

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era milenial ini hampir semua lini bisnis selalu fokus pada strategi marketing untuk memenangkan persaingan. Baik strategi yang berdasar atas segmentasi ataupun produk. Semuanya dalam rangka untuk menciptakan keunggulan Kompetitif dengan competitor. Keunggulan kompetitif perusahaan bias dibentuk melalui berbagai cara seperti menciptakan produk dengan desain yang unik, penggunaan teknologi, desain organisasi dan utilisasi sumber daya manusia.

Dalam kaitan dengan keunggulan bersaing melalui utilisasi SDM, peran MSDM dalam konteks penciptaan keunggulan bersaing itu adalah, meningkatkan kualitas kontribusi semua orang dalam organisasi dengan memberikan dukungan berupa diantaranya fasilitas dan kompensasi kepada mereka agar perusahaan mampu merespon perubahan tuntutan pasar secara efektif. Dengan demikian MSDM melalui peran manajer SDM, manajer lini dan para profesional SDM, harus mampu mempersiapkan, mengelola dan mempertahankan SDM yang memiliki kemampuan dan komitmen yang tinggi agar mereka mampu memberikan kontribusi secara optimal terhadap pencapaian tujuan organisasi, yaitu menjadi *Best In Town*

Kemampuan bersaing organisasi melalui SDM berarti meletakkan peran orang dalam perusahaan untuk selalu melakukan peningkatan kualitas dan inovasi baik terhadap proses, system maupun produk yang melalui cara ini, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan, meningkatkan market

share atau memperluas pasar dibandingkan dengan kekuatan pesaing dalam industri.

Untuk memajukan suatu perusahaan dibutuhkan adanya keyakinan bahwa segala kerja keras dan upaya harus didukung oleh berbagai kalangan dan banyak pihak. Untuk itu peran karyawan dalam suatu perusahaan sangatlah dibutuhkan demi tercapainya tujuan perusahaan. Selain itu peran pemimpin juga sangat dibutuhkan. Tidak hanya berperan aktif memacu karyawannya. Menyalurkan ide-ide kreatif, tetapi juga bertindak positif demi kemajuan perusahaan.

Seorang pemimpin adalah orang yang memberi inspirasi, membujuk, mempengaruhi, dan memotivasi kerja orang lain. Kemampuan untuk memberi inspirasi orang lain adalah unsur tertinggi dari kepemimpinan. Seorang pemimpin harus punya daya tarik personal atau menjadi suritauladan agar bias memberi inspirasi bagi orang lain. Membujuk adalah aspek penting lainnya dari seorang pemimpin. Seorang pemimpin harus bias mengubah pikiran bawahannya atau bertindak tegas (Dubrin,2006:10-11).

Pada PT. New Ratna Motor (Nasmoco Group), perusahaan yang berdiri dari tahun 1977, mempunyai 22 cabang di Jateng& DIY dengan 22 pemimpin cabang, dengan tipe dan karakter yang berbeda. Secara berkala, rotasi antar pemimpin cabang dilakukan guna mendapatkan hasil kinerja perusahaan yang maksimal dan sesuai target

Namun terkadang pergantian pemimpin cabang menimbulkan hasil kinerja yang tidak sesuai yang diharapkan. Seperti yang terjadi di Nasmoco Gombel dan Nasmoco Kaligawe, dimana pergantian pimpinan mendapatkan

hasil yang berbeda. Hal inilah yang mendasarkan peneliti untuk meneliti bagaimana pengaruhnya leadership, dalam hal ini authentic leadership dan need for achievement mempengaruhi kinerja perusahaan.

*Affective Commitment* merupakan salah satu kategori komitmen menurut Meyer, Allen & Smith (1993), yang mana komitmen ini merupakan ikatan secara emosional yang melekat pada seorang karyawan untuk mengidentifikasi dan melibatkan dirinya dengan organisasi (Kartika, 2011). Komitmen afektif ini juga dapat dikatakan sebagai penentu yang penting atas dedikasi dan loyalitas seorang karyawan. Kecenderungan seorang karyawan yang memiliki komitmen afektif yang tinggi, dapat menunjukkan rasa memiliki atas perusahaan, meningkatnya keterlibatan dalam aktivitas organisasi, keinginan untuk mencapai tujuan. Dan pendorong terciptanya loyalitas seorang karyawan di samping adanya *Commitment Affective*, diperlukan juga *Authentic Leadership*.

*Authentic Leadership*. Yaitu proses dimana seorang individu mempengaruhi sekelompok individu untuk mencapai tujuan bersama (Northouse dalam Bishop, 2013). Vroom dan Jagodalam Chatman & Kennedy, 2010) menyebutkan bahwa kepemimpinan adalah proses memotivasi sekelompok orang untuk berkolaborasi bersama untuk mencapai sesuatu yang hebat. Istilah kepemimpinan otentik sendiri berasal dari perkembangan tentang perilaku organisasi positif dan konteks organisasi positif, yang berfokus pada kekuatan dan kapasitas psikologis yang dapat diukur, dikembangkan dan dikelola secara efektif di tempat kerja (Novicevic, Avis, Dorn, Buckley, & Brown dalam Bishop, 2013). Ketika sudah

mempunyai loyalitas dan pemimpin yang otentik, maka perlu adanya *Need For Achievement* untuk mewujudkan tujuan organisasi.

*Need For Achievement* atau biasa disingkat N – Ach merupakan istilah yang diperkenalkan oleh David McClelland yang merupakan ahli psikologi Sosial. Konsep N-Ach ini terinspirasi dari Protestan Etic yang di buat oleh Max Weber. Secara umum konsep ini tergolong pada teori motivasi. Namun tepat juga digunakan dalam disiplin ilmu teori pembangunan. N- Ach ini pada intinya menekankan pada dorongan untuk berprestasi, dimana orang yang memiliki N-Ach yang tinggi, yang memiliki kebutuhan untuk berprestasi, mengalami kepuasan bukan pada imbalan dari hasil kerja, tetapi karena hasil kerja tersebut dianggapnya baik.

Tabel 1.1 Target Achievement Nasmoco Gombel&Kaligawe

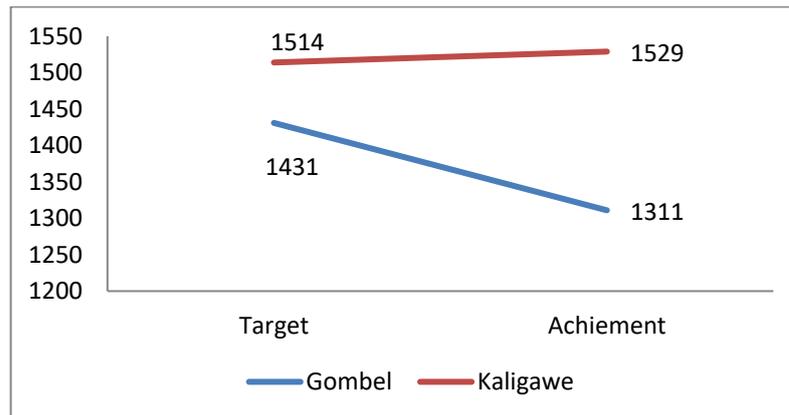
Dealer	Target 2017	Achievement	% Target
Nasmoco Gombel	1496	1558	104,1%
Nasmoco Kaligawe	1852	1762	95,%

Sumber: PT. New Ratna Motor (2019)

Tabel 2.1 Target Achievement Nasmoco Gombel&Kaligawe

Dealer	Target 2018	Achievement	% Target
Nasmoco Gombel	1431	1311	91,6%
Nasmoco Kaligawe	1514	1529	101,%

Sumber: PT. New Ratna Motor (2019)



**Grafik 1.1 :**  
**Target Achievement Nasmoco Kaligawe, Gombel 2018**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut yakni research gap yakni hasil studi Leroy Hanes (2016) Authentic leadership pengaruh terhadap kinerja organisasi lemah (dibawah 20 %), maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: **Bagaimana cara meningkatkan *employee performance* melalui *authentic leadership*, *need for achievement*, dan *affective commitment*.** Sehingga, pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *authentic leadership* terhadap *affective commitment*?
2. Bagaimana pengaruh *need for achievement* terhadap *affective commitment*?
3. Bagaimana pengaruh *affective commitment* terhadap *employee performance*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah antara lain untuk :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis keterkaitan antara *affective commitment, authentic leadership, need for achievement* dan *employee performance*
2. Menyusun model peningkatan kinerja SDM melalui *affective commitment, authentic leadership, dan need for achievement*

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah antara lain :

1. Manfaat teori : Penelitian ini bermanfaat untuk mendukung mata kuliah manajemen sumber daya manusia.
2. Manfaat praktis : Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi meningkatkan kinerja SDM.

