

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat dan kompleks telah membangun iklim persaingan yang kian kompetitif diantara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Dengan kondisi seperti ini, perusahaan dituntut untuk dapat bertahan dan memiliki keunggulan untuk dapat bersaing di era kompleks seperti ini. Dalam rangka memiliki keunggulan dan memiliki nilai lebih dari perusahaan lain, suatu perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang dapat menunjang keberlangsungan keberhasilan perusahaan. Sehingga sumber daya manusia menjadi salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan.

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan ataupun instansi, dan pegawai mempunyai peranan penting dalam mengelola sistem sebuah perusahaan ataupun instansi agar tetap berjalan sesuai aturan atau sebagaimana mestinya. Sumber daya manusia yang baik dapat menentukan keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan, sehingga diperlukan sumber daya manusia yaitu pegawai perusahaan yang memiliki kinerja yang baik untuk menjalankan tugasnya.

Kinerja dalam suatu perusahaan mempengaruhi hasil dari kegiatan suatu perusahaan. Apabila terdapat kegiatan yang baik dalam perusahaan maka akan menghasilkan sesuatu yang baik dan memberikan benefit bagi perusahaan itu sendiri.

Menurut Bangun (2018) kinerja dapat diartikan sebagai hasil kerja yang diraih seseorang berdasarkan dari target yang ditetapkan selama periode tertentu atas norma dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

Dalam mengelola dan menghasilkan pegawai yang berkualitas dan memiliki kinerja yang baik, perusahaan memerlukan lingkungan kerja yang mendukung dan juga pedoman ataupun acuan baku yang mencakup nilai-nilai, norma dan peraturan yang berlaku dalam perusahaan tersebut yang akan digunakan sebagai pedoman semua pegawai dalam berperilaku, yakni salah satunya melalui budaya organisasi.

Wahyudi (2021) menegaskan bahwa budaya organisasi adalah abstraksi dari kepentingan organisasi yang diturunkan ke dalam bentuk nilai-nilai yang melekat pada sebuah sikap dan perilaku, sehingga menjadi sebuah standar dalam bekerja.

Saleslab Agency Bogor merupakan salah satu *Marketing Agency* yaitu perusahaan khusus yang menyediakan layanan strategi, perencanaan, dan eksekusi program pemasaran untuk membantu *brand*, perusahaan, organisasi, atau bisnis mencapai tujuan pemasarannya. Saleslab Agency Bogor memiliki fokus utama yaitu

membantu Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) meningkatkan trafik dan penjualan melalui berbagai platform digital.

Perjalanan perusahaan dimulai pada tahun 2021, Saleslab Agency Bogor mencoba untuk membantu UMKM multiplatform sosial media advertising, lalu pada tahun 2022 Saleslab Agency Bogor memiliki kantor sendiri dan mempunyai layanan seperti Paket Meta, Tiktok dan Google Ads, Jasa Konten, Paket *Bundling Ads + CS*, *Boost Live Package* dan *KOL Package*. Dengan perjalanan yang terus berkembang di industri digital marketing, Saleslab Agency Bogor telah menjadi mitra strategis bagi UMKM yang ingin memperkuat kehadiran mereka di dunia digital melalui *multiplatform advertising*.

Dalam suatu perusahaan, untuk mencapai semua tujuan dibutuhkan pegawai yang kompeten dan memiliki kinerja baik untuk menghasilkan produktivitas yang maksimal. Berikut ini adalah tabel jumlah seluruh pegawai Saleslab Agency Bogor pada Januari 2024.

Tabel 1. 1 Jumlah Pegawai Saleslab Agency Bogor

No	Divisi	Jumlah
1	Marketplace	8
2	HRD & Staff	5
3	Sales Online	9
4	Marketing Online	23
5	Creative Marketing	18
6	Warehouse	4
7	Finance & Accounting	5
8	Product Development	5
Jumlah		78

Sumber : Data Human Resource Development (2024)

Pada tabel 1.1 diatas menunjukan keseluruhan pegawai di Saleslab Agency Bogor, dengan total 78 pegawai dengan berbagai jabatan. Dalam penerapan menjalankan tujuan indikator, diperlukan pegawai yang memiliki kinerja yang baik. Saleslab Agency Bogor menggunakan KPI (Key Performance Indicators) untuk menilai kinerja pegawainya. Berikut indikator penilaian kinerja menggunakan KPI (*Key Performance Indicators*) yang diberlakukan oleh Saleslab Agency Bogor.

Tabel 1. 2 Komponen Penilaian Kinerja Pegawai Saleslab Agency Bogor

Nilai	Level
106-110	Experts (Ahli)
95-105	Proficient (Mahir)
80-94	Advanced (Maju)
66-79	Intermediate (Menengah)
55-65	Beginner (Pemula)
<55	Entry (Kosong)

Sumber : Data Human Resource Development (2024)

Indikator tersebut sebagai patokan untuk HRD menilai kinerja pegawainya, penulis mengolah data KPI (*Key Performance Indicators*) di Saleslab Agency Bogor ditahun 2022 dan 2023. Berikut hasil pengolahan data KPI (*Key Performance Indicators*) di Saleslab Agency Bogor pada Desember 2022 dan Desember 2023.

Tabel 1. 3 Data Hasil Rekapitulasi Kinerja Pegawai Saleslab Agency Bogor

Aspek Penilaian	2022		2023	
	Rata Rata Nilai	Level	Rata Rata Nilai	Level
Kualitas	89	Advanced (Maju)	82	Advanced (Maju)
Kuantitas	80	Advanced (Maju)	78	Intermediate (Menengah)
Ketepatan Waktu	76	Intermediate (Menengah)	71	Intermediate (Menengah)
Efektivitas	86	Advanced (Maju)	89	Advanced (Maju)

Sumber : Data Human Resource Development, diolah (2024)

Berdasarkan data tersebut, rata rata nilai kualitas hasil kerja pada tahun 2023 terjadi penurunan sebesar 7 poin dibanding tahun 2022 namun masih pada level Advanced (Maju), rata rata nilai kuantitas hasil kerja pada tahun 2023 terjadi penurunan sebesar 2 poin dibanding tahun 2022 sehingga level turun menjadi

Intermediate (Menengah), rata rata nilai ketepatan waktu pada tahun 2023 terjadi penurunan sebanyak 5 poin dibanding tahun 2022 namun level tetap Intermediate (Menengah) dan rata rata nilai efektivitas pada tahun 2023 terjadi kenaikan 3 poin dibanding tahun 2022 namun masih pada level Advanced (Maju).

Berdasarkan percakapan langsung peneliti dengan HRD Saleslab Agency Bogor, budaya organisasi di perusahaan tersebut menghadapi tantangan yang signifikan dalam penerapannya. Fleksibilitas waktu kerja yang diberikan untuk bekerja secara *remote*, sering kali disalahartikan sebagai kurangnya pengawasan. Hal ini menyebabkan beberapa pegawai menunda pekerjaan hingga mendekati tenggat waktu, yang dapat berdampak negatif pada kinerja individu maupun tim. Selain itu, kebijakan fleksibilitas ini juga memicu ketidakpuasan pegawai terhadap pekerjaan yang terkadang diberikan di luar jam kerja yang disepakati, sehingga memengaruhi kualitas pekerjaan. Hambatan komunikasi yang muncul dalam koordinasi antar tim saat bekerja secara *remote* turut menjadi faktor yang menghambat kelancaran operasional dan pencapaian target kerja.

Disamping itu, perusahaan membangun budaya kekeluargaan dengan mengadakan kegiatan *team building*, makan bersama, atau acara rutin lainnya yang mempererat hubungan antar-karyawan dan menciptakan suasana kerja yang nyaman dan perusahaan memberikan apresiasi kepada pegawai yang berhasil mencapai target atau menunjukkan performa kerja yang luar biasa. Misalnya, melalui penghargaan bulanan seperti *employee of the month*, bonus tambahan, atau pengakuan publik di lingkungan perusahaan. Hal yang tidak biasa dilakukan oleh perusahaan lain, Saleslab Agency Bogor selalu merayakan pegawainya yang berulang tahun, sehingga pegawai merasa dirayakan dihari bahagiannya.

Selain wawancara dengan HRD, peneliti menyebarkan pra-survey kepada pegawai Saleslab Agency Bogor. Berikut hasil pra-survey awal penulis mengenai budaya organisasi di Saleslab Agency Bogor.

Tabel 1. 4 Pra Survei Budaya Organisasi

No		Pernyataan	Jawaban		Jumlah
			Ya	Tidak	
		Inovasi dan Pengambilan Risiko			
1		Perusahaan ini mendorong pegawai untuk mengembangkan ide-ide baru dan berpikir kreatif	26	4	30
2		Pegawai diberi kebebasan untuk mencoba metode baru dalam pekerjaan mereka tanpa takut akan dampak negatif	5	25	30
		Total	31	29	60
		Presentase	51,66%	48,33%	100%
		Perhatian Terhadap Detail			
3		Perusahaan menekankan pentingnya keakuratan dan ketelitian dalam pekerjaan	25	5	30
4		Perusahaan dapat mengukur keberhasilan pegawai bekerja	21	9	30
		Total	46	14	60
		Presentase	76,66%	23,34%	100%
		Orientasi kepada Hasil			
5		Kinerja pegawai diukur berdasarkan hasil yang dicapai	17	13	30
6		Perusahaan ini menetapkan tujuan yang jelas dan menantang	14	16	30
		Total	31	29	60
		Presentase	51,66%	48,33%	100%
		Orientasi kepada Individu			
7		Perusahaan mengawasi kegiatan pegawai	9	21	30
8		Perusahaan memperhatikan kebutuhan dan	19	11	30

		kesejahteraan individu pegawai			
		Total	28	32	60
		Presentase	46,66%	53,33%	100%
		Berorientasi Tim			
9		Pegawai didorong untuk bekerja sama dalam tim untuk mencapai tujuan	30	0	30
10		Perusahaan dapat menunjukan nilai-nilai kebersamaan dalam tim saat bekerja	24	6	30
		Total	54	6	60
		Presentase	90%	10%	100%
		Agresifitas			
11		Perusahaan ini memiliki orientasi kompetitif dalam menjalankan aktivitasnya	26	4	30
12		Pegawai didorong untuk mengambil inisiatif dalam mencapai tujuan	19	11	30
		Total	45	15	60
		Presentase	75%	15%	100%
		Stabilitas			
13		Perusahaan menekankan pentingnya menjaga stabilitas dalam proses kerja	19	11	30
14		Pegawai merasakan konsistensi dalam kebijakan dan prosedur kerja	10	20	30
		Total	29	31	60
		Presentase	48,33%	51,67%	100%

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan pra-survey tersebut, indikator inovasi dan pengambilan risiko sebanyak 48,34% menjawab tidak, indikator orientasi kepada hasil sebanyak 48,33% menjawab tidak, indikator orientasi kepada individu sebanyak 53,33% menjawab tidak dan indikator stabilitas sebanyak 51,67% menjawab tidak, sehingga pada indikator inovasi dan pengambilan risiko, orientasi kepada hasil, orientasi kepada individu dan

stabilitas masih kurang, sedangkan indikator perhatian terhadap detail, berorientasi tim dan agresifitas sudah baik.

Saleslab Agency Bogor memiliki visi perusahaan yaitu menjadi partner perusahaan dalamewartakan dan mendistribusikan produk yang bermanfaat untuk pelanggan dan memiliki misi Perusahaan yaitu menyebarkan kebermanfaatan produk partner hingga 1 juta/bulan dalam 5 tahun kedepan, mempunyai kantor sendiri dengan luas 500 m^2 minimal 2023 akhir dan mendidik 500 tenaga kerja yang kuat secara spiritual dan berattitude bagus agar bermanfaat bagi lingkungan. Nilai yang ingin dibangun oleh Saleslab Agency Bogor yaitu kredibel, fundamental, kolaboratif, inovatif dan data sentris.

Berdasarkan paparan data diatas, penulis tertarik untuk meninjau lebih lanjut mengenai cara meningkatkan kinerja pegawai dari sisi budaya organisasi. Sehingga penulis mengangkat judul yaitu **“Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai pada Saleslab Agency Bogor”**.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Berdasarkan paparan di atas permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan kinerja pegawai yang dinilai berdasarkan KPI (*Key Performance Indicators*) yang dapat dilihat pada tabel 1.3.
2. Hasil percakapan langsung peneliti dengan HRD Saleslab Agency Bogor, menghadapi tantangan budaya organisasi yang signifikan dalam penerapannya, padahal HRD dan pegawai memiliki cara tersendiri untuk membangun budaya kekeluargaan yang baik dan apresiasi pegawai dengan baik.
3. Dari hasil kuesioner pra-survey budaya organisasi pada tabel 1.4, dapat dilihat bahwa penilaian indikator inovasi dan pengambilan risiko, orientasi kepada hasil, orientasi individu dan stabilitas masih kurang.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana budaya organisasi di Saleslab Agency Bogor?
2. Bagaimana kinerja pegawai Saleslab Agency Bogor?
3. Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pada Saleslab Agency Bogor?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada Saleslab Agency Bogor, serta menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran bagi pihak perusahaan yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis budaya organisasi di Saleslab Agency Bogor
2. Untuk menganalisis kinerja pegawai Saleslab Agency Bogor
3. Untuk mengevaluasi pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada Saleslab Agency Bogor

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai kegunaan praktis maupun kegunaan akademis, diantaranya sebagai berikut :

1.4.1. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis, dapat memberikan partisipasi serta masukan untuk semakin meningkatkan kinerja pegawai kedepannya bagi pihak Saleslab Agency Bogor.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis, penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu kepada banyak orang. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah referensi yang akan digunakan serta diharapkan penelitian akan berguna untuk pengembangan pengetahuan.