

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini amat menunjang kemajuan suatu negara. Pada masa sekarang, Hampir semua negara memanfaatkan kecanggihan teknologi guna memantau situasi dan perkembangan yang terjadi didalam maupun luar negeri. (metrotvnews, 2016). Industri Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan selama lima tahun terakhir (2011-2016) yaitu sebesar 9,98% - 10,7% per tahunnya, hampir dua kali lipat pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 4,79% - 6,56%. Dapat diperkirakan juga pada tahun 2019, industri Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia dapat tumbuh diatas 11% per tahunnya karena seluruh wilayah nusantara terhubung dengan jaringan internet (beritasatu, 2016).

Menurut Asosiasi Industri Teknologi Informasi Indonesia (AITI), jika berbicara teknologi informasi, erat kaitannya dengan tiga hal. Yakni perangkat digital, *software*, dan jasa. Tren positif tersebut bisa dilihat dari peningkatan kepemilikan perangkat digital di Indonesia. Menurut data *We Are Social* tahun 2016, kepemilikan perangkat digital ini mengalami pertumbuhan, seperti pada *smartphone* tumbuh sebesar 43%, laptop dan komputer naik 15%, dan perangkat tablet sebesar 4%. Tak hanya itu, *streaming TV*, *e-reader*, hingga perangkat *wearable* juga mendapatkan sambutan luar biasa dari masyarakat Indonesia dengan pertumbuhan masing-masing 1% (marketeers, 2016). Indonesia dengan penduduk sekitar 259,1 juta dan pengguna internet sekitar 88,1 juta pada

tahun 2016 (data *We Are Social*) berpotensi menjadi Raksasa Teknologi di Asia([marketing](#), 2016).

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia, persaingan industri teknologi informasi juga semakin meningkat, namun dalam dunia teknologi informasi diutamakan persaingan yang sehat antar perusahaan, dengan itu maka Asosiasi Industri Teknologi Informasi Indonesia (AITI) membuka kesempatan bergabung bagi seluruh perusahaan dan badan usaha yang bergerak dibidang teknologi informasi, dimana AITI bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan usaha anggota secara beretika dan ikut serta memajukan ekonomi nasional melalui penyebaran, perluasan industri dan pemanfaatan teknologi informasi, lalu juga sebagai wadah komunikasi antar anggota dan masyarakat ([antaranews](#), 2011). Saat ini sudah terdapat 100 anggota yang terdiri dari *principal/vendor* global dan nasional, pabrikan, distributor, *system integrator*, *dealer*, *content provider*, *software developer*, *retailer*, dan institusi pendidikan ([infokomputer](#), 2017). Perusahaan yang sudah bergabung dalam AiTI salah satunya yaitu PT XYZ ([pcplus](#), 2011). PT XYZ yang berdiri pada tahun 1975, merupakan *System Integrator* terkemuka di Indonesia dengan pengalaman yang luas di bidang Sistem Integrasi untuk Perangkat keras dan layanan integrasinya, Sistem aplikasi dan layanan implementasinya, serta Layanan IT. (Data Perusahaan)

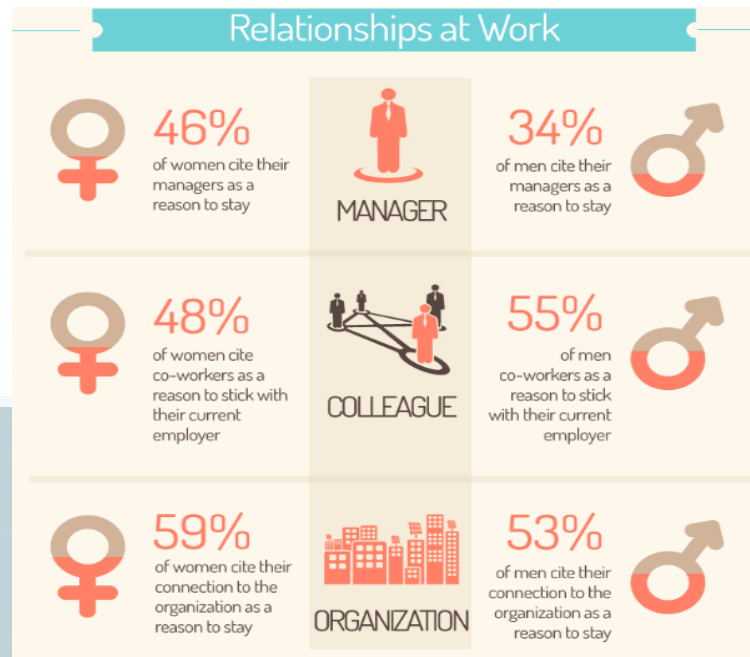
Tingkat persaingan yang cukup tinggi terutama dengan perusahaan-perusahaan yang sudah cukup besar dan dikenal secara meluas sehingga hal tersebut menuntut setiap perusahaan untuk berusaha tetap unggul dari perusahaan-perusahaan teknologi informasi lainnya. Tentunya peran Sumber Daya Manusia

dalam suatu perusahaan merupakan hal utama yang sangat penting untuk menunjang seluruh aktivitas perusahaan. Karyawan yang berkualitas dan berkompeten dapat menjadi penentu kemajuan dan keberhasilan perusahaan. Tentunya perusahaan juga harus dapat mendukung peningkatan kualitas tiap karyawannya dan mempertahankan karyawan-karyawan yang berkualitas tersebut sebagai salah satu aset penting.

Untuk mendukung hal tersebut perusahaan harus memberikan perhatian lebih terhadap faktor-faktor yang memotivasi kinerja karyawan baik secara eksternal maupun internal. Motivasi eksternal datang dari pemicu-pemicu yang bukan alami dari keinginan kita sendiri, tapi faktor 'rangsangan' atau 'pancingan' yang datang dari dunia luar, yang diantaranya yaitu Gaji, komisi, bonus kerja, hadiah dan penghargaan. Sedangkan motivasi internal bersumber dari dalam diri kita sendiri (Bisniskeuangan.kompas, 2017). Penting untuk meningkatkan motivasi secara internal sehingga karyawan memiliki komitmen yang tinggi terhadap perusahaan maupun pekerjaan.

UMMN

Infografik: *what makes an employee happy*



(Sumber : Yast)

Gambar 1.1 *What makes an Employee Happy : Relationship at Work*

Faktor yang dapat memotivasi karyawan secara internal salah satunya yaitu lingkungan kerja, dimana adanya hubungan yang harmonis di lingkungan pekerjaan baik dengan rekan kerja, atasan, ataupun dengan perusahaan merupakan faktor yang menyebabkan karyawan termotivasi untuk bekerja di suatu perusahaan, dapat dilihat dari infografik *What makes an Employee Happy* dimana dikatakan bahwa *Relationship at Work* merupakan salah satu hal yang menjadi faktor kebahagiaan karyawan. Dapat dilihat bahwa 46% karyawan wanita dan 34% karyawan pria mengatakan bahwa *managernya* merupakan alasan mereka tetap *stay*, lalu 48% karyawan wanita dan 55% karyawan pria mengatakan bahwa rekan kerja merupakan alasan mereka tetap ingin dekat dengan para karyawan, dan yang terakhir yaitu 59% karyawan wanita dan 53% karyawan pria mengatakan bahwa

hubungan mereka dengan perusahaan menjadi alasan mereka tetap *stay* ([portalHR](#), 2014).

Employee Relationship Proneness yaitu kecenderungan (*prone*) atau keinginan dari karyawan untuk *engage in relationship* dengan *employer* dan organisasinya (hubungan berdasarkan dedikasi) (De Wulf *et al.*, 2001, dalam Bloemer dan Schroder, 2006)

Infografik: 10 Essential of Employee Engagement



(sumber: Officevibe)

Gambar 1.2. Infografik: 10 Essential of Employee Engagement: Relationship with Managers and Relationship with Colleagues

Terdapat faktor – faktor yang memicu seorang karyawan untuk *engage* dan berkomitmen kepada perusahaannya yang dimana salah satunya juga dikarenakan oleh hubungan dengan atasan dan hubungan dengan rekan kerja. Menurut infografik dari Officevibe *Relationship with Manager* merupakan urutan

pertama dari 10 pilar *engagement*, dimana 75% karyawan tidak keluar dari pekerjaannya namun dari atasannya dan karyawan menginginkan hubungan yang nyaman dengan atasannya, yaitu seperti kesempatan untuk mengembangkan diri, adanya *coaching*, pemberian *feedback*. Sedangkan untuk *Relationship with Colleagues* kebanyakan karyawan menginginkan hubungan yang dekat dan personal seperti komunikasi *informal*, adanya *event* diluar pekerjaan, adanya kesempatan untuk sering melakukan *teamwork* dalam pekerjaan. (portalHR, 2017)

Organizational Commitment yaitu suatu tingkatan dimana karyawan teridentifikasi dengan organisasi tertentu dan memiliki tujuan serta harapan untuk tetap mempertahankan keanggotaan didalam organisasi tersebut. (Robbins & Judge, 2009, p.303)

Menurut Ellen dan Meyer, 1990 (dalam Bloemer dan Schroder, 2006)

Organizational Commitment terbagi dalam 3 aspek yaitu:

1. *Affective Commitment*

keinginan karyawan untuk tetap menjalin hubungan dengan *employer* tertentu karena adanya kenyamanan atas hubungan tersebut. Terlepas dari nilai instrumental dan karena karyawan tersebut mengalami rasa loyalitas dan rasa memiliki

2. *Calculative Commitment*

Calculative atau *continuance commitment* didefinisikan sebagai tingkatan dimana karyawan mengalami kebutuhan untuk mempertahankan hubungan

dengan employer tertentu, yang memberikan persepsi *switching cost* signifikan yang terkait ketika meninggalkan perusahaan

3. *Normative Commitment*

Normative commitment tercermin dari kewajiban moral seorang karyawan untuk tetap berhubungan dengan *employer* tertentu.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang dilakukan oleh peneliti kepada *Human Resource Manager* di PT XYZ dimana beliau sudah bekerja sejak tahun 2013 di PT XYZ. Beliau menjelaskan bahwa *employee relationship* merupakan fokus bagi perusahaan, dimana PT XYZ mengutamakan budaya kekeluargaan dan *work life balance* seperti yang tertuang di *value* perusahaan yaitu $M=IQ^2$ dimana $Q=Quality$ (kualitas pekerjaan dan kehidupan). Beliau mengatakan bahwa untuk hubungan antar karyawan dinilai cukup harmonis dan kolaboratif baik dalam pekerjaan maupun diluar pekerjaan, yang dapat dilihat dengan adanya komunikasi *informal*, hubungan yang lebih ke arah pertemanan, makan siang bersama, merayakan ulang tahun bersama, berlibur bersama dan juga saling membantu dalam pekerjaan.

Untuk hubungan antara karyawan dengan atasan atau *manager*, PT XYZ juga melakukan beberapa *event* atau program untuk dapat memelihara hubungan dan komunikasi antar karyawan dengan *managernya* yaitu seperti program *coaching* dan *counselling*, dimana karyawan dapat mengkomunikasikan dan mendiskusikan masalahnya secara terbuka, baik masalah dalam pekerjaan ataupun masalah pribadi karyawan tersebut sehingga *managernya* dapat membantu untuk

memberikan solusi dan juga menghindari kesalahpahaman antar atasan dengan bawahan. Lalu disetiap *team* juga diadakan *weekly* dan *monthly meeting* dimana dalam *meeting* tersebut *manager* mendengarkan pendapat dan ide dari masing-masing karyawan untuk perbaikan dan kemajuan *team*. Dan juga terdapat sistem *performance appraisal* dimana *manager* menilai kinerja setiap karyawan lalu mendiskusikan secara langsung untuk perbaikan dan pengembangan karyawan tersebut kedepannya.

PT XYZ juga melakukan berbagai usaha untuk mempertahankan, memelihara, dan mengembangkan hubungan serta *engagement* para karyawannya, dimana mereka memiliki berbagai *event* dan program yang bertujuan untuk mempererat *relationship* dan *engagement* seluruh karyawannya, program dan *event* tersebut diantaranya yaitu:

1. Program *Annual kick of Meeting*

Annual Kick of Meeting diadakan setiap awal tahun, yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pencapaian tahun sebelumnya dan *goal* untuk tahun ini, lalu juga untuk dapat mengenal satu sama lain dan mempererat hubungan antar karyawan dan meningkatkan *engagement* karyawan terhadap perusahaan. Acaranya antara lain yaitu pemberian *award*, makan dan menginap bersama, *outbond*, *games* untuk *team building*, dll. Pada tahun awal tahun 2017 ini program *Annual Kick of Meeting* diadakan di Puncak selama 2 hari 1 malam.

2. *Event Mid Year Gathering*

Diadakan setiap pertengahan tahun, yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pencapaian awal tahun dan *goal* untuk kedepannya, tujuan dari *event* ini yaitu agar dapat lebih mengenal satu sama lain dan mempererat hubungan antar karyawan dan meningkatkan *engagement* karyawan terhadap perusahaan. Acaranya yaitu makan bersama, pertunjukan bakat, *games*, dll.

3. *Event WWD (Wah-Wah Day)*

Merayakan ulang tahun perusahaan yang jatuh pada pada akhir tahun yaitu bulan desember, tujuan diadakannya *event* ini agar mempererat hubungan antar karyawan dan rasa memiliki terhadap perusahaan. Acaranya yaitu bersih – bersih bersama, lomba antar team, dll. Dimana pada tahun 2016 kemarin lomba yang diadakan yaitu lomba kostum dan *mannequin challenge*.

4. *Program Sport Club*

Diadakan untuk seluruh karyawan PT XYZ yang bertujuan agar karyawan saling mengenal satu sama lain, mempererat hubungan antar karyawan, menjaga kesehatan karyawan, menghilangkan kejenuhan saat bekerja. Acaranya yaitu olahraga badminton, futsal, basket, pilates, gym, dll. Salah satunya yang rutin diadakan di didalam kantor PT XYZ setiap hari jumat yaitu pilates.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* ditemukan juga beberapa masalah dan kasus karyawan yang tingkat komitmennya rendah kasus yang sering terjadi diantaranya yaitu, karyawan melanggar peraturan perusahaan yang biasanya terjadi pada karyawan *support* dimana karyawan *support* antara lain yaitu *finance, accounting, sales admin, marketing, HR, Technical Support Engineer, Legal, Procurement, Project Costing, SHE Officer, Quality Officer, Warehouse Staff* yang 8 jam penuh berada dikantor, dimana peraturan perusahaan tersebut sudah disosialisasikan diawal saat karyawan bergabung, pelanggaran peraturan tersebut yaitu seperti datang terlambat, dimana di PT XYZ karyawan seharusnya masuk pada jam 8.30 namun terdapat karyawan yang datang melebihi jam masuk tersebut. Lalu juga terdapat karyawan yang menggunakan fasilitas kantor dengan tidak semestinya, seperti penggunaan telepon dan internet yang tidak berhubungan dengan urusan pekerjaan, dan yang belum lama terjadi juga terdapat kasus karyawan *marketing* yang tidak hadir tanpa keterangan. Lalu juga terlihat dari data *turnover report* dimana alasan karyawan *resign* kebanyakan yaitu karena adanya tawaran gaji yang lebih besar, tawaran karir atau jabatan yang lebih tinggi, hubungan yang kurang baik dengan atasan, lingkungan kerja yang tidak mendukung. Juga terdapat kasus lainnya yaitu masih ada karyawan yang tidak mengikuti kesepakatan *Coaching & Counselling*, dimana program tersebut wajib untuk dihadiri oleh karyawan. Lalu juga terdapat karyawan yang tidak mengikuti program dan *event (kick of annual meeting, mid year gathering, dll)* yang seharusnya wajib dihadiri oleh seluruh karyawan.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada di PT XYZ maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh *Employee***

Relationship Proneness terhadap Affective Commitment, Calculative Commitment, dan Normative Commitment, Telaah pada karyawan support PT XYZ di Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah

Employee Relationship merupakan salah satu hal penting yang menunjang motivasi setiap karyawan. Di PT XYZ sendiri *employee relationship* sangat diutamakan dan sudah menjadi budaya perusahaan, dimana mereka menerapkan berbagai program dan *event* yang bertujuan untuk *maintaince* dan mengembangkan *relationship* serta *engagement* para karyawannya, diantaranya yaitu program *coaching and counselling, weekly dan monthly meeting, performance appraisal, annual kick of meeting, mid year gathering, event* ulang tahun perusahaan, serta program *sport club*. Namun ditemukan juga permasalahan kasus karyawan yang tidak berkomitmen, dimana karyawan tersebut melanggar beberapa peraturan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan Uraian latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Employee Relationship Proneness* berpengaruh positif terhadap *Affective Commitment* pada karyawan bagian *support* PT XYZ?
2. Apakah *Employee Relationship Proneness* berpengaruh negatif terhadap *Calculative Commitment* pada karyawan bagian *support* PT XYZ?
3. Apakah *Employee Relationship Proneness* berpengaruh positif terhadap *Normative Commitment* pada karyawan bagian *support* PT XYZ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah

- 1) Menganalisis pengaruh *Employee Relationship Proneness* terhadap *Affective Commitment* pada karyawan bagian *support* PT XYZ.
- 2) Menganalisis pengaruh *Employee Relationship Proneness* terhadap *Calculative Commitment* pada karyawan bagian *support* PT XYZ.
- 3) Menganalisis pengaruh *Employee Relationship Proneness* terhadap *Normative Commitment* pada karyawan bagian *support* PT XYZ.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian penulis diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1) Bagi Perusahaan

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan informasi dan saran bagi PT XYZ mengenai pengaruh *Employee Relationship Proneness* terhadap *Affective Commitment*, *Calculative Commitment*, dan *Normative Commitment* pada karyawan *support* di PT XYZ.

2) Bagi Pembaca

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Penulis berharap pembaca mendapat pengetahuan dan informasi baru mengenai pengaruh *Employee Relationship Proneness* terhadap *Affective Commitment*, *Calculative Commitment*, dan *Normative Commitment* pada karyawan.

1.5 Batasan Penelitian

- 1) Sampel karyawan yang diambil adalah karyawan PT XYZ bagian *support* di level *staff* maupun *manager*
- 2) Penelitian ini akan berfokus pada *Employee Relationship Proneness* yang berpengaruh pada *Affective Commitment*, *Calculative Commitment*, *Normative Commitment* bagi karyawan PT XYZ yang sudah bekerja minimal 1 tahun.
- 3) Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Model, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS 23.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1 Pendahuluan : Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori : Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang terkait dengan penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III Metodologi Penelitian : Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan yang akan diteliti yaitu PT XYZ, metodologi penelitian, ruang lingkup penelitian, cara pengukuran, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan : Pada bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan dari hasil penelitian, berupa hasil analisa deskriptif, hasil pengujian instrumen, Uji asumsi klasik, uji model, dan uji hipotesis, interpretasi hasil penelitian, dan implikasi manajerial.

BAB V Kesimpulan dan Saran : Pada bab ini berisis tentang kesimpulan dari penelitian dan saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.

