

Abstract

Empowerment is become an important managerial practice for organization to survive in today high turbulence business environment. The emphasis is lying on the principle of human capital as the central part of organization. Many business practitioners and academic scholars have acknowledged empowerment as one of the key in order to have employee that give all effort from their heart and mind.

This study is intended to see the relationship between information sharing practices and psychological empowerment in one hospitality service organization. There is two kind of information that needs to be shared in order to create empowering environment. The information is organizational mission and unit performance that act as antecedent or stimuli of psychological empowerment. Psychological empowerment itself has been defined by Spreitzer (1995a and b, 1996) as a motivational construct manifested in four cognitions i.e. meaning, competence, self determination, and impact. This study is also intended to see the significance of information sharing in predicting psychological empowerment.

Data collected from 53 front-lines employee of Hotel Ibis Yogyakarta as part of Accor Group. Using Pearson's product moment correlation, result of data analysis has significantly proven that there is correlation between information sharing practices and psychological empowerment in that company, although the correlation coefficients are at medium level. Through multiple-regression analysis, information sharing practices has significantly predicted the state of psychological empowerment as a whole construct. Results of the study are supporting the analysis of previous studies on psychological empowerment (Spreitzer, 1995a and b, 1996).

Some recommendations to the managerial practices of information sharing, empowerment practice and empowerment adoption also provided to the company. Several limitation and weaknesses also discussed with implication to future research.

Keywords: psychological empowerment, information sharing practices, front-line employee, hospitality service organization, Hotel Ibis Yogyakarta, Accor Group.

Abstraksi

Pemberdayaan (*Empowerment*) telah menjadi praktek manajerial yang penting bagi perusahaan agar dapat bertahan dalam lingkungan bisnis saat ini yang terus berubah. Poin terpenting terletak pada prinsip sumber daya manusia sebagai bagian utama dari organisasi. Banyak praktisi bisnis dan kalangan akademisi yang berpendapat bahwa pemberdayaan sebagai salah satu kunci untuk memiliki pegawai yang mau berusaha dengan segala hati dan pikiran mereka.

Studi ini bermaksud untuk melihat hubungan antara praktek berbagi informasi dengan pemberdayaan psikologis (*psychological empowerment*) pada satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan. Ada dua macam informasi yang perlu dibagi dalam lingkungan yang mendukung pemberdayaan, yaitu informasi tentang misi organisasi dan kinerja unit/departemen. Pemberdayaan psikologis itu sendiri, seperti yang didefinisikan oleh Spreitzer (1995a and b, 1996), merupakan konstruk motivasi yang dimanifestasikan dalam empat proses kognisi, yaitu Arti Pekerjaan (*Meaning*), Kompetensi (*Competence*), Usaha Sendiri (*Self-determination*) dan Dampak (*Impact*). Studi ini juga bermaksud untuk signifikansi dari praktek berbagi informasi dalam memprediksi tingkat pemberdayaan psikologis.

Data dikoleksi dari 53 karyawan garis depan (*front-line employee*) Hotel Ibis Yogyakarta sebagai bagian dari Grup Accor. Dengan menggunakan *Pearson product moment correlation*, diperoleh bukti bahwa terdapat korelasi tingkat menengah antara praktek berbagi informasi dan pemberdayaan psikologis di perusahaan tersebut. Melalui analisa *multiple regression*, praktek berbagi informasi secara signifikan dapat memprediksikan pemberdayaan psikologis sebagai satu konstruk utuh. Hasil studi ini mendukung analisa studi-studi pemberdayaan psikologis sebelumnya (Spreitzer, 1995a and b, 1996).

Beberapa rekomendasi untuk praktek berbagi informasi, praktek pemberdayaan dan adopsi program pemberdayaan dibahas bagi perusahaan. Pembahasan juga mencakup beberapa keterbatasan dan kelemahan dari studi ini dan implikasi bagi penelitian selanjutnya.

Kata kunci: pemberdayaan psikologis, praktek berbagi informasi, organisasi jasa perhotelan, Hotel Ibis Yogyakarta, Grup Accor