

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era globalisasi ini mengalami peningkatan cukup signifikan yang kemudian mendorong kemajuan di hampir semua sektor kehidupan, tidak terlepas pula pada sektor ekonomi yang menggerakkan roda perputaran perusahaan. Perusahaan merupakan suatu serangkaian tindakan yang dilakukan secara terus menerus seperti menghasilkan uang, menjual, mengirimkan barang, dan menyelesaikan transaksi perdagangan (Wardana, 2023). Perusahaan tidak hanya menitikberatkan pada perusahaan sebagai suatu usaha, melainkan hanya menunjuk pada perusahaan sebagai suatu kegiatan atau secara khusus jenis perusahaannya saja. Walaupun dalam pengertian ini sudah mempunyai aspek hukum korporasi, khususnya dalam bentuk perjanjian dengan pihak lain. Definisi perusahaan mencakup aspek di mana suatu usaha dapat dianggap sebagai perusahaan, hanya jika melakukan perhitungan awal terhadap potensi kerugian dan keuntungannya, yang selanjutnya dicatat secara rinci dan terperinci dalam sistem pembukuan perusahaan (Sanjaya, 2016).

Definisi mengenai perusahaan secara jelas menurut hukum untuk pertama kali dirumuskan di dalam Pasal 1 huruf (b) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang ditentukan sebagai berikut: “Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba”.

Selain itu, terdapat juga definisi perusahaan menurut Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan yang berbunyi: “Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh

orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia”.

Kedua definisi perusahaan tersebut juga menetapkan ketentuan terkait struktur dan karakteristik perusahaan yang didirikan, prosedur operasional-nya, serta posisi nya yang terjalin dengan peraturan hukum di dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Perkembangan ekonomi saat ini mendorong munculnya berbagai model perusahaan di Indonesia, termasuk *start-up*. *Start-up* merupakan bisnis teknologi yang berkembang untuk mencapai dimensi yang lebih besar dan canggih. Istilah "*start-up*" pertama kali diperkenalkan pada periode tahun 1990-2000 (Fanthor & Taqiyuddin, 2022). Pada masa itu, konsep *start-up* seringkali dikaitkan dengan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi. Beberapa contoh perusahaan *start-up* di Indonesia melibatkan nama-nama perusahaan seperti GoTo, Traveloka, Grab, dan sejenisnya.

Fanthor & Taqiyuddin (2022) mengemukakan bahwa perusahaan *start-up* mencerminkan bisnis rintisan yang mengalami perkembangan yang luar biasa cepat. Progres yang pesat dalam perkembangan *start-up* ini mencerminkan evolusi signifikan dengan pencapaian dan inovasi yang terlihat. Regulasi yang efektif memberikan dukungan pada perkembangan *start-up*, memperkuat inovasi dan dampak positifnya. Perusahaan *start-up*, terutama di sektor Teknologi dan Informasi, bergerak di berbagai bidang seperti desain situs web, pengembangan perangkat lunak, layanan pembayaran, *e-commerce*, menyajikan produk dan layanan beragam di pasar..

Penelitian dari Universitas Gadjah Mada oleh Jaya, Ferdiana, Fauziati (2017) menjelaskan bahwa perusahaan *start-up* merupakan perusahaan yang didirikan dengan tujuan untuk mengeksplorasi model bisnis yang efektif dalam rangka memberikan daya tahan yang optimal di tengah-tengah ketidakpastian. Dalam proses eksplorasi ini, perusahaan *start-up* berusaha menemukan strategi yang dapat

menjadikan mereka tangguh dan responsif terhadap dinamika bisnis yang berubah-ubah dengan cepat. Pertumbuhan perusahaan *start-up*, termasuk di Indonesia, mencerminkan dinamika hebat. Kemajuan bisnis perusahaan *start-up* secara global sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Indonesia sendiri merupakan negara dengan perkembangan perusahaan *start-up* yang banyak. Di Indonesia, perkembangan yang signifikan terlihat pada pertumbuhan jumlah perusahaan *start-up* yang terus berkembang dengan cepat. Dalam penilaian yang mencakup 207 negara, Indonesia mencapai posisi ke-5 sebagai salah satu negara dengan jumlah perusahaan *start-up* terbanyak, mengikuti peringkat Amerika Serikat, India, Inggris, dan Kanada. Totalnya, tercatat sebanyak 2.326 perusahaan *start-up* yang berkontribusi dalam lanskap bisnis Indonesia (Yusuf & Etkariena, 2023). Walaupun terjadi peningkatan jumlah perusahaan *start-up* dengan kecepatan yang luar biasa, banyak pula perusahaan rintisan yang berisiko menghadapi kegagalan. Fenomena ini terbukti melalui penurunan kinerja yang terjadi, bahkan beberapa perusahaan *start-up* di Indonesia mengalami kerugian yang dapat diamati secara nyata. Sementara beberapa perusahaan mungkin berkembang pesat, yang lainnya mendapati tantangan dan risiko yang dapat berdampak pada kesehatan operasional dan keuangan mereka di dalam ekosistem bisnis.

Beberapa perusahaan *start-up* di Indonesia telah berhasil meraih prestasi mencapai valuasi yang melampaui 1 miliar dolar AS (Yusuf, Prastyo, Khaerunnisa, Raharjo, 2019), mencerminkan nilai ekonomi dari aktivitas bisnis yang mereka jalankan sebagai perusahaan rintisan. Penentuan valuasi ini menjadi tolok ukur yang signifikan untuk mengevaluasi sejauh mana potensi bisnis sebuah perusahaan. Keberhasilan luar biasa ini bahkan memberikan predikat istimewa, yaitu "unicorn," yang mengakui *prestise* dan keunggulan perusahaan dalam mencapai pencapaian ekonomi yang tinggi dan luar biasa.

Selain Unicorn, Hasil penelitian Fanther & Taqqiyudin (2022) menguraikan bahwa kategori perusahaan *start-up* dibagi menjadi

beberapa bagian, termasuk Unicorn, Decacorn, dan Hectocorn. Ketiga klasifikasi tersebut memiliki karakteristik unik masing-masing. Pertama, dalam kategori Unicorn, terdapat klasifikasi dengan Nilai Valuasi sekitar Rp 14,1 triliun. Kedua, dalam kategori Decacorn, terdapat klasifikasi dengan Nilai Valuasi sekitar Rp 140 triliun. Sementara itu, dalam Kategori Hectocorn, terdapat Klasifikasi dengan Nilai Valuasi sekitar Rp 1.400 Triliun. Meskipun begitu, di Indonesia belum ada perusahaan *start-up* yang masuk dalam klasifikasi hectocorn, yang merujuk pada perusahaan dengan nilai valuasi yang mencapai USD 100 miliar atau setara dengan Rp 1.400 Triliun.

Penelitian dari Yusuf, Prastyo, Khaerunnisa, dan Raharjo (2019) mengemukakan terdapat 5 perusahaan di Indonesia yang mendapatkan gelar perusahaan “Unicorn”; peringkat ke-5 diduduki oleh Ovo dengan nilai dengan Rp. 28 triliun nilai valuasi, peringkat ke-3 ada Bukalapak dengan nilai valuasi yang telah mencapai Rp 35 triliun, pada peringkat ke-2 terdapat Tokopedia dengan nilai valuasi sebesar Rp. 99 triliun, dan pada puncak tertinggi perusahaan Unicorn di Indonesia bertengger Gojek dengan nilai valuasi yang telah mencapai Rp. 141 triliun.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah perusahaan rintisan dan investasi yang berhasil mencapai valuasi mencapai 1 miliar dolar (Fanthor & Taqqiyudin 2022), minat investor untuk memberikan dukungan finansial tambahan kepada perusahaan-perusahaan rintisan semakin meningkat. Fenomena ini menciptakan momentum positif yang mendorong investor untuk lebih aktif terlibat dalam memberikan sumber daya keuangan yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan inovasi perusahaan-perusahaan rintisan. Dengan valuasi mencerminkan potensi besar, investor melihat peluang berpartisipasi dalam pengembangan perusahaan rintisan. Perusahaan unicorn memberikan dampak positif pada pertumbuhan dan distribusi ekonomi melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja, memengaruhi pertumbuhan ekonomi, memberikan manfaat ekonomi

kepada berbagai lapisan masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, dan menyediakan sumber daya manusia untuk perusahaan *start-up*.

Dengan semakin banyaknya perusahaan *start-up* atau perusahaan rintisan, maka semakin banyak pula masyarakat yang berminat untuk bekerja pada perusahaan *start-up*. Pada penelitian tentang Kecerdasan Emosional dengan Work-life Balance pada Karyawan perusahaan *start-up* oleh Nugraha & Adiati (2022) dipaparkan bahwa perusahaan *start-up* umumnya mempekerjakan karyawan yang memiliki usia muda, kreatifitas tinggi, dan fleksibilitas dalam bekerja. Budaya komunikasi yang terbuka terkait ide secara khusus ditanamkan di dalam struktur perusahaan *start-up*, sehingga memungkinkan adanya penerimaan ide-ide internal dari berbagai tingkatan karyawan. Jam kerja karyawan di perusahaan *start-up* cenderung lebih fleksibel, yang berarti mereka tidak diwajibkan untuk bekerja di kantor, melainkan dapat bekerja dari rumah, kafe, atau lokasi lainnya.

Meskipun masih berada pada tahap rintisan dan memiliki skala yang relatif kecil, minat yang tinggi dari generasi muda untuk bergabung dengan perusahaan model *start-up* tersebut mencerminkan daya tarik dan potensi pertumbuhan yang signifikan di dalam industri ini. Berdasarkan survei World Economic Forum pada tahun 2019, terungkap bahwa sekitar 33% dari generasi muda lebih memilih untuk bergabung dengan perusahaan *start-up* daripada memilih untuk bekerja di perusahaan konvensional lainnya (Anandani & Rahmasari, 2023). Fenomena ini menandakan pergeseran preferensi pekerjaan di kalangan generasi muda, yang semakin tertarik dengan dinamika dan peluang yang ditawarkan oleh lingkungan *start-up*.

Hasil penelitian dari Universitas Padjadjaran, Ramadhanti, Jannatania, Adiyanto, dan Vashty (2022) mengatakan bahwa mahasiswa dan lulusan baru tertarik pada perusahaan *start-up* karena memiliki karakteristik yang unik, yaitu tingkat fleksibilitas yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh

Prosple.com, terdapat data menarik bahwa sekitar 42% dari total 88 responden menyampaikan pandangan bahwa budaya fleksibel di lingkungan perusahaan *start-up* memberikan rasa kenyamanan yang signifikan bagi para pegawai. Pemahaman ini mencerminkan pentingnya budaya kerja yang adaptif dan bersifat terbuka, yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan produktivitas tenaga kerja di dalam perusahaan *start-up*. Fleksibilitas yang dimaksud meliputi aturan berseragam bahkan jam kerja. Namun, kelebihan yang seharusnya terdapat dalam bekerja diperusahaan *start-up*, yaitu fleksibilitas, malah sering menjadi sumber keluhan bagi para pegawai.

Tidak bisa dipungkiri bahwa hal tersebut turut terjadi di salah satu perusahaan *start-up* di Indonesia. PT EM, sebagai mitra TikTok Shop (TSP), menunjukkan komitmen dan keterlibatan dalam platform TikTok untuk bisnis dan pemasaran. Dengan fokus pada pengelolaan akun TikTok, pertumbuhan pengikut, optimalisasi algoritma, analisis data, dan strategi pemasaran, PT EM mendukung *content creator* dan *seller* untuk meningkatkan visibilitas, mencapai tujuan pertumbuhan, serta memberikan kontribusi pada kesuksesan dan dampak positif di platform tersebut (dctagency, 2023).

PT EM menyediakan layanan TSP, termasuk pengelolaan TikTok Shop, *live-streaming*, integrasi API, IP *incubation*, dan *paid consultation*. Fokus PT EM pada layanan jasa *live-streaming* yang melibatkan kerjasama antar departemen, terutama operasional dan *host live streamer*. *Brand* klien sering menginginkan untuk melakukan *live streaming* hingga 24 jam, dengan target penjualan tertentu. Permintaan tambahan dari klien, seperti strategi penjualan sesuai kampanye TikTok, seringkali membuat departemen operasional dan *host live streaming* menghadapi kendala. Koordinasi dan upaya ekstra diperlukan untuk memenuhi berbagai kebutuhan selama *live streaming*.

Berdasarkan fenomena tersebut, industri layanan TikTok Shop Partner (TSP) memiliki kompleksitas tinggi dalam pelayanan konsumen. Kekompleksitasan ini muncul dari variasi permintaan dan harapan

konsumen, memerlukan adaptasi dan inovasi strategi pelayanan. Karyawan di PT EM menghadapi tantangan seperti rutinitas kerja yang berkelanjutan, interaksi konsisten dengan rekan kerja, privasi yang sangat terbatas, jadwal kerja hingga 24/7 untuk live streaming, dan keterbatasan fasilitas kebugaran untuk karyawan yang harus bermalam di kantor. Faktor-faktor ini membentuk pola perilaku unik dan menciptakan lingkungan kerja dengan karakteristik khusus.

Karyawan di PT EM merasa tidak nyaman untuk menangani tugas tambahan yang dianggap mengganggu pekerjaan inti mereka. Rasa sungkan dalam membantu rekan kerja muncul karena mereka merasa tugas utama sudah cukup berat, menciptakan dinamika di lingkungan kerja di mana karyawan lebih memprioritaskan pekerjaan inti tanpa memberikan bantuan kepada rekan kerja. Beberapa karyawan di PT EM terkadang enggan menggantikan *host live streaming* yang sakit atau membantu karyawan lain yang kesulitan, karena kompleksitas tugas dan tanggung jawab masing-masing menjadi tantangan tambahan.

Berangkat dari fenomena tersebut, permasalahan OCB sangat rentan pada PT EM. Menurut Prastiwati dan Sunuharyo (2018) OCB merupakan *Organizational Citizenship Behavior* merujuk pada tindakan pengambilan keputusan yang mungkin tidak sebegitu krusial dan tidak termasuk dalam tanggung jawab utama seorang pekerja, namun lebih menekankan pada pentingnya bekerja dengan efisiensi dan produktivitas yang memadai dalam upaya mendukung tujuan organisasi secara menyeluruh. Perilaku sukarela yang memberikan kontribusi positif pada lingkungan kerja dan kesejahteraan organisasi merupakan bagian dari OCB. OCB tidak melibatkan imbalan finansial atau terkait dengan pelaksanaan tugas, melainkan mendorong perilaku sosial di lingkungan kerja. Meskipun perusahaan tidak secara resmi meminta karyawan menunjukkan OCB, keberadaannya dianggap sangat penting oleh setiap individu. Karyawan diharapkan dengan sukarela berkontribusi positif pada atmosfer kerja dan hubungan antar rekan, menciptakan lingkungan yang mendukung keberhasilan bersama.

Menurut Lubis (2015), OCB merujuk pada perilaku karyawan yang bersedia melaksanakan tugas di luar ruang lingkup peran atau tanggung jawab yang diwajibkan, tidak langsung diakui melalui sistem penghargaan. OCB mencerminkan inisiatif individu membantu sesama tanpa petunjuk langsung dari atasan, menunjukkan komitmen dan kontribusi sukarela karyawan untuk lingkungan kerja yang harmonis dan produktif. Kualitas OCB yang baik berpengaruh pada kinerja karyawan; sebaliknya, OCB yang kurang memuaskan dapat negatif memengaruhi hasil kinerja dan kualitas kerja. Oleh karena itu, mendorong OCB positif penting, sebagai pendorong keberhasilan individu dan tim kerja secara keseluruhan.

Organizational Citizenship Behavior sangat berkontribusi pada kinerja karyawan. Kinerja karyawan merujuk pada hasil kerja yang mencakup aspek kualitas dan kuantitas, yang diperoleh oleh seorang pegawai dalam menjalankan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Putri, 2016). Tingkat kinerja ini mencerminkan kontribusi efektif karyawan terhadap tujuan perusahaan. Penilaian kinerja penting untuk mengukur kontribusi individu. Kinerja yang baik meningkatkan efisiensi perusahaan dan keberlangsungan. Perkuat kualitas karyawan dengan tim SDM unggul untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif. Kualitas kinerja sumber daya manusia dipengaruhi oleh kesesuaian OCB dengan tugas dan kemampuan karyawan. OCB yang tinggi berkontribusi pada kelancaran aktivitas perusahaan, di mana karyawan yang menunjukkan OCB memberikan kontribusi ekstra secara konsisten.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di paparkan di atas, penulis menyadari bahwa *Organizational Citizenship Behavior* yang sangat penting untuk menilai kinerja pegawai. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* Terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan *Start-Up*”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* terhadap performa kinerja karyawan pada perusahaan *start-up*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Organizational Citizenship Behavior* dengan kinerja karyawan pada perusahaan *start-up*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dalam penerapan ilmu manajemen sumber daya manusia khususnya mengenai *organizational citizenship behavior* dan kinerja pegawai.
- b. Bagi pembaca, untuk pengajar dan mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dalam proses belajar mengajar untuk mata kuliah manajemen sumber daya manusia.

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsi teoretis untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai ilmu manajemen sumber daya manusia.
- b. Bagi pembaca, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi instansi terkait dalam hal perbaikan kinerja pegawai.