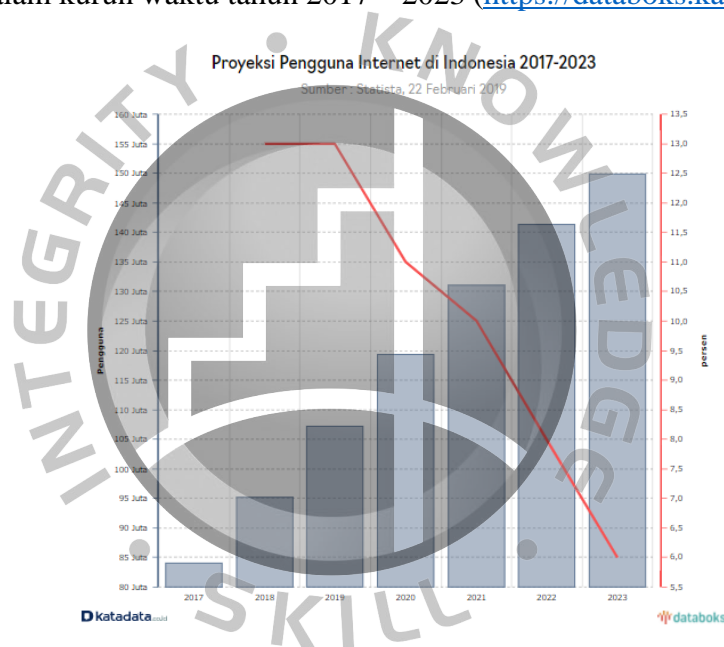


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi terus berkembang dari waktu ke waktu. Salah satu perkembangan teknologi yang sangat dirasakan adalah perkembangan internet. Berikut adalah data proyeksi pengguna internet di Indonesia dalam kurun waktu tahun 2017 – 2023 (<https://databoks.katadata.co.id/>):



Gambar 1.1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017 – 2023

Sumber: Statista, 2019

Keterangan gambar:

Sumbu X = Tahun/Periode

Sumbu Y = Pengguna Internet

— = Trend pertumbuhan internet

Data *Statista* 2019 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada

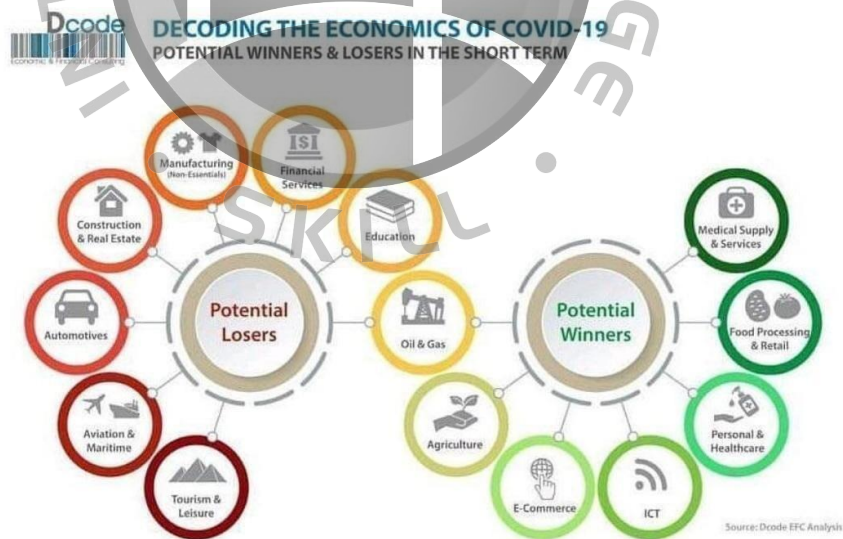
tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Meskipun saat ini belum terdapat data empiris mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019, namun kemungkinan besar angkanya tidak akan jauh meleset dari proyeksi tersebut.

Seperti kita ketahui bersama, sejak awal 2020, bumi kita sedang dilanda oleh pandemic virus Covid-19. Virus ini sudah menyebar ke banyak Negara, termasuk Indonesia. Karena vaksin dari virus ini belum ditemukan, pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat yang kita kenal dengan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Sesuai dengan Pasal 1 Permenkes No 9 Tahun 2020: "Pembatasan Sosial Berskala Besar adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)."

Pembatasan tersebut dapat diartikan bahwa masyarakat melaksanakan aktivitas sehari harinya yang semua diluar rumah, kini harus dari rumah. Hal ini berarti berpengaruh juga terhadap penggunaan internet karena kebanyakan aktivitas masyarakat dilaksanakan secara daring. Alvara Research Center melakukan survey kepada masyarakat dengan kesimpulannya adalah penggunaan internet di Indonesia melonjak cukup signifikan pada masa pandemi Covid-19. CEO Alvara Research Center yaitu Hasanuddin Ali mengungkapkan bahwa sebelum pandemic, rata-rata orang mengakses internet adalah 4-6 jam dalam sehari. Namun pada saat pandemic,

orang rata-rata mengakses internet menembus angka 7-10 jam dalam sehari, (<https://www.inews.id/>).

Salah satu kegiatan dari masyarakat dalam mengakses internet tersebut adalah untuk bertransaksi *Online*. Peningkatan belanja online dimasa pandemic ini terbilang sangat pesat. BPS menyatakan bahwa pada bulan Maret 2020, penjualan online melonjak 320% dari total penjualan online awal tahun, (<https://nasional.kontan.co.id/>). Lonjakan semakin tajam terjadi, penjualan online April 2020 tercatat meningkat 480% dari Januari 2020. Berdasarkan data tersebut, dapat kita simpulkan juga bahwa perusahaan *e-commerce* terbilang aman dari bahaya pandemic yang menerjang. Berdasarkan data dari Dcode, berikut adalah daftar lini bisnis yang berpotensi mengalami kekalahan dan lini bisnis yang berpotensi mengalami keuntungan.



Gambar 1.2 Potential Winner and Losers Covid 19

Sumber: <https://dcodeefc.com/> , 2020

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menyediakan *platform* belanja *online* adalah PT Shopee International Indonesia (Shopee). Shopee adalah *platform e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan. Diluncurkan pada tahun 2015, Shopee bertujuan memberikan pelanggan pengalaman belanja *online* yang mudah, aman dan cepat melalui pembayaran dan dukungan pemenuhan yang kuat, (<https://careers.shopee.co.id/>). Shopee berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat imbas dari kebijakan PSBB. Pernyataan Direktur Shopee Indonesia Handhika Jahja dikutip dari *Antara*, Selasa, 1 September 2020, Shopee mencatat 260 juta transaksi sepanjang kuartal II-2020. Transaksi tersebut meningkat 2,8 juta dari transaksi harian selama pandemi Covid-19. Handhika Jahja juga mengatakan, "(Transaksi) Ini meningkat lebih dari 130 persen dibanding tahun lalu dan ini indikator positif bagi industri digital dan *e-commerce* yang terbukti jadi penyokong kebutuhan masyarakat saat pandemi,"

Berdasarkan fakta tersebut, Shopee harus meningkatkan *employee job performance* karyawannya agar pelayanan terhadap masyarakat yang gencar berbelanja *online* tetap baik, bahkan semakin baik. *Employee job performance* pada dasarnya adalah hasil yang dicapai dan prestasi yang dibuat di tempat kerja. *Employee job performance* mengacu pada menjaga rencana sambil membidik hasil (J. Anitha, 2014).

Visi dari Shopee yaitu menjadi *marketplace* nomor 1 di Indonesia, *Employee job performance* dituntut agar maksimal supaya menghasilkan kesan yang baik dari pengguna, sehingga pengguna Shopee dapat terus menggunakan Shopee dalam aktivitas belanja *online* nya bahkan merekomendasikan ke kerabat atau

keluarganya. Saat ini Shopee telah mencapai visi tersebut dengan menempati peringkat 1 *Ecommerce* terbaik di Indonesia mengalahkan Tokopedia dan Bukalapak (<https://qwords.com>). Tentu saja hal ini menjadi tantangan baru bagi Shopee untuk mempertahankan statusnya tersebut dengan cara meningkatkan *Employee job performance* dari karyawan – karyawannya.

Employee engagement dipercaya sebagai faktor yang berpengaruh terhadap *Employee job performance*. Pada situasi perusahaan saat ini yang mengutamakan pendekatan keunggulan kompetitif, *employee engagement* adalah masalah utama yang kemunculannya menarik perhatiannya suksesi organisasi (Barik dan Kochar, 2017). *Employee engagement* secara umum didefinisikan sebagai tingkat komitmen dan keterlibatan seorang karyawan terhadap organisasi dan nilai-nilainya. Ketika sebuah karyawan terlibat, dia menyadari tanggung jawabnya dalam tujuan bisnis dan memotivasi rekan-rekannya bersama, untuk keberhasilan tujuan organisasi (J. Anitha, 2014).

Berdasarkan wawancara singkat dengan beberapa karyawan tetap Shopee yang bekerja di divisi *content analyst operations*, Shopee sering mengadakan *employee engagement program* yang diselenggarakan oleh masing-masing divisi. Fakta yang ada, *employee engagement program* berjalan di divisi *content analyst operations* setiap 3 bulan sekali. Bentuk dari *employee engagement program* yang terakhir adalah *Team Building* yang diselenggarakan pada bulan 18 September 2020.

Leadership bervariasi antara industri dan organisasi. Kebanyakan pemimpin menyesuaikan gaya kepemimpinan mereka sesuai dengan tuntutan dan lingkungan kerja suatu organisasi (Zahari dan Shurbagi, 2012). Pemimpin yang dapat

meningkatkan *employee engagement* (Wallace dan Trinkka, 2009; Nancy, 2009) adalah: Pemimpin menjadi sumber inspirasi, Pemimpin mengkomunikasikan bahwa karyawan mempunyai peran yang penting dalam kesuksesan perusahaan, Pemimpin memiliki visi yang berorientasi pada masa depan, Pemimpin melibatkan bawahannya terhadap visi yang dimiliki, Pemimpin menjadi mentor/panutan bagi bawahannya, Pemimpin berorientasi pada pentingnya kerja sama dalam team.

Berdasarkan *interview* dengan salah satu karyawan Shopee, fenomena *leadership* yang terjadi di Shopee, meskipun CEO nya berasal dari luar negeri yaitu Chris Feng, namun beliau tetap memperlakukan seluruh karyawan dari berbagai negara dengan cara yang sama tanpa membeda-bedakan sama sekali. Kepemimpinannya juga tetap menjaga *Value* Shopee terutama *Value* “*We Stay Humble*” dikarenakan meskipun saat ini kita berada sebagai *E-commerce* nomor 1 di Indonesia, kita tetap harus bersikap ramah kepada siapapun. Chris Feng juga turut andil dalam setiap kegiatan yang dilakukan dengan memberikan *update* melalui *e-mail* sehingga karyawannya pun merasa terlibat dalam semua kegiatan Shopee. Chris Feng mengirimkan *email* ucapan terima kasih kepada seluruh tim karena *Campaign* Shopee 9.9 berjalan dengan lancar. Tidak ketinggalan, setiap karyawan juga diberikan cinderamata berupa kaos dan *pouch* agar kenangan *Campaign* Shopee 9.9 akan tetap membekas di hati setiap karyawannya.

Training and development dipercaya sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi *employee engagement*. *Training and development* meningkatkan efisiensi dan efektivitas karyawan dan organisasi. *Training and development* tidak hanya meningkatkan keunggulan individu dan organisasi tetapi juga meningkatkan

kualitas meningkatkan keterampilan kerja karyawan (Khan et al, 2011 & Chaudry et al, 2017). *Training and Development* tidak harus bersifat teknis tetapi dapat dikaitkan dengan pelatihan keterampilan yang 'lebih lembut' seperti pelatihan keragaman di tempat kerja, komunikasi lintas generasi atau pelatihan serupa lainnya.

Fenomena yang terjadi, Shopee mewajibkan seluruh karyawannya untuk mengikuti *training and development* dari team HR. Shopee akan menegur karyawan yang tidak mengikuti training 3 bulan berturut – turut melalui *Team Leader* masing – masing. Program *training* yang diberikan adalah seputar *soft skill* yang diperlukan oleh masing – masing karyawan dalam rangka menyelesaikan pekerjaannya. Contoh dari *training and development* yang diadakan antara lain: *Advanced Communication Skills, Stress Management, Professional Presentation Design* dll.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh *Leadership* dan *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* dengan *Employee Engagement* sebagai variabel *intervening*.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

- a. Penelitian yang diteliti penulis berdasarkan pengembangan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya. Penelitian ini dapat berupa modifikasi model, atau modifikasi metode penelitian dari hasil-hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian J. Anitha (2014), Yang dan Hwang, (2014) Wallace dan Trinka (2009), Nancy (2009), dan Ng'ang'a et.al (2013).
- b. Variabel independen yang ada dalam penelitian ini *Leadership*, dan *Training Development*. Variabel dependen yang terkait dengan variabel

independen sebelumnya adalah *Employee Job Performance*. Pada penelitian ini, terdapat variabel intervensinya yaitu *Employee Engagement*.

- c. Objek Penelitian ini di khususkan kepada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia divisi *Content Analyst Operations*. Penelitian ini akan meneliti Pengaruh *Leadership* dan *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* dengan *Employee Engagement* sebagai variable *Intervening*.

1.3 Identifikasi Masalah

Belanja *Online* merupakan salah satu kegiatan masyarakat yang sudah umum dilakukan. Semakin meningkatnya kegiatan belanja online, semakin juga mengharuskan *platform* belanja *online* seperti PT Shopee International Indonesia untuk meningkatkan kinerja karyawannya. Penulis bermaksud meneliti mengenai pengaruh variable *Leadership*, dan *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* melalui *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*.”

1.4 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

- a. *Leadership* yang dibahas dalam penelitian ini adalah seputar gaya kepemimpinan secara umum dari *Team Leader*, *Associate*, dan *Manager* dari divisi *Content Analyst Operations*.

- b. *Training and Development* yang dibahas adalah seputar pelaksanaan kegiatan tersebut yang berguna untuk menunjang *soft skills* karyawan divisi *Content Analyst Operations*.
- c. *Employee Engagement* yang dibahas adalah seputar kegiatan perusahaan apa saja yang biasa dilakukan dan melibatkan karyawan
- d. *Job Performance* yang dibahas adalah seputar penilaian yang diberikan oleh Perusahaan terhadap karyawan tetap melalui metode yang telah ditentukan oleh perusahaan.
- e. Responden yang akan dijadikan sebagai objek penelitian dikhususkan kepada karyawan tetap divisi *Content Analyst Operations*.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Adakah pengaruh positif dari *Leadership* terhadap *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?
- b. Adakah pengaruh positif dari *Training and Development* terhadap *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?
- c. Adakah pengaruh positif dari *Leadership* terhadap *Employee Job Performance* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?

- d. Adakah pengaruh positif dari *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?
- e. Adakah pengaruh positif dari *Employee Engagement* terhadap *Employee Job Performance* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?
- f. Adakah pengaruh tidak langsung dari *Leadership* terhadap *Employee Job Performance* melalui *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?
- g. Adakah pengaruh tidak langsung dari *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* melalui *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari *Leadership* terhadap *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*
- b. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari *Training and Development* terhadap *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*
- c. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari *Leadership* terhadap *Employee Job Performance* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*

- d. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*
- e. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari *Employee Engagement* terhadap *Employee Job Performance* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*
- f. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung dari *Leadership* terhadap *Employee Job Performance* melalui *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*
- g. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung dari *Training and Development* terhadap *Employee Job Performance* melalui *Employee Engagement* pada karyawan tetap PT Shopee International Indonesia Divisi *Content Analyst Operations*

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa dapat bermanfaat dan berguna bagi akademis, dan praktisi. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

- a. Manfaat bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap disiplin ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia khususnya pada pembahasan Pengaruh *Leadership* dan *Training Development* terhadap *Employee Job Performance* dengan *Employee Engagement* sebagai *variable Intervening*.

b. Manfaat bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan membantu pihak manajemen dalam menentukan kebijakan kedepan yang akan diambil terkait dengan ilmu Sumber Daya Manusia yang akan diterapkan dalam pengambilan kebijakan perusahaan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat membuktikan keterkaitan Pengaruh *Leadership* dan *Training Development* terhadap *Employee Job Performance* dengan *Employee Engagement* sebagai *variable Intervening* agar dapat berkontribusi bagi upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan yang saat ini sedang dihadapkan dengan peningkatan aktivitas belanja *online*.

1.8 Sistematika Penulisan

Secara umum, sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, ruang lingkup penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari pemaparan teori-teori yang terkait dengan penelitian ini, pengembangan kerangka pemikiran, hubungan antara variabel penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari pemaparan objek penelitian, populasi dan sample penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, model penelitian, teknik pengelolaan data dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS dan PEMBAHASAN MASALAH

Bab ini terdiri dari pembahasan mengenai pengujian hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian serta saran bagi peneliti berikutnya dan implikasi penelitian terhadap praktik yang ada.