

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Topas TV merupakan televisi berlangganan berbasis analog yang baru di-launching pada tanggal 29 Juli 2012 di Bandung, Jawa Barat. Topas TV menjadi bagian dari Grup Mayapada yang memiliki saham di bidang perbankan, *multifinance*, *property*, media, retail, dan travel. Pada akhir tahun 2012 ini, Topas TV menargetkan jangkauan pemasarannya meliputi semua kota-kota besar di Indonesia dan kedepan hingga ke desa-desa terpencil

Sebagai pendatang baru di dunia televisi berlangganan di Indonesia, Topas TV menggunakan teknologi terbaru dengan format gambar MPEG-4/DVB-S2 yang mampu menyajikan gambar dan suara yang berkualitas dengan jangkauan nasional. Topas TV dipancarkan melalui Satelit Palapa D, sama dengan satelit yang digunakan oleh Skynindo

Topas TV memiliki tujuh (7) saluran eksklusif yang di produksi sendiri, yakni: Film Indonesia (sinetron dan film Indonesia), The Movie Channel (film luar negeri), Islam Negeriku (saluran bernuansa Islam), Suara Nasrani (saluran bernuansa Nasrani), The Mandarin Channel (sinetron mandarin), Music Box (musik), dan Yey! (kartun anak-anak) yang dapat dinikmati di semua paket Topas TV.

Topas TV menjalankan strategi *low cost* dalam memasarkan produknya. Paket standard yang dimulai dari harga Rp. 55.000 menjadikan Topas TV merupakan satu-satunya perusahaan pay TV yang menawarkan harga paling murah dengan komposisi *channel* premium dalam paket produknya.

#### 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Topas TV adalah : “Pilihan pas untuk semua” melalui tayangan yang berkualitas.

Misi Topas TV adalah : Menyediakan tayangan TV berbayar yang edukatif dan inovatif dengan harga yang terjangkau melalui tayangan terbaik untuk pelanggan serta nilai bisnis yang bertumbuh.

### 1.1.3 Logo Perusahaan

Berikut adalah Logo perusahaan Topas TV:



**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan**  
(Sumber : Data internal perusahaan tanggal 18 April 2016)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri TV berbayar di Indonesia semakin pesat seiring pengaruh globalisasi yang terjadi. Arus informasi menjadi tidak terbatas wilayah sehingga menyebabkan masyarakat Indonesia semakin haus akan informasi yang ada di dalam dan luar negeri. Televisi di Indonesia telah menyediakan saluran televisi milik swasta maupun milik pemerintah. Namun, dengan berkembangnya kebutuhan akan media hiburan pada masyarakat Indonesia, saluran televisi yang telah disediakan itu pun tidaklah cukup.

<http://www.datacon.co.id/Internet2008Ind%20TVcable.html> (diakses pada 17 April 2016 pukul 00.24) menulis dalam halaman *websitenya* bahwa:

“Bisnis televisi berbayar (pay TV) atau TV kabel (cable TV) hadir di Indonesia sejak 10 tahun lalu dan menambah semarak bisnis hiburan melalui media layar kaca, sebelumnya masyarakat hanya mengenal TV free to air yang dapat dinikmati secara gratis. Saat ini di beberapa kota-kota besar sejumlah operator televisi berbayar bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan menawarkan beragam program hiburan TV yang memikat seperti berita, pendidikan, musik, film, dan sebagainya.”

Topas TV sebagai salah satu pendatang baru dalam bisnis TV berbayar di Indonesia, harus dapat beradaptasi terhadap ketatnya persaingan bisnis dalam industri ini.

Media Partners Asia (MPA) pada tahun 2013 pernah merilis hasil analisisnya. “MPA memprediksi bahwa prospek TV berbayar di Indonesia akan menembus 7

juta pelanggan pada tahun 2017” ([www.muvara.com/tv/artikel/prospek-bisnis.html](http://www.muvara.com/tv/artikel/prospek-bisnis.html), diakses pada 27 Februari 2016, 10.00). Potensi pasar yang besar tersebut telah disadari oleh pelaku bisnis TV berbayar, salah satunya adalah perusahaan Topas TV.

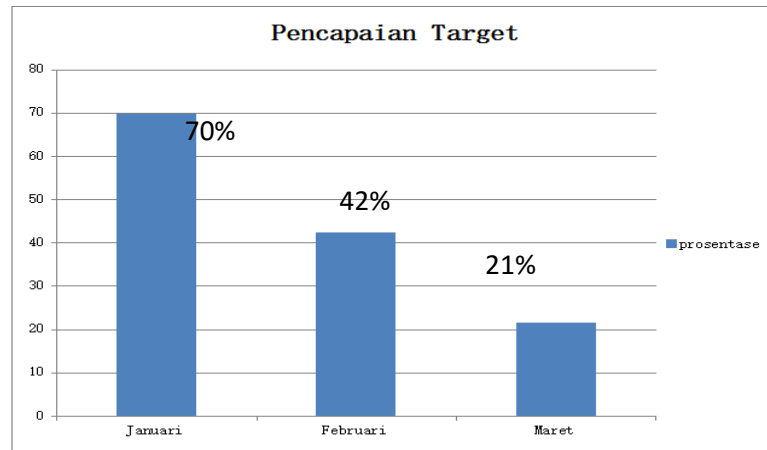
Dalam kaitan adaptasi terhadap lingkungan bisnis, Topas TV sebagai perusahaan jasa harus mengutamakan kualitas pelayanan yang prima. Selain itu, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis media, Topas TV membutuhkan kreativitas tinggi dan inovasi. Hal itu menyebabkan Topas TV sangat mengandalkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai keunggulan bersaing. Seperti dikutip dari pernyataan *General Manager* Topas TV area Jawa Barat, Bapak Fajar Bayu Ramadhan yang mengatakan bahwa: “perusahaan Topas TV sangat mengandalkan kreativitas karyawan dalam mempertahankan keberhasilan perusahaan, hal itu berkaitan dengan pemilihan *content channel* dan juga kreatifitas karyawan dalam memasarkan produk TV berbayar.”

Sumber daya manusia merupakan satu – satunya sumber daya yang memiliki rasio, rasa, dan karsa yang berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam pencapaian tujuan karena sebagai penggerak dari semua sumber daya yang di miliki organisasi. Oleh karena itu, investasi pada manusia merupakan investasi yang paling penting bagi organisasi, tujuannya adalah untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Penelitian Imawati & Amalia (2011 : 37) mengatakan bahwa: “Keberhasilan organisasi sangat ditopang oleh keadaan dan kualitas SDM yang dimilikinya. Salah satu indikator dari permasalahan tersebut adalah kinerja”.

Dalam penelitiannya, Imawati & Amalia (2011 : 37) mengatakan bahwa : “..., kinerja adalah suatu tingkat peranan anggota organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi, peranan yang dimaksud adalah pelaksanaan suatu tindakan untuk menjalankan dan menyelesaikan tugas yang diberikan.”. Artinya, kinerja dapat dilihat dari hasil pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan. Hal senada juga diutarakan oleh *General Manager* Topas TV area Jawa Barat yang mengatakan bahwa kinerja dapat dilihat dari hasil pencapaian target pada masing-masing divisi dalam perusahaan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan berupa wawancara yang dilakukan pada manager marketing & sales Jawa Barat yang bernama Bapak Supomo bahwa ada penurunan pencapaian target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan terutama pada triwulan 1 tahun 2016. Hal ini mengindikasikan bahwa ada penurunan

kinerja karyawan. Penurunan kinerja tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2 di bawah ini :



**Gambar 1. 2 Pencapaian target triwulan 1 2016**  
(Sumber : Data internal perusahaan tanggal 10 April 2016)

Pada Gambar 1.2 tersebut dapat dilihat bahwa ada penurunan yang drastis dalam pencapaian target penjualan Topas TV tahun 2016. pada bulan Januari, pencapaian target mencapai 70%. Pada bulan Februari penjualan mengalami penurunan ke angka 42%. Namun, pada bulan Maret, Topas TV mengalami penjualan terendah dalam triwulan 1 tahun 2016 hingga hanya mencapai angka 21%. Penurunan yang terjadi jelas mempengaruhi *revenue* perusahaan. Apabila hal ini tidak segera ditangani, maka akan merugikan perusahaan dalam jangka panjang.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Thurbin dalam Haerani & Puruhanan (2014 : 185) bahwa : "..., manfaat finansial dari kinerja organisasi sering dikaitkan dengan keberhasilan organisasi". Dengan kata lain, kinerja yang baik akan mendorong keberhasilan perusahaan. Maka, Topas TV harus terus meningkatkan kinerja dengan mendorong faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja untuk keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

"*Employee engagement* adalah komitmen emosional karyawan pada organisasi dan tujuannya" (Joushan et al, 2015 : 698). Komitmen emosional yang dimaksud adalah bagaimana karyawan dengan penuh kesadaran dan suka rela bekerja keras untuk tercapainya tujuan perusahaan. Schiemann (2011 : 208) menyatakan bahwa : "... keterikatan menyimpulkan dengan ringkas namun jelas mengaitkan keterikatan dengan kerelaan karyawan untuk bekerja keras.". Hal

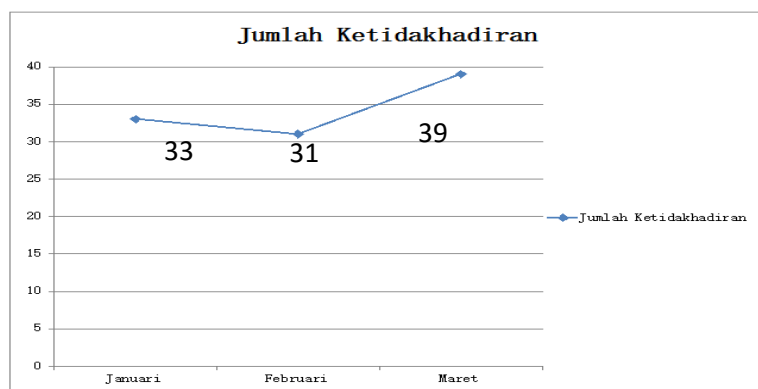
tersebut mengindikasikan bahwa *employee engagement* menjadi faktor yang mempengaruhi performansi suatu perusahaan, sejalan dengan pendapat Haerani & Puruhanan (2014 : 182) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa : “Seorang karyawan dengan *engagement* yang tinggi akan memiliki kepedulian dan memahami konteks bisnis dan bekerja bersama rekannya untuk memperbaiki kinerja dalam regu kerjanya demi keuntungan perusahaan.”

Ramadhan & Sembiring (2014 : 47) dalam penelitiannya berpendapat bawa :

“*Employee engagement* telah menjadi salah satu *issue* dalam kajian manajemen sumber daya manusia, karena memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Tidak hanya membuat karyawan memiliki loyalitas yang tinggi, *employee engagement* juga membuat karyawan memberikan kontribusi lebih bagi perusahaan melalui peningkatan kinerja.”

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Bakker et al (2011 : 5) “...*engagement is related to bottom line outcomes such as job performance. Because of their positive attitude and activity level, engaged employees create their own positive feedback, in terms of appreciation, recognition, and success*” bahwa *engagement* berkaitan dengan kinerja, hal itu disebabkan karena perilaku positif yang ditunjukkan karyawan. Beberapa penelitian tersebut telah memberikan pendapat yang sama tentang pengaruh *engagement* terhadap kinerja. Untuk meningkatkan kinerja pegawai yang akan berujung pada peningkatan keuntungan perusahaan, perusahaan Topas TV harus memperhatikan bagaimana *engagement* yang terjalin pada masing-masing karyawannya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada *General Manager* Topas TV area Jawa Barat, didapatkan informasi bahwa karyawan Topas TV sering tidak hadir atau mangkir, terlebih jika berdekatan dengan hari libur. Hal itu disebabkan oleh berbagai macam alasan. Data kemangkiran selama triwulan 1 tahun 2016 dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut :



**Gambar 1. 3 Data ketidakhadiran karyawan triwulan 1 tahun 2016  
(Sumber : Data internal perusahaan tanggal 10 April 2016)**

Gambar 1.3 memberikan informasi bahwa karyawan masih membiasakan diri untuk tidak hadir alias mangkir. Dessler (2013:239) dalam bukunya menyatakan bahwa bahwa: *“Poor attendance, voluntary turnover and psychological withdrawal often also reflect diminished employee engagement.”*. Jika merujuk pada pernyataan tersebut, kemangkiran atau ketidakhadiran karyawan menjadi salah satu ciri berkurangnya *engagement* karyawan. Maka, fenomena kemangkiran atau ketidakhadiran karyawan ini mengindikasikan rendahnya *employee engagement* di Topas TV. Kemangkiran dapat merugikan organisasi, hal itu diperkuat oleh pernyataan Darmawan (2013:57) yang menyatakan bahwa: *“Munculnya fenomena seperti kemangkiran, rendahnya produktivitas, timbulnya kegelisahan, terjadinya tuntutan yang berakibat mogok kerja mencerminkan rendahnya komitmen karyawan terhadap organisasi yang menunjukkan pula ketidakpuasan karyawan.”*

Dengan meningkatnya beban pekerjaan yang dimiliki Topas TV ditengah kuatnya persaingan dalam industri TV berbayar di Indonesia dan tingginya ketergantungan perusahaan terhadap karyawan yang dimilikinya, maka fenomena kemangkiran ini menjadi sesuatu yang harus segera ditangani oleh perusahaan. Hal tersebut senada dengan pernyataan Albrecht (2010 : 180) bahwa: *“Engaged employees would be more likely to display organizational citizenship behaviours, be more productive, and indicate low turnover and absence rates than non-engaged employees.”*.

Adanya fenomena yang mengindikasikan rendahnya kinerja yang digambarkan oleh menurunnya pencapaian target triwulan 1 tahun 2016 dan *employee engagement* yang digambarkan oleh kemangkiran karyawan membuat

General Manager Topas TV area Jawa Barat meminta peneliti untuk melakukan penelitian terkait *employee engagement* dan kinerja.

Hasil penelitian tersebut dibutuhkan oleh Topas TV area Jawa Barat dikarenakan Topas TV area Jawa Barat mempunyai target penjualan paling besar dibandingkan area lain di Indonesia, sehingga membutuhkan *engagement* yang tinggi untuk menunjang kesuksesan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dan juga mengingat bahwa belum pernah dilakukannya penelitian terkait *employee engagement* dan kinerja, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh faktor – faktor *employee engagement* menurut Schiemann terhadap kinerja karyawan Topas TV Regional Jawa Barat”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

1. Bagaimana faktor-faktor *employee engagement* di Topas TV Regional Jawa Barat?
2. Bagaimana kinerja karyawan Topas TV Regional Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh faktor-faktor *employee engagement* terhadap kinerja karyawan Topas TV Regional Jawa Barat?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui seberapa tinggi faktor-faktor *employee engagement* yang terjadi di Topas TV Regional Jawa Barat.
2. Mengetahui seberapa tinggi kinerja karyawan Topas TV Regional Jawa Barat.
3. Mengetahui pengaruh faktor-faktor *employee engagement* terhadap kinerja karyawan Topas TV Regional Jawa Barat.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dari segi bisnis penelitian ini memberikan masukan terhadap perusahaan tentang pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan, yang akan berdampak pada kualitas pelayanan perusahaan. Sebagai perusahaan yang memberikan layanan sebagai produk utama, kinerja karyawan menjadi faktor yang diandalkan agar pelayanan yang diberikan kepada customer tetap prima. Apabila hal ini tidak disadari oleh perusahaan, akan menimbulkan kerugian di masa yang akan

datang. Penelitian ini bisa dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan yang strategis terkait karyawan.

Dari segi akademis, penelitian tentang *employee engagement* di Topas TV belum pernah dilakukan sebelumnya. Maka, penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penulisan thesis dibagi ke dalam 5 Bab. Bab 1 merupakan PENDAHULUAN yang berisi latar belakang masalah yang akan diteliti dan rencana penelitian yang akan dilakukan.

Bab 2 merupakan TINJAUAN PUSTAKA yang berisi uraian hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik penelitian, kajian pustaka tersebut berisi tentang teori-teori baku dalam buku teks yang menggunakan teori *employee engagement* dari Schiemann (2011) dan teori kinerja dari Ivancevich (2002) maupun temuan-temuan baru yang ditulis dalam jurnal.

Bab 3 merupakan METODE PENELITIAN, yang berisi metode, pendekatan dan teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

Bab 4 merupakan HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, yang berisi hasil penelitian dan pembahasannya yang diuraikan secara sistematis, sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

Bab 5 merupakan KESIMPULAN DAN SARAN, yang berisi penafsiran dan pemaknaan penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang disajikan dalam kesimpulan penelitian baik dengan uraian padat, ataupun penjelasan perbutir. Dan juga saran yang berisikan implikasi kesimpulan dan berhubungan dengan masalah, dan alternatif pemecahan masalah.

Selain berisi bab-bab utama tersebut, thesis ini juga dilengkapi dengan Intisari, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Pustaka dan Lampiran.