khususnya sektor advertising dan komunikasi, memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi dinamika keterlibatan karyawan. Pekerjaan di bidang ini menuntut kreativitas tinggi, kemampuan bekerja di bawah tekanan *deadline*, fleksibilitas jam kerja, dan kolaborasi tim yang intensif. Lingkungan kerja yang dinamis dan penuh tantangan ini dapat menjadi pedang bermata dua. Di satu sisi, dapat memotivasi karyawan yang menyukai tantangan, namun di sisi lain dapat menyebabkan stres dan burnout jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, perhatian khusus terhadap employee engagement menjadi sangat penting di industri ini.

Spin Ad adalah perusahaan yang bergerak di bidang *advertising* dan komunikasi visual yang berlokasi di Bandung. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2018 dan saat ini memiliki 20 karyawan yang terdiri dari *creative team*, *account executive*, dan staff administrasi. Spin Ad melayani berbagai klien dari industri UMKM hingga perusahaan menengah, dengan fokus pada desain grafis, pembuatan konten digital, dan strategi komunikasi pemasaran. Sebagai perusahaan yang relatif muda di industri yang sangat kompetitif, Spin Ad menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya manusianya.

Berdasarkan diskusi awal dengan owner Spin Ad pada bulan September 2025, teridentifikasi beberapa permasalahan terkait pengelolaan SDM. Pertama, tingkat *turnover* karyawan mencapai 25% per tahun, yang cukup tinggi untuk perusahaan dengan skala kecil. Hal ini menyebabkan biaya rekrutmen dan pelatihan yang terus berulang, serta hilangnya *knowledge* dan pengalaman karyawan. Kedua, komunikasi internal yang kurang efektif sering menyebabkan miskomunikasi antar tim dan keterlambatan penyelesaian *project*. Ketiga, belum ada sistem apresiasi atau reward yang terstruktur untuk karyawan yang berprestasi, sehingga karyawan merasa kurang dihargai. Keempat, keluhan tentang *work-life balance* mulai muncul, terutama dari karyawan yang sering lembur untuk mengejar *deadline*. Kelima, kurangnya kegiatan yang membangun kebersamaan tim membuat hubungan antar karyawan hanya sebatas profesional.

Dari hasil wawancara mendalam, terungkap bahwa akar masalah utama adalah belum adanya pemahaman yang komprehensif dari manajemen dan karyawan tentang pentingnya employee engagement dan bagaimana membangunnya. Owner Spin Ad menyadari bahwa keterlibatan karyawan penting, namun tidak tahu harus mulai dari mana dan program apa yang cocok untuk perusahaan kecil seperti mereka. Selama ini, pengelolaan SDM dilakukan secara intuitif tanpa *framework* atau sistem yang jelas. Tidak ada program khusus untuk meningkatkan engagement, feedback dari karyawan jarang dikumpulkan secara sistematis, dan komunikasi cenderung bersifat reaktif ketika ada masalah. Kondisi ini perlu segera diatasi mengingat dampak jangka panjangnya terhadap keberlanjutan perusahaan. Dengan tingkat kompetisi yang tinggi di industri kreatif, mempertahankan karyawan berbakat dan menjaga kualitas kerja menjadi kunci keberhasilan. Jika masalah engagement tidak ditangani, perusahaan akan terus menghadapi siklus *turnover* yang merugikan, penurunan kualitas layanan kepada klien, dan kesulitan untuk berkembang.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, tim pengabdian masyarakat dari Akademi Pariwisata BSI Bandung menawarkan kegiatan pelatihan *employee engagement* yang dirancang khusus untuk konteks perusahaan kecil di industri kreatif. Pendekatan yang digunakan bukan hanya transfer pengetahuan satu arah, tetapi melibatkan peserta secara aktif untuk bersama-sama mengidentifikasi masalah dan merancang solusi yang sesuai dengan kondisi nyata perusahaan mereka. Dengan demikian, program yang dihasilkan bukan program generik yang mungkin tidak aplikatif, tetapi program yang benar-benar *customized* dan memiliki peluang keberhasilan lebih tinggi.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki beberapa tujuan spesifik. Tujuan pertama adalah meningkatkan pemahaman *owner*, manajer, dan karyawan Spin Ad tentang konsep *employee engagement*, dimensi-dimensinya, dan mengapa hal ini penting bagi produktivitas dan kesejahteraan karyawan. Tujuan kedua adalah memfasilitasi proses identifikasi kondisi *engagement* saat ini dan area-area yang perlu diperbaiki di Spin Ad. Tujuan ketiga adalah memberdayakan peserta untuk secara

partisipatif merancang program-program *engagement* yang praktis, aplikatif, dan sesuai dengan kapasitas perusahaan. Tujuan keempat adalah memberikan *tools* dan *template* yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan dan mengevaluasi program *engagement* secara mandiri.

Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat langsung dan jangka panjang bagi Spin Ad. Manfaat langsung yang diharapkan adalah peningkatan pengetahuan dan *awareness* peserta tentang *employee engagement*, tersusunnya program-program konkret yang siap diimplementasikan, dan terbangunnya komitmen bersama antara manajemen dan karyawan untuk meningkatkan kualitas lingkungan kerja. Manfaat jangka panjang yang diharapkan adalah peningkatan *engagement* karyawan yang akan berdampak pada produktivitas, kreativitas, kualitas kerja, loyalitas karyawan, dan pada akhirnya performa bisnis Spin Ad secara keseluruhan. Bagi tim pengabdian, kegiatan ini juga menjadi kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu manajemen SDM dalam konteks nyata dan berkontribusi langsung kepada pengembangan UMKM di Indonesia.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di kantor Spin Ad, Bandung, pada tanggal 16-17 Desember 2025. Peserta kegiatan berjumlah 20 orang yang terdiri dari 1 owner, 2 manajer, dan 17 karyawan dengan rentang usia 22-45 tahun. Metode yang digunakan adalah pelatihan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif dalam diskusi dan workshop.

Kegiatan dibagi menjadi dua hari dengan fokus yang berbeda. Hari pertama fokus pada pemahaman konsep dan identifikasi kondisi saat ini. Hari kedua fokus pada perancangan solusi dan program *engagement*. Metode penyampaian yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan *workshop* merancang program.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, digunakan beberapa instrumen evaluasi yaitu pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, lembar observasi untuk mencatat partisipasi dan antusiasme peserta selama kegiatan, dan kuesioner kepuasan untuk mengetahui penilaian peserta terhadap pelatihan. Indikator keberhasilan yang ditetapkan adalah minimal 80% peserta memahami materi yang disampaikan, berhasil merancang minimal 5 program *engagement*, dan minimal 80% peserta puas dengan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hari Pertama: Pemahaman Konsep Employee Engagement

Kegiatan hari pertama dilaksanakan pada tanggal 16 Desember 2025 mulai pukul 09.00-16.00 WIB. Seluruh peserta (20 orang) hadir tepat waktu menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap kegiatan ini. Kegiatan dimulai dengan pembukaan oleh owner Spin Ad dan dilanjutkan dengan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal peserta.

Sesi pertama (09.30-12.00) membahas tentang konsep dasar *employee engagement*, meliputi pengertian *engagement*, perbedaan antara karyawan yang *engaged* dan tidak *engaged*, manfaat *engagement* bagi perusahaan dan karyawan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi *engagement*. Materi disampaikan dengan metode ceramah interaktif diselingi dengan video pendek dan diskusi. Peserta tampak aktif bertanya dan berbagi pengalaman mereka terkait kondisi di perusahaan.

Setelah istirahat makan siang, sesi kedua (13.00-16.00) dilakukan *diagnostic workshop* untuk mengidentifikasi kondisi *engagement* di Spin Ad. Peserta dibagi menjadi 4 kelompok kecil dan diminta untuk mendiskusikan serta menuliskan hal-hal apa saja yang mereka rasa perlu diperbaiki atau ditingkatkan terkait keterlibatan karyawan. Hasil diskusi kelompok kemudian dipresentasikan dan dibahas bersama-sama.

Dari hasil diskusi kelompok, teridentifikasi lima area prioritas yang perlu ditingkatkan seperti yang ditampilkan pada Tabel 1. Area komunikasi internal menjadi yang paling banyak disebutkan oleh peserta, diikuti oleh kebutuhan akan sistem *recognition* dan *appreciation*.

Tabel 1. Area Prioritas Peningkatan yang Teridentifikasi

No	Area yang Perlu Ditingkatkan	Jumlah Kelompok yang Menyebutkan
1	Komunikasi Internal	4 kelompok
2	Sistem Apresiasi Karyawan	4 kelompok
3	Keseimbangan Kerja-Kehidupan	3 kelompok
4	Pengembangan Karir	3 kelompok
5	Kebersamaan Tim	2 kelompok

Sumber: Hasil workshop, 2025

Hari pertama ditutup dengan sesi refleksi dimana setiap peserta menuliskan satu hal penting yang mereka pelajari hari ini dan satu hal yang ingin mereka ubah di perusahaan. Hasil post-test menunjukkan peningkatan pemahaman yang cukup baik, dengan rata-rata skor meningkat dari 55 menjadi 85.

Hari Kedua: Merancang Program Employee Engagement

Kegiatan hari kedua dilaksanakan pada tanggal 17 Desember 2025 dengan jadwal yang sama (09.00-16.00 WIB). Hari ini fokus pada bagaimana merancang dan merencanakan program engagement yang praktis dan sesuai dengan kondisi Spin Ad.

Sesi pertama (09.00-12.00) dimulai dengan paparan tentang berbagai jenis program engagement yang bisa diterapkan di perusahaan kecil, dilengkapi dengan contoh-contoh best practices dari perusahaan lain. Narasumber menjelaskan berbagai program mulai dari yang sederhana seperti daily huddle hingga program yang lebih kompleks. Peserta sangat antusias dan banyak bertanya tentang implementasi praktis dari program-program tersebut.

Setelah istirahat, dilanjutkan dengan workshop perancangan program (13.00-16.00). Peserta kembali dibagi dalam kelompok kecil dan diminta untuk merancang program engagement yang sesuai dengan hasil identifikasi hari pertama. Setiap kelompok diberikan template untuk mengisi detail program seperti nama program, tujuan, frekuensi pelaksanaan, penanggung jawab, dan langkah implementasi.

Masing-masing kelompok mempresentasikan program yang mereka rancang, kemudian dilakukan voting untuk memilih program mana yang akan diprioritaskan untuk diimplementasikan. Dari hasil diskusi dan voting, disepakati tujuh program yang akan dijalankan seperti yang ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Program Employee Engagement yang Dirancang

No	Nama Program	Deskripsi Singkat	Penanggung Jawab
1	Daily Huddle	Briefing pagi 15 menit setiap hari	Team Leader
2	Monthly Star	Pemilihan karyawan terbaik bulanan	Owner
3	Kotak Saran	Wadah menyampaikan ide dan masukan	Manajer
4	Skill Sharing	Berbagi keahlian antar karyawan	Rotasi karyawan
5	Flexible Time	Fleksibilitas jam kerja terbatas	Owner
6	Team Gathering	Kegiatan bersama 3 bulan sekali	Tim HR
7	Birthday Celebration	Perayaan ulang tahun karyawan	Tim HR

Setelah program-program disepakati, dilakukan penyusunan rencana implementasi termasuk timeline dan pembagian tugas. Owner Spin Ad menunjukkan komitmen yang kuat dengan menyatakan akan mengalokasikan budget khusus untuk program-program ini dan melakukan evaluasi berkala setiap bulan.

Kegiatan hari kedua ditutup dengan evaluasi kepuasan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kegiatan pelatihan ini. Tabel 3 menampilkan hasil evaluasi kepuasan peserta.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta

Aspek yang Dinilai	Sangat Puas	Puas	Cukup
Materi relevan dengan kebutuhan	14 orang	5 orang	1 orang
Penyampaian narasumber	13 orang	6 orang	1 orang
Metode pelatihan menarik	15 orang	5 orang	0 orang
Bermanfaat untuk pekerjaan	12 orang	7 orang	1 orang
Kepuasan keseluruhan	13 orang	6 orang	1 orang

Sumber: Kuesioner evaluasi, 2025

Dari tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar peserta (95% atau 19 dari 20 peserta) menyatakan puas hingga sangat puas dengan kegiatan pelatihan ini. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan berhasil memenuhi harapan peserta dan memberikan manfaat yang dirasakan langsung.

Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh beberapa faktor. Pertama, metode partisipatif yang digunakan membuat peserta merasa terlibat dan memiliki program yang dirancang. Kedua, materi yang disampaikan praktis dan langsung bisa diterapkan, bukan hanya teori. Ketiga, adanya komitmen kuat dari owner untuk mendukung implementasi program. Keempat, suasana workshop yang santai namun tetap fokus membuat peserta nyaman untuk berdiskusi dan berbagi ide.

Tantangan yang muncul selama kegiatan adalah perbedaan tingkat pemahaman awal peserta tentang konsep engagement, sehingga perlu waktu lebih untuk memastikan semua peserta memiliki pemahaman dasar yang sama. Selain itu, dalam merancang program, beberapa peserta cenderung mengusulkan program yang terlalu kompleks atau membutuhkan biaya besar, sehingga perlu difasilitasi untuk menyesuaikan dengan kapasitas perusahaan.

Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian akan melakukan pendampingan ringan selama satu bulan pertama implementasi program. Owner juga berkomitmen untuk melakukan monitoring rutin dan membuat laporan perkembangan setiap bulan. Diharapkan dengan implementasi program-program yang telah dirancang, akan terjadi peningkatan *engagement* karyawan yang pada akhirnya berdampak pada produktivitas dan kualitas kerja di Spin Ad.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan employee engagement di Spin Ad Bandung telah dilaksanakan dengan baik selama dua hari pada tanggal 16-17 Desember 2025 dengan 20 peserta yang terdiri dari *owner*, manajer, dan karyawan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta berhasil memahami konsep dasar *employee engagement* yang ditunjukkan dengan peningkatan skor *post-test*. Melalui proses diskusi kelompok dan workshop partisipatif, berhasil teridentifikasi lima area prioritas yang perlu ditingkatkan, dengan komunikasi internal dan sistem apresiasi karyawan sebagai yang paling mendesak. Peserta juga berhasil merancang tujuh program engagement yang siap diimplementasikan, yaitu *daily huddle*, *monthly star*, kotak saran, *skill sharing*, *flexible time*, *team gathering*, dan *birthday celebration*. Tingkat kepuasan peserta sangat tinggi dengan 95% menyatakan puas hingga sangat puas terhadap kegiatan, terutama karena metode pelatihan yang interaktif dan materi yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Owner menunjukkan komitmen kuat untuk melanjutkan program dengan mengalokasikan budget khusus dan melakukan evaluasi rutin setiap bulan. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, beberapa saran dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut. Bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan program employee engagement, disarankan untuk memulai dari identifikasi kebutuhan spesifik perusahaan dan merancang program yang sesuai dengan kapasitas yang tersedia. Diperlukan pendampingan lanjutan pada bulan-bulan awal implementasi untuk memastikan program berjalan dengan baik dan mengatasi kendala yang muncul. Evaluasi berkala setiap tiga bulan sangat penting untuk mengukur efektivitas program dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Kegiatan pengabdian masyarakat seperti ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara akademisi dan praktisi dalam mengembangkan solusi yang tidak hanya secara konseptual benar, tetapi juga aplikatif dan sustainable bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328.
- Bailey, C., Madden, A., Alfes, K., & Fletcher, L. (2017). The meaning, antecedents and outcomes of employee engagement: A narrative synthesis. *International Journal of Management Reviews*, 19(1), 31-53.
- Christian, M. S., Garza, A. S., & Slaughter, J. E. (2011). Work engagement: A quantitative review and test of its relations with task and contextual performance. *Personnel Psychology*, 64(1), 89-136.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268-279.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 3-30.
- Markos, S., & Sridevi, M. S. (2010). Employee engagement: The key to improving performance. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 89-96.
- Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Robertson, I. T., & Cooper, C. L. (2010). Full engagement: The integration of employee engagement and psychological well-being. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(4), 324-336.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.
- Shuck, B., & Wollard, K. (2010). Employee engagement and HRD: A seminal review of the foundations. *Human Resource Development Review*, 9(1), 89-110.
- Truss, C., Shantz, A., Soane, E., Alfes, K., & Delbridge, R. (2013). Employee engagement, organisational performance and individual well-being: Exploring the evidence, developing the theory. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(14), 2657-2669.
- Welch, M. (2011). The evolution of the employee engagement concept: Communication implications. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(4), 328-346.