

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Untuk mendirikan perusahaan yang baik akan ditentukan dengan kemampuan sumber daya manusia yang terdapat di dalam suatu perusahaan tersebut. Sumber daya manusia akan menentukan seberapa jauh pemanfaatan sumber daya lainnya dimanfaatkan dengan baik. Dengan melakukan pengelolaan sumber daya manusia diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas kerja serta dapat mencapai tujuan awal yang telah direncanakan.

Sumber daya manusia dalam suatu organisasi disadari memiliki peran sebagai aset terpenting dalam berbagai sumber daya dalam organisasi. Sumber daya manusia pada hakikatnya berperan sebagai pemilik ide dan perencana agar tercapainya suatu tujuan organisasi. Sumber daya manusia dapat didefinisikan bahwa semua manusia yang ikut terlibat dalam proses suatu organisasi yang berupaya mewujudkan tujuan organisasi, setiap masing-masing individu juga memiliki kebutuhan dan tujuan yang berbeda (Qomariah 2020)

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi, kinerja karyawan merupakan salah satu faktor yang akan menentukan ketercapaian tujuan dari suatu perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan kinerja karyawannya. Kinerja pada dasarnya adalah kegiatan yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan. Kinerja pada karyawan dapat ditentukan dari seberapa besar kontribusi yang diberikan kepada organisasi, antara

lain termasuk kemampuan individual untuk melakukan pekerjaan tersebut, tingkat usaha yang dicurahkan, dan dukungan organisasi.

Setiap kinerja mempunyai tingkat yang berbeda-beda dalam pengerjaan tugas yang telah dibebankan kepada suatu karyawan, dan kinerja yang baik yaitu menentukan pencapaian produktifitas perusahaan. Namun tidak semua karyawan memiliki kinerja yang baik, nyatanya masih terdapat kinerja karyawan yang kurang baik dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan. Kinerja karyawan yang kurang baik akan menimbulkan permasalahan sehingga akan menghambat suatu tujuan yang telah direncanakan oleh perusahaan. Hal tersebut menjadi sebuah tantangan bagi pihak manajemen karena tolak ukur keberhasilan manajemen ditentukan dengan kualitas sumber daya manusianya. Ketika pihak manajemen bisa mengatasi permasalahan tersebut maka perusahaan akan berjalan dengan efektif.

Setiap organisasi memiliki tujuan mereka masing-masing untuk dicapai, tujuan tersebut akan terpenuhi ketika orang-orang di dalam organisasi mampu melakukan tugas dan pekerjaan mereka dengan baik. Sumber daya manusia sebagai salah satu aset organisasi yang paling penting perlu dikelola, diatur, dan dipelihara dengan baik melalui manajemen sumber daya manusia. MSDM fokus pada serangkaian kegiatan yang meliputi pelatihan, perekrutan karyawan baru, mentoring karyawan, dan pemberian manfaat atau kompensasi bagi karyawan. Serangkaian kegiatan tersebut harus dilaksanakan dengan efektif agar memperoleh sumber daya manusia yang baik untuk perusahaan. Melihat betapa pentingnya peran sumber daya manusia di dalam suatu organisasi maka penting bagi suatu

organisasi untuk memiliki SDM yang berkualitas dan bertalenta, yang nantinya mampu membantu memperoleh tujuan organisasi. Oleh karena itu, manajemen SDM memiliki peranan yang krusial untuk memperoleh, meningkatkan, serta mempertahankan kualitas tenaga kerja di dalam perusahaan dengan merekrut tenaga-tenaga kerja profesional yang bertalenta dan memiliki keterampilan yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan lapangan pekerjaan yang semakin luas, merekrut tenaga kerja yang bertalenta menjadi semakin sulit. Perubahan dunia bisnis yang sangat cepat ini, mengharuskan organisasi untuk melakukan pengembangan internal dengan membutuhkan SDM yang berkualitas dan berkompeten. Oleh karena itu organisasi harus membedakan diri mereka untuk menarik dan mempertahankan karyawan. Diferensiasi yang dapat dilakukan organisasi/perusahaan untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang berkualitas dan berkompeten adalah dengan menawarkan manfaat dan nilai tambah yang unik. Para pelamar kerja akan lebih tertarik untuk mendaftarkan dirinya bekerja pada perusahaan yang menawarkan sejumlah manfaat lebih bagi karyawannya, penawaran seputar pengembangan karir yang baik, insentif atau penghargaan, lingkungan kerja yang mumpuni, serta hubungan antara orang-orang dalam perusahaan yang terjalin dengan baik. Janji perusahaan terkait dengan manfaat yang ditawarkan bagi karyawan dan calon karyawannya dikenal dengan istilah *Employee Value Proposition* (EVP). EVP menjadi alasan untuk karyawan dan calon karyawan bekerja pada perusahaan dan mencerminkan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang mengelola EVP mereka secara efektif

mendapat manfaat dari peningkatan kumpulan bakat dan keterlibatan karyawan mereka, serta potensi penurunan biaya gaji. Selanjutnya, perusahaan perlu memastikan bahwa orang-orang memahami nilai dan manfaat yang mereka tawarkan dengan mengkomunikasikannya melalui *employer branding* (Ramdhani 2022).

Employer branding merupakan strategi sumber daya manusia yang digunakan untuk menarik, merekrut, dan mempertahankan karyawan yang berkualitas. Konsep *employer branding* awalnya dikembangkan oleh Ambler & Barrow (1996) di dalam penelitiannya, dimana pemberi kerja (*employer*) dapat dilihat dari merek (*brand*). Konsep tersebut berasal dari konsep *marketing brand* yang kemudian dikembangkan melalui sudut pandang manajemen sumber daya manusia. Konsep *marketing brand* digunakan untuk menarik dan mempertahankan konsumen sehingga pada konsep MSDM *brand* digunakan untuk menarik dan mempertahankan karyawan. Konsep *employer branding* ini kemudian menarik perhatian para pemberi kerja dalam hal ini perusahaan, untuk menggunakan *employer branding* sebagai strategi untuk mengembangkan sumber daya manusia di dalam perusahaannya (Ambler dan Barrow 1996).

Employer branding merupakan representasi citra perusahaan sebagai tempat kerja yang dapat menciptakan permintaan yang tinggi dengan menarik kandidat-kandidat berbakat. Oleh karena itu, *employer branding* yang kuat dapat dengan mudah menarik talenta yang tepat. *Employer branding* menyangkut reputasi organisasi sebagai pemberi kerja dan nilainya bagi karyawannya yang berperan sebagai merek yang membedakan perusahaan tersebut dengan pesaing lain di pasar

tenaga kerja. *Employer branding* didefinisikan sebagai paket manfaat fungsional, ekonomi, dan psikologis yang diberikan oleh pekerjaan, dan diidentifikasi dengan perusahaan yang mempekerjakan (Collins dan Stevens 2002).

Perusahaan dengan *employer branding* yang baik dapat menarik mempengaruhi pandangan calon karyawan untuk bekerja di perusahaan tersebut sebab *employer branding* berpengaruh pada ketertarikan, kepuasan, keterlibatan, dan komitmen karyawan, yang semuanya terkait dengan produktivitas yang lebih besar. Dengan begitu, perusahaan mendapat dampak positif dimana karyawan yang merasa puas, terlibat, dan berkomitmen merupakan suatu wujud dari karyawan yang terikat atau *engage* yang akan menghasilkan perusahaan dengan karyawan yang memiliki kinerja yang baik.

Selain *employer branding*, keterikatan karyawan (*employee engagement*) merupakan sebuah konsep yang juga diyakini dapat meningkatkan kinerja karyawan, karena *employee engagement* itu sendiri adalah keadaan dimana anggota dari sebuah organisasi melaksanakan peran kerjanya, bekerja dan mengekspresikan dirinya secara fisik, kognitif, dan emosional selama menunjukkan kinerja mereka. Pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan sangat penting, karena rasa keterikatan (*engaged*) yang dibangun karyawan dengan perusahaan tempatnya bekerja merupakan hal yang penting. Ketika karyawan merasa puas dan termotivasi maka mereka akan peduli, merasa memiliki, atau mengabdikan diri terhadap organisasi secara maksimal dan berkeja tim untuk meningkatkan kinerjanya bagi organisasi. Karyawan yang memiliki ikatan kuat dengan perusahaan akan

meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya untuk keuntungan dalam perusahaan (Andrian Noviardy 2020).

Keterikatan karyawan atau *employee engagement* mengacu pada suatu kondisi dimana karyawan terikat dengan pekerjaan mereka sepenuhnya dan terikat secara emosional dengan perusahaan tempat mereka bekerja (Lini 2020). *Employee engagement* menggambarkan karyawan yang bersedia menginvestasikan waktu dan usaha mereka dalam pekerjaannya, serta memberikan lebih banyak dari apa yang mereka tawarkan kepada perusahaan sehingga karyawan yang *engaged* akan lebih produktif dibandingkan dengan karyawan lainnya (Parlin dan Izzati 2022). *Employee engagement* digunakan sebagai alat penting yang diperlukan untuk membentuk kembali strategi bisnis dalam suasana ekonomi yang menantang dan tidak dapat diprediksi saat ini. *Engagement* pada karyawan digambarkan melalui semangat, energi, loyalitas yang tinggi terhadap organisasi. Selain itu, karyawan yang *engage* lebih mungkin untuk menetap dan berkomitmen dengan organisasi saat ini (Ramdhani 2022).

Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya merupakan bagian dari PT.Graha Kardia Indonesia, yang beralamat di Jl. Mohammad Hatta No.155, Kalangsari, Kel.Sukamanah, Kec.Cipedes, Kota Tasikmalaya. Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya hadir sebagai rumah sakit yang menyediakan layanan lengkap utamanya penyakit jantung dan bertekad untuk selalu siap melayani pasien sesuai standar mutu dan keselamatan pasien, dengan mengimplementasikan teknologi terkini. Sejalan dengan visi misi rumah sakit yaitu “Menjadi Rumah Sakit Jantung berstandar internasional sebagai rujukan terdepan di Jawa Barat” pengembangan

sumber daya manusia perlu dilakukan secara konsisten dan terstruktur yang bertujuan untuk menjaga mutu perusahaan dan untuk lebih meningkatkan kualitas kinerja karyawan. Selain itu manajemen rumah sakit perlu memahami bagaimana cara terbaik untuk memanfaatkan sumber daya manusia yang tersedia dari latar belakang, dan kemampuan yang beragam guna mendapatkan karyawan secara tepat sesuai dengan keahlian yang dimilikinya.

Hasil wawancara dengan pihak perusahaan menyatakan berdasarkan hasil data kinerja karyawan rumah sakit selama 6 bulan terhitung dari bulan Juli 2023 sampai dengan bulan Desember 2023 masih ada target kinerja karyawan bagian perawat yang belum mencapai target perusahaan yang dapat dilihat pada tabel yang telah penulis sajikan dibawah ini.

Tabel 1. 1
Skor Data Kinerja Perawat Juli – Desember 2023

Bulan	Target (skor)	Realisasi (skor)	Keterangan
Juli	90	88,6	Tidak Tercapai
Agustus	90	89,2	Tidak Tercapai
September	90	92,4	Tercapai
Oktober	90	91,2	Tercapai
November	90	92,6	Tercapai
Desember	90	94,3	Tercapai

Sumber : Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat kinerja karyawan di perusahaan tersebut masih ada beberapa waktu yang tidak mencapai target perusahaan, yang berarti bahwa masih terdapat beberapa karyawan bagian perawat Rumah Sakit

Jantung Kota Tasikmalaya yang belum memberikan kualitas kinerja yang baik. Kurangnya sikap dan perasaan positif antara karyawan dan perusahaan diduga menjadi faktor kurang tercapainya suatu tingkat kinerja dalam suatu perusahaan, dimana sikap positif tersebut yang nantinya akan menimbulkan keterikatan bagi karyawan dan komitmen bagi karyawan untuk berusaha bertahan di perusahaan dan memiliki semangat untuk melakukan kinerja yang baik terhadap perusahaan.

Menyadari bahwa *employer branding* dan *employee engagement* akan berdampak dalam meningkatkan kinerja karyawan pada suatu perusahaan, khususnya karyawan bagian perawat di Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya, maka peneliti menganggap faktor *employer branding* dan *employee engagement* ini penting dalam meningkatkan kinerja karyawan pada suatu perusahaan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Employer Branding* Dan *Employee Engagament* Terhadap Kinerja Karyawan**”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, yang menjadi pertanyaan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *employer branding* pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana *employee engagement* pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota tasikmalaya?
3. Bagaimana kinerja karyawan pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya?

4. Bagaimana pengaruh *employer branding* dan *employee engagement* pada kinerja karyawan pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *employer branding* pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *employee engagement* pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja karyawan pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *employer branding* dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan pada karyawan bagian perawat Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif yang berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu :

1. Teoritis

Dapat menjadi tambahan dalam bidang sumber daya manusia dan bahan acuan yang dapat dipergunakan untuk mengkaji mengenai pengaruh *employer branding* dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan.

2. Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai pertimbangan yang berguna mengenai pengaruh *employer branding* dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan khususnya pada karyawan bagian perawat di Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Adapun penelitian ini dilaksanakan di Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya di Jl. Mohammad Hatta No.155 RT.001/RW.020, Kalangsari Kel. Sukamanah Kec. Cipedes Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46131. Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama 6 bulan yaitu dari bulan Desember 2023 sampai Mei 2024 (time *schedule* terlampir).