BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini menjadi lebih cepat sebagai akibat dari globalisasi yang menutut perusahaan untuk melakukan perubahan. Perubahan yang begitu cepat dan berbagai dampak yang ditimbulkan, menuntut perusahaan untuk mengoptimalkan proses operasional yang lebih efesien, serta tidak kehilangan kesempatan dalam bersaing di pasar global. Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor terpenting bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Perusahanan dituntut untuk melakukan pengelolaan terhadap sumber daya manusia agar peran karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan dapat maksimal.

Untuk memaksimalkan peran karyawan dalam bekerja, komitmen organisasional sangat penting agar karyawan termotivasi untuk melakukan pekerjaan dengan maksimal. Komitmen organisasional akan menimbulkan katerikatan, yang dapat menciptakan loyalitas dan upaya ekstra karyawan dalam bekerja. Patiar & Wang (2016) dalam Makumbe (2024) menyatakan bahwa karyawan yang memiliki komitmen pada sebuah perusahaan akan menunjukkan loyalitasnya dengan bersedia berpartisipasi terhadap efektivitas organisasi. Pada akhirnya, hal ini akan bermanfaat dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Untuk menumbuhkan komitmen organisasional karyawan dibutuhkan pemimpin yang mampu memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan serta loyal terhadap perusahaan. Winardi (2012) dalam Rivai (2020) mengatakan bahwa

kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang akan memotivasi karyawan untuk bekerja dan mencapai tujuan perusahaan. Kepemimpinan transformasional akan mengarahkan perusahaan untuk mencapai perubahan yang dibutuhkan dengan memotivasi karyawan dengan nilai-nilai yang dimilikinya. Pemimpin transformasional berperan menjadi panutan untuk menghasilkan rasa identitas karyawan kepada organisasi sehingga meningkatkan komitmen karyawan (Zeeshan *et al.*, 2020).

Untuk meningkatkan komitmen organisasional karyawan, perusahaan harus menjadi tempat yang dipandang oleh karyawan sebagai tempat kerja yang baik. *Employer branding* merupakan citra yang dibentuk oleh perusahaan untuk membedakannya dengan yang lain dari sudut pandang karyawan. Menurut Botella-Carrubi *et al.* (2021) saat ini para kandidat karyawan lah yang memilih pemberi kerja, terutama mereka yang mempunyai kemampuan terbaik. Saat ini perkembangan teknologi sangat maju, karyawan dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan yang akan dituju melalui bantuan media sosial (Ananda & Santosa, 2024). Perusahaan harus memposisikan diri dengan baik dalam media sosial dengan *employer branding* yang menarik.

Employer branding bertujuan untuk menarik, mempertahankan dan merekrut talenta potensial dengan menerapkan nilai-nilai strategis organisasi. Esteban (2012) dalam Botella-Carrubi *et al.*, (2021) mengungkapkan bahwa *employer branding* akan menciptakan budaya yang mendukung pengembangan professional dan iklim organisasi yang baik, sehingga dapat menghasilkan komunikasi internal yang berkualitas, kondisi kerja yang optimal dan kerja sama tim yang baik sehingga

mendorong karyawan untuk merasa berkomitmen kepada organisasi dan mencapai tujuannya.

Perusahaan membutuhkan karyawan yang kompeten untuk memaksimalkan proses operasional perusahaan. Untuk mendapatkan karyawan dengan kriteria tertentu, perusahaan harus bersaing dengan perusahaan yang lain tentang bagaimana menarik kandidat karyawan terbaik dengan kriteria yang diinginkan untuk bergabung dengan perusahaan. Hal ini mendorong perusahaan untuk merancang strategi untuk bersaing di pasar tenaga kerja untuk menjadi pilihan yang terbaik bagi karyawan (Botella-Carrubi *et al.*, 2021).

Untuk mencapai *employer branding* yang baik, maka peran pemimpin transformasional juga dibutuhkan. Menurut Bloom & McClellan (2016) dalam Zeeshan *et al.* (2020) pemimpin transformasional dapat menciptakan lingkungan kerja yang baik, menjadi panutan, menginspirasi, dan memotivasi karyawan. Kepcercayaan dan loyalitas yang berkembang di dalam perusahaan akan menciptakan citra bahwa perusahaan menjadi tempat di mana karyawan berkerja dengan senang hati dan merasa terhormat. Pada akhirnya untuk menciptakan karayawan yang memiliki komitmen organisasional, peran pemimpin transformasional dan *employer branding* yang sekaligus menjadi perantara kepemimpinan transformasional dan komitmen organisasional menjadi penting.

Perusahaan yang menjadi objek dari penelitian adalah Toko Roti Mama *Bakery*. Alasan pemilihan Toko Roti Mama *Bakery* sebagai objek penelitian karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang mempunyai reputasi yang kuat sebagai toko roti di Kabupaten Klaten dengan total 9 cabang. Dengan

banyaknya jumlah cabang yang dimiliki, dapat memperkuat citra perusahaan sebagai tempat yang baik untuk berkerja. Pemilihan objek Toko Roti Mama *Bakery* diperkuat dengan adanya satu *general manager* yang membawahi semua cabang dan dapat menjadi *role model* bagi semua karyawan, sehingga penyampaian visi misi dan tujuan perusahaan dapat serupa ke seluruh cabang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap komitmen organisasional dengan *employer branding* sebagai mediasi. Dengan komitmen organisasional yang tinggi, maka akan membantu dalam mencapai tujuan organisasi. Praktik kepemimpinan transformasional di era ini akan mendorong *employer branding* yang kuat dan sesuai, yang pada tujuannya akan mengoptimalkan komitmen organisasional yang dimiliki oleh karyawan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap komitmen organisasional karyawan Toko Roti Mama *Bakery*?
2. Apakah kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap *employer branding* karyawan Toko Roti Mama *Bakery*?
3. Apakah *employer branding* berpengaruh terhadap komitmen organisasional karyawan Toko Roti Mama *Bakery*?

4. Apakah *employer branding* memediasi pengaruh antara kepemimpinan transformasional dan komitmen organisasional karyawan Toko Roti Mama *Bakery*?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan spesifik, peneliti membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Kepemimpinan transformasional menurut Patiar & Wang (2016) dalam Makumbe (2024) merupakan model kepemimpinan yang dapat merancang visi yang menarik dan menginspirasi karyawan untuk mencapai visi tersebut serta mempertimbangkan dan memenuhi kebutuhan karyawan.
2. Komitmen organisasional menurut Mowday *et al.* (1974) dalam Patiar & Wang (2016) bentuk keterikatan karyawan pada perusahaan tempat mereka bekerja yang ditandai dengan niat untuk tetap berada di organisasi dan kesediaan mereka untuk berkonstribusi dalam efektivitas perusahaan.
3. *Employer branding* merupakan upaya perusahaan untuk membedakan perusahaannya dengan perusahaan lain. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk membentuk *personal branding* tertentu bertujuan untuk memberitahukan kepada karyawan bahwa perusahaan tersebut adalah tempat yang baik untuk bekerja (Nanjundeswaraswamy *et al.*, 2022). Penelitian ini dibatasi dalam lingkup internal perusahaan untuk memfokuskan analisis pada bagaimana karyawan memandang perusahaan sebagai tempat berkerja yang baik.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap komitmen organisasional pada karyawan Toko Roti Mama *Bakery*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap *employer branding* pada karyawan Toko Roti Mama *Bakery*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *employer branding* terhadap komitmen organisasional pada karyawan Toko Roti Mama *Bakery*.
4. Untuk menganalisis peran *employer branding* dalam memediasi pengaruh antara kepemimpinan transformasional terhadap komitmen organisasional pada karyawan Toko Roti Mama *Bakery*.

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk

1. Manfaat Teoritis

   Memberikan referensi teoritis untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubuungan dengan kepemimpinan transformasional, komitmen organisasional, dan *employer branding*.

2. Manfaat Praktis

   Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Toko Roti Mama *Bakery* tentang pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap komitmen organisasional *employer branding* sebagai mediasi. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat menjadi

referensi bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap gaya kepemimpinan dan *employer branding* terhadap komitmen organisasional karyawan Toko Roti Mama *Bakery*

1.6. Sistematika Penulisan

Sitematika penulisan laporan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menggambarkan penelitian secara umum yang disajikan dalam latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika laporan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka berisi penjelasan teori-teori dasar yang berkaitan dengan topik penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi penjelasan mengenai lokasi penelitian, dan objek penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, data penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, instrument penelitian, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil penelitian yang telah diolah menggunakan metode yang sesuai untuk membuktikan hipotesis, serta diakhiri dengan pembahasan.

BAB V Penutup

Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dihasilkan dari analisis serta pembahasan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran.