

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kini pada masa pesatnya dunia industri yang tak terbendung ditambah dengan mengharuskannya untuk bertahan dalam lingkungan yang kompetitif, perusahaan perlu memiliki sumber daya manusia yang masih langka, tidak dapat tergantikan, dan sulit ditiru (Ashar et, al.,2013). Salah satu cara untuk memiliki karyawan tersebut perusahaan harus memiliki reputasi perusahaan yang baik dan karyawannya memiliki *Organizational Citizenship Behavior*.

*Organizational Citizenship Behavior* memiliki definisi sikap berkaitan dengan apa yang dilakukan karyawan yang melampaui perannya, yaitu terdiri dari lima dimensi, diantaranya (1)*Altruism*, (2)*Civic Virtue*, (3)*Conscientiousness*, (4)*Courtesy* dan (5)*Sportmanship*. *Organizational Citizenship Behavior* memungkinkan karyawan mengambil tindakan aktif untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Berdasarkan tipe ini, manajer sumber daya manusia mencoba mendorong perkembangan *Organizational Citizenship Behavior* dengan berbagai cara, termasuk memasukkan standar perilaku kewarganegaraan organisasi ke dalam evaluasi pekerjaan (Yuniar et al., 2011).

*Organizational Citizenship Behavior* memiliki andil pada kemampuan karyawan untuk dipromosikan kembali. OCB ini dibutuhkan karena mengingat perannya penting untuk membantu karyawan meng-*improve* kinerjanya di perusahaan untuk dapat tercipta kesuksesan di masa yang akan datang. Di dalam prakteknya terdapat faktor yang berpengaruh terciptanya *Organizational Citizenship Behavior* yaitu adanya komitmen organisasi, yang artinya jika karyawan mempunyai komitmen, maka mereka akan melaksanakan tugas dengan sukarela melebihi dari tugas formal mereka (Paille, 2010).

Die era dekade saat ini perusahaan yang bergerak di sektor bisnis berlomba-lomba untuk mengembangkan bisnisnya dan menciptakan keunggulan kompetitif dibanding pesaingnya. Keunggulan kompetitif tersebut dibuktikan dengan menghadirkan produk yang berkualitas. Suatu produk yang berkualitas tak lepas dari baik dan bersinerginya performa suatu organisasi. Dimana ketika suatu organisasi memiliki performa yang baik, maka mampu untuk menghasilkan produk yang baik merupakan suatu hasil oleh performa karyawan yang tak kalah baiknya. Allen dan Meyer (1991) mengemukakan komitmen organisasi ada 3 komponen komitmen organisasional diantaranya komitmen afektif, berlanjut, dan normatif. Komitmen yang berpengaruh terhadap OCB yaitu komitmen afektif dari ketiga komitmen tersebut.

Menurut penelitian Rhoades dan Eisenberger (2001), komitmen emosional atau disebut komitmen afektif merupakan penentu loyalitas karyawan terhadap organisasi. Ketika karyawan terdapat komitmen afektif yang tinggi, ia akan menunjukkan rasa bangga terhadap organisasi kemudian memunculkan rasa memiliki sehingga akan meningkatkan partisipasinya dalam aktivitas atau segala hal yang berhubungan dengan organisasi, berkeinginan untuk mencapai tujuan dan berkeinginan untuk tetap berada di organisasi. Maka dari itu, dikatakan bahwa karyawan dengan tingkat komitmen afektif tinggi, termasuk semua perilakunya, adalah perilaku yang murni sadar dan tidak mengharapkan imbalan atau kesukarelaan. Komitmen organisasi dipengaruhi salah satunya oleh reputasi perusahaan. Namun nyatanya, tantangan yang dihadapi manajer SDM saat ini adalah mengelola dan mempertahankan karyawan di dalam perusahaan. Reputasi perusahaan memiliki tiga dimensi yaitu reputasi tanggung jawab sosial, reputasi perlakuan terhadap karyawan dan *financial performance*. Dengan demikian, dalam menyikapi sumber daya manusia yang kompeten, perusahaan bukan saja mengharapkan karyawannya memberikan kinerja yang baik, tetapi juga ingin mengetahui sebagai dampak reputasi perusahaan yang dirasakan oleh karyawan (Hui Fu et, al., 2014).

Perusahaan memiliki andil untuk tetap bersaing dan mempertahankan reputasi baiknya dalam berbagai lini. Baik buruknya suatu citra perusahaan

tergantung dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan prima terhadap konsumen. Penelitian reputasi sebagian besar dilihat dari sisi konsumen jika bergerak dalam bidang pemasaran. Tetapi dalam bidang sumber daya manusia, maka reputasi dilihat dari sisi karyawan. Bagi karyawan perusahaan yang bereputasi baik akan membuat karyawan memiliki komitmen dengan perusahaan tersebut. Dimana komitmen yang dimiliki karyawan atas perusahaan akan membuat karyawan betah dan terus melakukan inovasi dan langkah strategis demi keberlanjutan perusahaan. Namun pada kenyataannya, manajer sumber daya manusia saat ini menghadapi tantangan dimana untuk mengelola dan mempertahankan karyawan di dalam perusahaan, sehingga perusahaan memerlukan karyawan dengan keahlian yang sudah terlatih dalam mengemban tanggung jawab dan tugas untuk menyediakan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. (Davoudi dan Fartash, 2013).

Reputasi perusahaan juga dapat berpengaruh secara tidak langsung pada OCB yang dimediasi oleh komitmen afektif. Yang artinya saat karyawan mengakui reputasi perusahaan itu baik, mereka ingin memiliki keyakinan terhadap perusahaan itu. Sehingga timbullah komitmen afektif dalam diri karyawan yang mana berwujud rasa memiliki terhadap perusahaan. Dalam hal ini, karyawan akan terus bekerja, memberikan pekerjaan sukarela, dan peran melebihi dari pekerjaannya, untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. Jika karyawan mempunyai persepsi positif terhadap reputasi perusahaan, mereka akan termotivasi untuk mengabdikan diri agar meningkatkan perusahaan melalui *Organizational Citizenship Behavior* yang kemudian diperkuat dengan komitmen afektif pada diri karyawan.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER) yang terletak di Jalan Rungkut Industri Raya 10 Surabaya. PT. SIER merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pengelolaan, pengembangan, serta penyediaan tanah kawasan industri di Indonesia berspesialisasi di Jawa Timur. Pembagian saham PT. SIER diantaranya yaitu terbagi menjadi 50% milik Pemerintah Republik Indonesia, 25% milik Pemerintah

Provinsi Jawa Timur, dan sisanya 25% Pemerintah Kota Surabaya (<http://sier-pier.com>).

Sejarah PT. SIER kurang lebih 40 tahun dimana menjadikannya salah satu perusahaan *real estate* di Indonesia dan tertua. Kemudian hal tersebut menjadikan PT. SIER memiliki pengalaman luas dalam mengelola kawasan industri, termasuk manajemen operasi, pengembangan infrastruktur, dan layanan konsumen. Selain itu, penempatan lokasi yang strategis menjadikannya sebagai pertimbangan investor yaitu lokasi yang berdekatan dengan pelabuhan, bandara, dan jalan tol guna mempermudah akses logistik. Tak hanya itu PT. SIER juga menjalin kerjasama dengan perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang air, listrik dan telekomunikasi sehingga hal tersebut memperlengkap fasilitas yang dimilikinya. Ada hal lagi yang PT. SIER miliki namun hal tersebut jarang dimiliki oleh kompetitor lain yaitu sarana pengolahan limbah atau *Waste Water Treatment Plant* (<http://sier-pier.com>). Dari uraian tersebut di atas maka PT. SIER wajar apabila disebut sebagai area industri terbesar, terkenal, dan terbaik saat ini dan mengindikasikan PT. SIER memiliki reputasi perusahaan yang cukup baik utamanya area Jawa Timur. Sehingga hal tersebut menjadikan harapan untuk keberlangsungan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Sesuai dengan rencana strategis pembangunan pemerintah Provinsi Jawa Timur, maka reputasi perusahaan yang positif ini dapat dimanfaatkan oleh PT. SIER untuk mencapai optimalisasi dan penciptaan industri baru di kawasan SIER. Terkait dengan tuntutan yang tinggi dari perusahaan maka tuntutan tersebut menjadi tekanan tersendiri bagi karyawan, tetapi tekanan yang dirasakan oleh karyawan tidak menjadi masalah apabila terdapat komitmen yang tinggi dari karyawannya sendiri. Reputasi perusahaan PT. SIER sendiri pun memperkuat adanya perilaku positif yang dilakukan oleh karyawan secara sukarela demi terciptanya tujuan perusahaan dikarenakan di dalam diri karyawannya juga terdapat komitmen berwujud rasa memiliki terhadap perusahaan.

Diantaranya sebagai berikut yang menjadi bukti bahwa PT. SIER memiliki reputasi perusahaan yang baik:

1. (2017) Skor GCG RUPS GCG Score General Meeting of Shareholders

Aspek	Bobot <i>Weight</i>	Capaian <i>Achievment</i>
Komitmen Terhadap Penerapan GCG	7	6,85
Pemegang Saham dan RUPS	9	8,08
Dewan Komisaris	35	28,27
Direksi	35	31,22
Pengungkapan Informasi dan Transparansi	9	8,17
Aspek Lainnya	5	0,00
<b>Skor Keseluruhan</b>	<b>100</b>	<b>82,58</b>
<b>Klasifikasi Kualitas Penerapan GCG</b>		<b>BAIK</b>

Gambar 1.1 Skor GCG 2017

Sumber: sier annual report 2018

2. (2018) Penghargaan PT. SIER

Sertifikasi	Pemberi	Masa Berlaku
ISO 9001:2015	1 Tahun	British Standards Institution
Penghargaan	Pemberi	Masa Berlaku
PROPER: BIRU	Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan RI	1 Tahun
Top BUMD 2018	Majalah BusinessNews	1 Tahun
Top CEO BUMD 2018	Majalah BusinessNews	1 Tahun
Top BUMD Aneka Usaha 2018	Majalah BusinessNews	1 Tahun
Top Pembina BUMD 2018	Majalah BusinessNews	1 Tahun
Penghargaan Taat Pajak	Pemerintah Kota Surabaya	1 Tahun
Penghargaan Taat Pajak	Pemerintah Kabupaten Sidoarjo	1 Tahun

Gambar 1.2 Penghargaan 2018

Sumber: sier annual report 2018

3. (2019) BUMD JATIM AWARD



Gambar 1.3 BUMD JATIM AWARD 2019

Sumber: sier.id

4. (2020) Penghargaan PT. SIER



Gambar 1.4 Penghargaan 2020

-Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi kepada PT SIER yang telah berpartisipasi dalam Penyerahan CSR Beasiswa Kepada Siswa dari Masyarakat Berpenghasilan Rendah se Surabaya.

Sumber: sier.id

-Perolehan PT SIER sebagai *Good Performance* dalam event BUMN Performance Excellence 2020



Gambar 1.5 BUMN Performance Excellence 2020

Sumber: sier.id

5. (2021) TOP CSR AWARD 2021



Gambar 1.6 TOP CSR AWARD 2021

Sumber: sier.id

Dengan diperkuat oleh bukti reputasi perusahaan di atas apakah hal itu juga berpengaruh pada perilaku karyawan yang positif dan juga komitmen afektif karyawan. Oleh karena itu PT. SIER melakukan survey tentang keterikatan

karyawan atau komitmen karyawan. Pada tahun 2017 telah dilakukan *survey* keterikatan karyawan dilakukan guna mengetahui tingkat komitmen dalam diri karyawan terkait komitmen terhadap perusahaan. Hasil yang didapat dari *survey* tersebut bahwa keterikatan karyawan termasuk dalam kategori kurang dimana mendapat nilai 60,91. Dalam hal ini menunjukkan kurangnya keterikatan karyawan PT. SIER terhadap perusahaan, oleh karena itu PT. SIER berkomitmen melakukan perubahan dengan mengevaluasi aspek-aspek yang berhubungan dengan komitmen kemudian mengarah pada perilaku positif karyawan di lingkungan kerja sehingga dapat secara berkesinambungan mempertahankan reputasi perusahaan PT. SIER.

Perlu diketahui bahwa PT. SIER dikenal sebagai kawasan industri terbaik dan terbesar di Jawa Timur. Dengan adanya reputasi perusahaan yang positif ini, diharapkan mampu meningkatkan performa perusahaan di masa mendatang. Dengan reputasi yang positif pula PT. SIER memanfaatkannya untuk meningkatkan optimalisasi kawasan industri dan terus melakukan transformasi. Guna mendukung hal tersebut PT. SIER menargetkan sasaran perusahaan dalam hal peningkatan kualitas SDM terhadap reputasi perusahaan kedepannya dimana aspek tersebut sangat mendukung perusahaan untuk tetap menjadi yang terdepan. Berkaitan dengan hal tersebut, perlu juga kontribusi para karyawan untuk tetap sadar perilaku saling bahu membahu antar sesama karyawan. Hal tersebut untuk mendorong agar karyawan memiliki komitmen afektif tinggi dalam organisasi. Oleh karena itu, PT SIER ini bertekad agar terus selalu berinovasi meningkatkan reputasi perusahaan guna senantiasa dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Dari uraian fenomena tersebut itulah, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap *Organizational Citizenship Behavior* yang dimediasi oleh Komitmen Afektif pada Karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan agar dipahami bahwa pelayanan prima itu hanya dapat diberikan apabila karyawan memiliki komitmen dimana mereka berkomitmen karena mereka merasakan kepuasan (Hui Fu et, al., 2014). Oleh karena itu, rumusan masalah yang disusun sebagai berikut:

1. Apakah reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap komitmen afektif pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER)?
2. Apakah komitmen afektif memiliki pengaruh terhadap OCB pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER)?
3. Apakah reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap OCB pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER)?
4. Apakah reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap OCB yang dimediasi oleh komitmen afektif pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pada reputasi perusahaan terhadap komitmen afektif pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER).
2. Untuk menganalisis pengaruh pada komitmen afektif terhadap OCB pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER).
3. Untuk menganalisis pengaruh pada reputasi perusahaan terhadap OCB pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER).
4. Untuk menganalisis pengaruh pada reputasi perusahaan terhadap OCB yang dimediasi oleh komitmen afektif pada karyawan PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Teoritis
  - Bagi perusahaan, penelitian ini diharap dapat memberikan informasi dan gambaran untuk bahan pertimbangan kepada manajer perusahaan dalam *Organizational Citizenship Behavior* agar meningkatkan keberhasilan perusahaan, khususnya reputasi perusahaan terhadap OCB yang dimediasi oleh komitmen afektif.
  - Bagi pihak Universitas Airlangga, penelitian ini diharap dapat memberikan informasi ditambah dengan data sehingga dapat memperkaya kepustakaan mengenai pengaruh reputasi perusahaan terhadap OCB yang dimediasi oleh komitmen afektif.
2. Praktis
  - Bagi pihak peneliti, mampu memperbanyak wawasan dan kesiapannya jika kelak terjun ke dunia kerja terutama menemui hal yang berhubungan dengan pengaruh reputasi perusahaan terhadap *Organizational Citizenship Behavior* yang dimediasi oleh komitmen afektif.
  - Bagi pihak luar, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan beberapa pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Seluruh isi penelitian ini akan disusun menjadi lima bab sistematika penulisan skripsi yaitu:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang alur fenomena dan latar belakang mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Didalamnya juga dijabarkan hubungan singkat antar variabel yang melatar belakangi fenomena yang diteliti. Selanjutnya

akan dijelaskan tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan yang terakhir adalah sistematika penulisan.

## **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Disini akan diuraikan perihal teori-teori yang dijadikan landasan penelitian ini, antara lain: reputasi perusahaan, *organizational citizenship behavior*, dan komitmen afektif. Bab ini juga menguraikan tentang hubungan antar variabel dan disertai juga dengan hipotesis penelitian.

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan perihal pendekatan penelitian yang dipilih, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, metode dalam mengumpulkan data, data yang digunakan, variabel penelitian, skala pengujian, serta metode analisis data.

## **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi uraian tentang gambaran umum kondisi internal obyek penelitian atau tempat penelitian, kemudian deskripsi hasil penelitian, dan pembuktian hipotesis beserta pembahasan dari hasil penelitian.

## **BAB 5 PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.