

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Asia Tenggara tercatat pernah terserang guncangan hebat, berdasarkan Purnamasari (2017) negara-negara Asia Tenggara mengalami krisis moneter yang mengakibatkan hampir seluruh nilai tukar negara di Asia Tenggara mengalami depresiasi. Sistem nilai tukar mengambang (*free floating exchange rate*) yang diaplikasikan di Indonesia kala itu untuk menggantikan sistem nilai tukar mengambang terkendali (*managed floating*) kemudian diambil pemerintah Indonesia lantaran pemerintah kelabakan menahan serangan spekulasi mata uang dan nilai utang jatuh tempo swasta luar negeri yang besar pun tak cukup menjadikan mata uang Indonesia kebal dari depresiasi. Laos tercatat sebagai negara di Asia Tenggara dengan depresiasi mata uang terbesar dengan 161,78 % depresiasi terhadap dollar Amerika, disusul Thailand, Myanmar, Vietnam, Kamboja, Malaysia, Singapura dan negara yang tergabung dalam ASEAN lainnya..

Permasalahan tersebut bermula dengan gagal bayar negara Thailand dalam membayar utang luar negerinya. Hal ini didasarkan pada tindakan negara dengan karakteristik macan Asia Timur (Thailand, Indonesia Malaysia dan Korea Selatan) yang membentuk besarnya pinjaman dengan mata uang asing, dan tindakan investasi spekulatif pada real estate dan koreksi terhadap dollar Amerika. Akibat dari tindakan tersebut maka *overvaluation* menggerogoti mata uang negara dengan karakteristik macan Asia Timur tersebut meski harga domestik mereka sedang meningkat.

Indonesia sebagai salah satu dalam negara berjulukan macan Asia tersebut bukan hanya memiliki permasalahan itu, ada pula permasalahan pemerintahan yang melaukan tindakan korupsi, 1,4 juta orang di PHK, harga barang pokok

naik, industri otomatis krisis, harga rumah sakit dan obat naik, IHSG jatuh hingga kepercayaan masyarakat yang rendah sehingga membuat pemberi modal enggan menaruh uangnya di Indonesia.

Pemerintah Indonesia saat itu pun tidak tinggal diam, dengan sadar Indonesia pun berbenah, reformasi ekonomi dilaksanakan secepatnya oleh pemerintah Indonesia. Hal itu dilengkapi dengan pernyataan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Indonesia saat itu Tunky Ariwibowo dalam (Ahsan, 2018) se usai bertemu wakil Menteri keuangan Amerika Serikat sebagai bentuk dukungan Amerika dalam menjalankan program-program yang didukung IMF, bahwa Indonesia akan menjadikan sektor ekspor dan sektor riil (UKM) sebagai prioritas dalam reformasi ekonomi tersebut.

Tercatat dalam data BPS penyerapan tenaga kerja pada tahun 1997 menunjukkan perusahaan kecil 57,40 juta (87,62%), perusahaan sedang 7,7 juta (11,75%) dan perusahaan besar 0,393 juta (0, 61%). Sedangkan pada 1998 menunjukkan perusahaan kecil 57,34 juta (88,66%), perusahaan sedang 6,9 juta (10,78%) dan perusahaan besar 0,364 juta (0, 56%) hal ini membuktikan bahwa dalam keadaan krisis sekalipun penyerapan tenaga kerja terbanyak masih dipegang oleh perusahaan kecil.

Dukungan pengembangan UKM tentunya sangat penting dilakukan, mengingat mampu menyerap tenaga kerja paling banyak dibanding jenis usaha besar, lebih jauh UKM adalah jenis usaha yang mampu menumbuhkan PDB (Produk Domestik Bruto) paling besar daripada jenis usaha besar. Hal ini membuktikan bahwa UKM merupakan tameng perekonomian suatu negara, yang mana tidak bergantung pada modal asing dalam menjalani kegiatan bisnisnya. Permasalahan yang ada pada Indonesia saat itu adalah terlalu banyak bergantung pada modal asing yang tentunya membuat negara kita rentan terjadinya krisis.

*Online Market Place* di Indonesia era 1998-1999 itu masih menjadi sebuah hal tabu. Maklum, dunia jual beli online jarang terjadi di Indonesia melainkan orang-orang yang sudah memiliki komputer dengan spesifikasi tertentu dan koneksi internet yang memungkinkan berselancar di dunia maya.

Seiring berjalannya waktu, sejalan dengan perkembangan gawai yang kian marak seperti dirilisnya WAP atau (*Wireless Application Protocol*) sehingga memungkinkan pengguna gawai berselancar didunia maya dengan hanya *gadget* digengamannya. Era baru tersebut lah makin mulai dilirikinya pengiklanan digital dan transaksi didalamnya. Masuk era 2000-an maka arus perkembangan teknologi gawai kian merajalela. Mulai dari dirilisnya handphone dengan kamera sehingga memungkinkan melakukan swafoto hingga kebutuhan komersil.

Arus perkembangan teknologi gawai tidak berhenti sampai disitu, Iphone melalui perusahaan Apple berhasil memproduksi gawai *handheld* yang mampu bekerja pada koneksi 3G pada tahun 2007. Sehingga memungkinkan setiap orang untuk melakukan percakapan digital (*chatting*), berselancar (*browsing*) hingga memungkinkan semakin maraknya kegiatan ekonomi digital. Hal ini kian menjadi perhatian besar tatkala pada saat itu aplikasi didalam handphone sudah kian terbuka untuk dikembangkan, hingga mendorong perusahaan-perusahaan di dunia mentransfomasikan perusahaan konvensionalnya menjadi perusahaan digital dengan harapan mampu menyentuh pasar lebih luas dan tentunya merangsang pertumbuhan perusahaan.

Hal ini mudah dibuktikan dengan semakin tingginya konversi pengusaha barang dan jasa dari yang biasanya memasarkan produknya secara konvensional hingga menggunakan teknologi sebagai media operasionalnya. Beragam aspek ekonomi hingga ekonomi kreatif seolah menunjukkan kemampuan dan potensinya sendiri sendiri. Mulai satu abad belakangan ini dengan perkembangan teknologi komunikasi yang kian berkembang. Menandakan pengembangan bisnis dari perusahaan konvensional ke perusahaan digital. Dunia digital sendiri lebih sering dikatakan sebagai perusahaan FinTech (*Financial Technology*) yang ditandakan dengan merebaknya inovasi dibidang jasa finansial dengan penyedia jasa jual beli barang dan jasa menggunakan internet.

Perkembangan dunia ekonomi digital itu juga ditandai dengan masuknya aplikasi perangkat lunak sebagai transformasi toko konvensional, tak berhenti pada sektor perdagangan semata, sektor industri, sektor pertanian, perikanan jasa sekuritas, dan lain sebagainya tak luput dari lahan perkembangan bisnis dalam dunia ekonomi digital.

Dunia ekonomi digital kian menghasilkan dengan ditandai begitu banyak berdirinya perusahaan rintisan/ *startup* diberbagai penjuru dunia. *Startup* sendiri menurut (Ranking, n.d.-b) adalah “*An organization with high innovation competence and strong technological base, which has the faculty of an accelerated growth and maintains independence through time. The max lifespan should be of 10 years*” atau dapat diartikan sebuah organisasi dengan kompetensi inovasi tinggi dan basis teknologi yang kuat, yang memiliki fakultas pertumbuhan yang dipercepat dan mempertahankan independensi melalui waktu. Umur maksimal perusahaan harus 10 tahun.

*Startup* merupakan bisnis yang banyak dibuat oleh setiap individu manusia. Kata *startup* merupakan sebuah kata serapan yang berasal dari bahasa Inggris yang artinya adalah tindakan atau proses yang dimulai untuk membangun sebuah usaha atau organisasi. Paul Graham menafsirkan “*a start-up is a company designed to grow fast. The only essential thing is growth. Everything else we associate with start-ups follows from growth*” *startup* merupakan sebuah perusahaan yang didesain untuk berkembang dengan cepat. Baru dirintis tidak serta merta membuat sebuah perusahaan menjadi *startup*. Perusahaan dengan label *startup* tidak harus bergerak di bidang teknologi, memperoleh dana dari *investor*, dan melakukan *exit*. Hal yang paling penting adalah berkembang dengan cepat. Semua hal yang berkaitan dengan *startup* akan mengikuti perkembangan perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2014) pengguna internet di Indonesia dengan total 88,1 juta pengguna. Dengan demikian, pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 16,2 juta jiwa dari total 71,9 juta pengguna di tahun 2013 dan tentunya akan selalu bertambah setiap tahunnya. Sehingga, hal ini menjadi



peluang besar bagi perusahaan *startup* baru untuk masuk dan berkembang. Perkembangan di bidang industri digital akan semakin maju dan menghasilkan output yang memuaskan.(Pratama, 2016)

Beberapa kategori *startup* yang bisa dikategorikan melalui nilai valuasi setiap perusahaan-perusahaan *startup* tersebut. Kategori tersebut ialah, *Unicorn* (US\$1 miliar), *Decacorn* (US\$10 miliar), dan *Hectocorn* (US\$100 miliar) (CNN, n.d.)

Menurut Zaech & Baldegger (2017) kepemimpinan pada perusahaan ekonomi digital atau *startup* sangat mempengaruhi performa dari *startup* itu sendiri. Khususnya keempat indikator dalam kepemimpinan tranformasional sangat mempengaruhi secara signifikan terhadap performa perusahaan

Dalam skala dunia, (Ranking, n.d.-a) mencatat jumlah perusahaan *startup* yang sudah ada adalah sedikitnya 70.000 ‘Tujuh puluh ribu’ perusahaan *startup* dan dipuncaki oleh negara Amerika Serikat dengan jumlah *startup* 48.070 ‘Empat puluh delapan ribu tujuh puluh’ perusahaan. Hal ini membuat negara Amerika Serikat mendapatkan pertumbuhan ekonomi sangat signifikan dan *startup* adalah peran penting dalam pertumbuhan tersebut. Tidak kalah, Indonesia juga dari puluhan negara yang ada dunia penempati urutan ke lima dengan total *startup* 2.182 ‘Dua ribu serratus delapan puluh dua’ hal ini tentu saja menjadikan pertumbuhan ekonomi Indonesia naik secara signifikan sebab hadirnya perusahaan *startup* di Indonesia.

Betapa tidak, sukseksi *startup* gojek yang masuk pada gelar *decacorn* kemudian disusul oleh 4 perusahaan *startup* pada gelar *unicorn* seperti Tokopedia, Ovo, Bukalapak dan Traveloka. Hal ini menandakan bahwa pergerakan ekonomi digital Indonesia kian marak dengan proyeksi penambahan 44 *startup* bergelar Unicorn.

Dengan perkembangan *startup* di Indonesia yang begitu cepat bukan berarti tidak ada kendala sama sekali, dalam wartaekonomi.co.id (Clara Aprilia Sukandar, 2019) mengungkapkan bahwa terdapat 46% karyawan yang keluar dari perusahaan menengah dengan 200 hingga 500 karyawan dengan alasan

kecewa karena tidak samanya persyaratan pekerjaan dengan keinginan pekerjaan yang mereka inginkan.

Ketidakmampuan karyawan untuk melampaui persyaratan pekerjaan bukan hanya dirasakan oleh *startup* ber-kategori menengah, permasalahan kekecawaan karyawan lantaran tidak samannya persyaratan kerja dengan keinginan karyawan juga berangsur naik mulai dari *startup* kecil dengan jumlah 20 hingga 200 karyawan pada 37% meski pada perusahaan teknologi besar dengan jumlah 500 atau lebih karyawan cenderung mampu menekan permasalahan tersebut menjadi 26%.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti telah melakukan *pra-riset* kepada 30 responden yakni karyawan *startup* di Jakarta Selatan untuk mengumpulkan faktor-faktor potensial yang akan kemudian akan mengarahkan peneliti untuk mengambil faktor tersebut sebagai variabel yang akan diteliti pengaruhnya terhadap *Organizational Citizenship Behavior*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* menurut (Wirawan, 2014) dapat dilihat pada tabel I.1

**Tabel I.1**

**Hasil Pra Riset Faktor yang Mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior***

No	Faktor-Faktor	Ya		Tidak		Jumlah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Kepribadian	19	63,3	11	36,7	30	100
2	Budaya Organisasi	20	66,7	10	33,3	30	100
3	Iklim Organisasi	20	66,7	10	33,3	30	100
4	Kepuasan Kerja	11	36,7	19	63,3	30	100

5	Komitmen Organisasional	26	86,7	4	13,3	30	100
6	Kepemimpinan Transformasional	27	90	3	10	30	100
7	<i>Servant Leadership</i>	17	56,7	13	43,3	30	100
8	Keterliabatan Kerja	14	46,7	16	53,3	30	100
9	Keadilan Organisasi	13	43,3	17	56,7	30	100

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2020)

Dari beberapa data diatas mengikhtisarkan bahwa kepemimpinan transformasional sangat dibutuhkan bagi perusahaan digital/ *startup*. Kepemimpinan transformasional yang baik pada perusahaan digital/ *startup* akan membawa pada karyawan yang memiliki kinerja yang efektif dan efisien, dan mempunyai karakter serta perilaku yang baik dalam aktivitasnya di perusahaan yang erat kaitannya dengan perilaku organisasional kewarganegaraan. Sementara sebaliknya, pemimpin yang enggan melakukan transformasi dalam mengelola perusahaan termasuk sumberdaya manusia/ karyawan maka visi misi perusahaan akan galat tercapai. Komitmen organisasional sebagai perilaku dalam lingkungan karyawan hingga pimpinan menjadi aspek dalam. Untuk menjadi pertanda yang akan menentukan suksesi visi misi perusahaan.

Tentunya dimensi komitmen organisasional memiliki pengaruh terhadap perilaku organisasional kewarganegaraan dengan kebiasaan bertahan dan sulit berpindah dari organisasi lama ke organisasi baru. Karena komitmen organisasi yang buruk akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam bersikap selalu membantu orang lain, mengambil langkah-langkah untuk mencoba mencegah masalah dengan rekan kerja, selalu mengikuti pengumuman dan informasi perusahaan, merasa tidak perlu menambah jam istirahat, hingga mampu menganalisis kesalahan yang dilakukan organisasi untuk diperbaiki

Hal tersebut semakin dikuatkan bahwa dengan semakin baiknya *Organizational Citizenship Behavior* pada karyawan maka perusahaan akan mengalami peningkatan efektivitas (Zaech & Baldegger, 2017)

Berdasarkan latar belakang penelitian yang ditulis dalam bahasan diatas. Maka, penulis rasa perlu adanya penelitian mengenai hal tersebut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Komitmen Organisasional Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* pada Karyawan *Startup* Perdagangan di Jakarta Selatan”**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, *Organizational Citizenship Behavior* memiliki permasalahan yang menarik untuk diteliti, adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap *Organizational Citizenship Behavior*?
2. Apakah terdapat pengaruh Komitmen Organisasional terhadap *Organizational Citiznehship Behavior*?
3. Apakah terdapat pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Komitmen Organisasional terhadap *Organizational Citizenship Behavior*?

### **C. Kegunaan Penelitian**

Penelitian tentang pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Komitmen Organisasional terhadap *Organizational Citizenship Behavior* yang dilaksanakan pada *startup* perdagangan di Indonesia memiliki kegunaan antara lain:

#### **1. Teoritis**

- a. Menambah pengetahuan yang dapat digunakan untuk mengembangkan sumber daya manusia di dunia kerja
- b. Sebagai sumber rujukan dan saran bagi penelitian dengan variabel dan alat penelitian yang lain untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Praktis**

- a. **Bagi Peneliti**



Penelitian ini akan menjadi acuan bagi peneliti untuk studi literatur, pengamatan maupun penelitian terkait sumber daya manusia dan *Organizational Citizenship behavior* ditempat kerja di masa mendatang.

**b. Bagi startup perdagangan di Jakarta**

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan dan bahan evaluasi untuk seluruh *startup* baik yang sudah mencapai level decacorn maupun *startup* yang belum memiliki valuasi sebesar \$1 Juta, terutama kepada bagian SDM, untuk memperhatikan karyawan agar semakin terlibat langsung dalam pekerjaannya.

**c. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi berupa kajian literature yang dapat digunakan bagi mahasiswa yang hendak meneliti masalah ini, dan para civitas akademika yang fokus mengkaji dalam bidang sumber daya manusia.

**D. Kebaruan Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Merta (2017) dan Purnomo & Hadi (2019) subjek penelitian yang digunakan adalah pegawai kantor Inspektoran kabupaten badung dan pekerja dalam 4 perusahaan konstruksi bangunan yang ada di Jakarta. Kebaruan penelitian ini diantaranya adalah perubahan konteks provinsi yang berbeda dan alat teknologi baru, dengan mengambil objek penelitian pada perusahaan *startup* dan karyawannya sebagai subjek dari sektor perdagangan dalam perusahaan *startup* yang ada di wilayah Jakarta Selatan dan penggunaan aplikasi *IBM SPSS* versi 25 dan *Microsoft Excel Professional Plus* 2016. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan perilaku yang baik pada perusahaan sehingga karyawan dapat bekerja secara efektif dan mampu meningkatkan kepuasan pengguna dan pelanggan pada perusahaan *startup* perdagangan di Indonesia