

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manajemen didefinisikan sebagai sebuah disiplin ilmu dan seni yang berbicara mengenai pengaturan, pengendalian, pengomunikasian, serta pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki di dalam sebuah organisasi dengan menerapkan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, maupun pengendalian demi efektivitas dan efisiensi dalam pencapaian tujuan-tujuan strategis yang berkontribusi pada kemajuan dan keberlanjutan dari sebuah organisasi (Kristiawan et al., 2017). Sebuah rangkaian proses yang bertujuan untuk mendapatkan, memberikan pelatihan, memberikan penilaian, memberikan kompensasi, serta memberikan perhatian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan hubungan kerja, kesehatan dan keselamatan kerja, dan juga keadilan dapat dipahami sebagai sebuah manajemen sumber daya manusia (Dessler, 2020). Diberitahukan juga bahwa terdapat fungsi-fungsi yang umum dalam manajemen sumber daya manusia. Fungsi-fungsi tersebut tentunya yang dapat mewakili dari proses-proses manajemen. Adapun fungsi-fungsi tersebut adalah berbicara mengenai perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, kepemimpinan, serta pengendalian (Dessler, 2016).

Di waktu-waktu yang sudah mengalami perkembangan pada saat ini, perusahaan telah masuk ke dalam sebuah kompetisi dalam mendapatkan salah

satu sumber daya yaitu karyawan. Ini bukan hanya sekadar mendapatkan individu-individu karyawan saja. Tentu ketika melakukan proses-proses seleksi, sudah pasti sebuah perusahaan wajib memperoleh karyawan yang mempunyai kompetensi baik sesuai dengan kriteria yang diberlakukan oleh perusahaan tersebut. Bagi perusahaan, kompetisi dalam mendapat karyawan yang berkompeten menurut bidang tertentu adalah sebuah persaingan yang tidak bisa dihindari di zaman ini. Di samping mereka berkompetisi untuk memperoleh keuntungan yang baik dan stabil, mereka juga berjuang untuk memiliki karyawan-karyawan berkompetensi baik agar terus mampu bahu-membahu demi kemajuan serta keberlanjutan perusahaan (Sivertzen et al., 2013). Ada langkah yang tentu dipikirkan dan diputuskan oleh perusahaan dalam bertarung dalam kompetisi yang tak terhindarkan itu. Salah satu langkah penerapan yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam membuat identitas serta nilai dari perusahaan itu unik sehingga mampu menjadi pembeda dengan perusahaan-perusahaan kompetitor lainnya dalam menghadapi kompetisi yang tak dapat terhindarkan tersebut adalah dengan *employer branding* (Purnono et al., 2019).

Sebuah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Potgieter & Doubell (2020) memberikan pemahaman bahwa *employer branding* berpengaruh positif terhadap *company reputation*. Kemudian, *Green Human Resources Management* (GHRM) memiliki peran untuk meningkatkan *company reputation*. Penerapan dari *Green Human Resources Management* (GHRM) dalam sebuah perusahaan bisa memberikan manfaat tidak hanya untuk seorang

individu karyawan namun juga untuk perusahaan. Manfaat yang dirasakan oleh perusahaan tersebut adalah *company reputation* mereka yang meningkat (Suharti & Sugiarto, 2020). Khanolkar (2013) dalam hasil penelitiannya memberikan pemahaman bahwa *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee commitment*. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Tang et al. (2018) memberikan pemahaman bahwa *Green Human Resources Management* (GHRM) itu mendorong *employee commitment* dan *employee role* untuk punya keterlibatan di lingkungan yang dapat meningkatkan keterikatan karyawan dengan perusahaan dan karyawan yang punya kebanggaan dengan perusahaannya sehingga berdampak pada motivasi dari karyawan tersebut untuk bekerja lebih keras lagi bagi perusahaan.

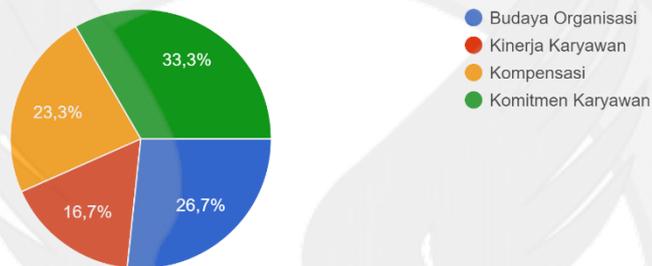
Salah satu perusahaan yang mempunyai masalah mengenai *employee commitment* adalah PT XYZ. Berdasarkan diskusi dengan penanggung jawab dari PT XYZ, penanggung jawab tersebut mengatakan bahwa tingkat *turnover* dari PT XYZ adalah besar sehingga tidak semua karyawan dari PT XYZ memiliki *employee commitment* yang baik. PT XYZ adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Kemudian, sebuah studi eksplorasi telah dilakukan oleh penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman mengenai kondisi dari *employee commitment* yang ada di PT XYZ. Studi eksplorasi tersebut berupa penyebaran kuesioner pra survei kepada 30 orang karyawan yang berada di PT XYZ. Penelitian ini terdapat sebanyak dua kali pra survei. Pertanyaan dalam kuesioner pra survei yang pertama bertujuan untuk mengetahui tentang permasalahan apa yang harus dikelola oleh manajemen

sumber daya manusia PT XYZ menurut karyawan yang ada di PT XYZ. Sementara, untuk pertanyaan dalam kuesioner pra survei kedua bertujuan untuk mengetahui kondisi terkait *employee commitment* dari karyawan yang ada di PT XYZ dan pertanyaan tersebut bersumber dari Meyer & Allen (1997).

Hasil studi eksplorasi dinyatakan pada gambar di bawah ini:

1. Apa permasalahan yang harus dikelola oleh manajemen sumber daya manusia PT XYZ?

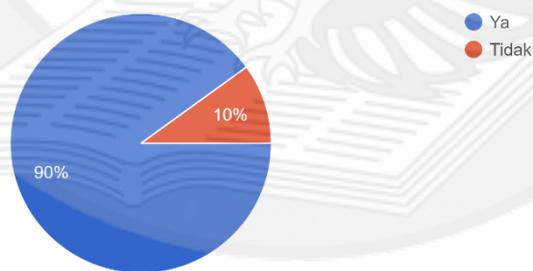
30 jawaban



Gambar 1. 1. Hasil Studi Eksplorasi - Pra Survei Pertama

1. Jika mendapat tawaran yang lebih baik untuk bekerja di tempat lain, apakah Anda ingin pindah dari perusahaan tempat Anda bekerja sekarang?

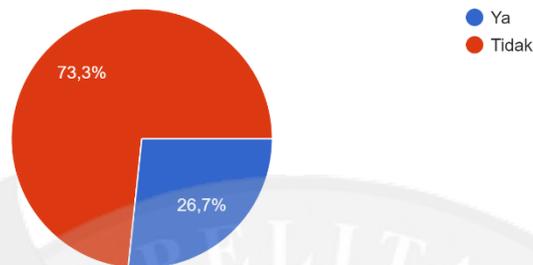
30 jawaban



Gambar 1. 2. Hasil Studi Eksplorasi - Pra Survei Kedua Pertanyaan Pertama

2. Apakah Anda setia menjalankan semua komitmen Anda sebagai karyawan PT XYZ secara penuh?

30 jawaban



Gambar 1. 3. Hasil Studi Eksplorasi - Pra Survei Kedua Pertanyaan Kedua

Berdasarkan hasil studi eksplorasi yang telah dilakukan pada tanggal 26 September 2023 hingga 1 Oktober 2023, ditemukan bahwa memang sudah terdapat masalah mengenai *employee commitment* di PT XYZ. Hal tersebut dibuktikan dengan 33,3% responden yang melihat bahwa masalah yang harus dikelola oleh manajemen sumber daya manusia PT XYZ adalah masalah komitmen karyawan (*employee commitment*). Persentase dari responden yang menjawab komitmen karyawan (*employee commitment*) tersebut adalah persentase tertinggi dibanding masalah lain yang harus dikelola oleh manajemen sumber daya manusia PT XYZ. Hasil ini adalah hasil dari pra survei yang pertama.

Kemudian, hasil dari pra survei yang kedua juga menunjukkan bahwa terdapat masalah mengenai *employee commitment* di PT XYZ. Hal tersebut dibuktikan dengan 90% responden yang ingin pindah dari PT XYZ jika mendapat tawaran yang lebih baik untuk bekerja di perusahaan lain. Kemudian, dibuktikan juga dengan 73,3% responden yang tidak setia menjalankan semua komitmen mereka sebagai karyawan PT XYZ secara penuh.

Idealnya adalah seorang individu karyawan yang bekerja mempunyai *employee commitment* yang baik. Meyer & Allen (1997) dalam indikator-indikator yang telah dihasilkan dari penelitiannya memberikan pemahaman bahwa seorang individu karyawan dikatakan memiliki *employee commitment* yang baik salah satunya adalah seorang individu karyawan tersebut merasa tidak pantas untuk meninggalkan perusahaan tempatnya bekerja saat ini jika karyawan tersebut mendapat tawaran yang lebih baik untuk bekerja di tempat lainnya. Selain itu, seorang individu karyawan tersebut sudah seharusnya mempercayai bahwa kesetiaan pada satu perusahaan itu penting dengan terus lanjut bekerja di tempat kerjanya sekarang sebagai bentuk kesetiaan dalam menjalankan semua komitmennya sebagai seorang karyawan secara penuh.

Seluruh temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian terdahulu yang memberi dukungan dalam hal data mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian ini dinyatakan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1. Temuan Kesenjangan Penelitian

Nomor	Hipotesis	Hasil	Peneliti
1	<i>Employer branding</i> berpengaruh terhadap <i>company reputation</i>	Berpengaruh positif	Anindita & Rapih (2023), Ekhsan & Fitri (2021), Hanu et al. (2021), Potgieter & Doubell (2018, 2020), Tkalac Verčič & Sinčić Ćorić (2018), Zeesahn et al. (2020)

2	<i>Employer branding</i> berpengaruh terhadap <i>employee commitment</i>	Berpengaruh positif	Akuratiya (2017), Alves et al. (2020), Gavilan et al. (2013), Kaiser & Regjepaj (2019), Khanolkar (2013), Yousf & Khurshid (2021)
3	<i>Green Human Resources Management</i> berpengaruh terhadap <i>company reputation</i>	Berpengaruh positif	Anindita & Rapih (2023), Hosain & Rahman (2016), Huo et al. (2020), Suharti & Sugiarto (2020), Zhao et al. (2020)
4	<i>Company reputation</i> berpengaruh terhadap <i>employee commitment</i>	Berpengaruh positif	Almeida & Coelho (2019), Anindita & Rapih (2023), Esenyel (2020), Fachrizal (2023)
5	<i>Green Human Resources Management</i> berpengaruh terhadap	Berpengaruh positif	Anindita & Rapih (2023), Gomes et al. (2023), Mishra (2017), Pham, Tučková, et al. (2019), Shoaib et al. (2021)

	<i>employee commitment</i>		
--	--------------------------------	--	--

Berdasarkan kesenjangan fenomena serta kesenjangan penelitian yang ditemukan, sudah banyak penelitian yang membahas berkaitan dengan *employer branding*, *company reputation*, dan *employee commitment*. Namun, masih sangat jarang atau belum banyak ditemukan penelitian yang menggabungkan variabel *employer branding*, *green human resources management*, *company reputation*, dan *employee commitment* pada satu industri manufaktur. Selain itu, belum banyak atau sangat jarang ditemukan juga penelitian yang mengungkapkan bahwa *company reputation* memediasi *employer branding* terhadap *employee commitment* serta *company reputation* memediasi *green human resources management* terhadap *employee commitment* pada satu industri manufaktur. Dengan dasar tersebut, maka penelitian ini akan mengangkat topik Peran Mediasi *Company Reputation* pada *Employer Branding* dan *Green Human Resources Management (GHRM)* terhadap *Employee Commitment* PT XYZ. PT XYZ adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur.

Penelitian pada kesempatan kali ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu oleh Anindita & Rapih (2023) yang membahas mengenai pembinaan *employee commitment* pada karyawan di perusahaan industri farmasi melalui *Green Human Resources Management* dan *employer branding* disertai dengan *company reputation* sebagai mediator.

Tujuan dari replikasi adalah diharapkan setelah penelitian ini selesai dapat dilihat perbedaan dari kedua hasil penelitian di kedua lokasi yang berlainan serta kedua perusahaan yang berlainan dengan model penelitian yang sama.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berangkat dari latar belakang serta fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka tercetuslah pertanyaan penelitian yang dinyatakan dalam beberapa poin di bawah ini:

1. Apakah *employer branding* berpengaruh positif terhadap *company reputation* dari PT XYZ?
2. Apakah *employer branding* berpengaruh positif terhadap *employee commitment* dari PT XYZ?
3. Apakah *Green Human Resources Management* (GHRM) berpengaruh positif terhadap *company reputation* dari PT XYZ?
4. Apakah *company reputation* berpengaruh positif terhadap *employee commitment* dari PT XYZ?
5. Apakah *Green Human Resources Management* (GHRM) berpengaruh positif terhadap *employee commitment* dari PT XYZ?
6. Apakah *company reputation* memediasi *employer branding* terhadap *employee commitment* dari PT XYZ?
7. Apakah *company reputation* memediasi *Green Human Resources Management* (GHRM) terhadap *employee commitment* dari PT XYZ?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengacu pada masalah-masalah penelitian yang telah dipaparkan di atas, tujuan penelitian ini dilakukan adalah dinyatakan dalam beberapa poin di bawah ini:

1. Dapat memahami pengaruh *employer branding* terhadap *company reputation* di PT XYZ.
2. Dapat memahami pengaruh *employer branding* terhadap *employee commitment* di PT XYZ.
3. Dapat memahami pengaruh *Green Human Resources Management (GHRM)* terhadap *company reputation* di PT XYZ.
4. Dapat memahami pengaruh *company reputation* terhadap *employee commitment* di PT XYZ.
5. Dapat memahami pengaruh *Green Human Resources Management (GHRM)* terhadap *employee commitment* di PT XYZ.
6. Dapat memahami pengaruh *employer branding* terhadap *employee commitment* dengan *company reputation* sebagai mediasi di PT XYZ.
7. Dapat memahami pengaruh *Green Human Resources Management (GHRM)* terhadap *employee commitment* dengan *company reputation* sebagai mediasi di PT XYZ.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah dinyatakan dalam beberapa poin di bawah ini:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan pemahaman mendalam dan wawasan yang komprehensif mengenai semua variabel yang tercantum dalam penelitian ini. Lebih dari itu, seluruh hasil temuan yang berasal dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi atau petunjuk yang bermanfaat dalam rangka meningkatkan tingkat *employee commitment* di dalam suatu organisasi atau perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Harapannya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa penguatan serta dukungan kepada peneliti lainnya, sekaligus dapat memberikan pemahaman yang lebih lanjut kepada peneliti sendiri terkait strategi apa saja yang perlu diimplementasikan untuk menaikkan tingkat *employee commitment* dalam suatu perusahaan.

1.5. Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam tulisan ini hanya membahas tentang *employee commitment* pada PT XYZ yang bergerak di bidang manufaktur dengan *employer branding* dan *green human resources management* sebagai variabel independen serta *company reputation* sebagai variabel mediasi.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan akan dipaparkan dalam bagian pendahuluan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Seluruh teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang disebutkan dalam penelitian ini (*employer branding, green human resources management, company reputation, dan employee commitment*) serta hipotesis dan model penelitian akan dipaparkan dalam bagian landasan teori.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma, pendekatan dan jenis penelitian, pengukuran (tabel definisi konseptual dan definisi operasional), etika pengumpulan data, unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta analisis data akan dipaparkan dalam bagian metodologi penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Seluruh hasil serta pembahasan dari seluruh data kuesioner yang diperoleh dari semua responden akan dipaparkan dalam bagian analisis dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Seluruh kesimpulan dari semua hasil serta pembahasan pada bagian sebelumnya dan saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian berikutnya akan dipaparkan dalam bagian kesimpulan dan saran.