

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Sumber daya manusia adalah orang-orang yang ada dan terlibat di dalam organisasi atau perusahaan Gomes (Irwanto & Melinda, 2015). Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan di samping faktor lain seperti modal (Hariandja & Hardiwati, 2002). Pemenuhan kebutuhan dalam kegiatan perusahaan harus memperhatikan sumber daya manusia yang menjadi kunci pokok di dalam perusahaan. Kualitas sumber daya manusia atau karyawan menjadi penentu keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan, yang ditentukan oleh kompetensi sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang berkompentensi sangat dibutuhkan oleh organisasi atau perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang bernilai pada era perubahan teknologi dan lingkungan yang dinamis (Panjaitan, 2018). Organisasi atau perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan fungsi perusahaan tergantung pada kualitas sumber daya manusia yang ada (Larson & Luthans, 2006). Keberhasilan sebuah perusahaan dapat terlihat ketika karyawan dapat bekerja lebih atau bersedia menyelesaikan tugas tambahan di luar tugas utama yang telah ditetapkan demi tercapainya efektifitas organisasi (Organ dkk, 2006). Menurut Mathis dan Jackson (2008) mengungkapkan bahwa peran karyawan sebagai sebuah tindakan positif, pemenuhan pekerjaan atau tindakan yang berhubungan dengan keadaan pikiran yang ditandai dengan semangat, dedikasi dan penyerapan. Karyawan yang mampu

mengontrol dan mempertahankan tugas dalam bekerja, terkadang menganggap kurang stabil dalam tugas dan merasa takut dengan masa depan (Mack dkk, 1998).

Di Indonesia, *coffee shop* merupakan istilah dari warung kopi atau kedai kopi. Keberadaan *coffee shop* sudah banyak ditemui dengan berbagai konsep seperti bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya *modern* (Umamsyah & Hutami, 2020). Usaha kedai kopi menjadi usaha yang menjanjikan dewasa. Kedai kopi atau *coffee shop* yang banyak bermunculan saat ini memiliki konsep tempat, konsep jualan (marketing), konsep kemasan, konsep menu, hingga membuat pelayanan semenarik mungkin dengan konsep masing-masing. Potensi dan kendala *coffee shop* antara lain dapat diukur dari segi produk, fasilitas, lokasi, kelengkapan alat, sumberdaya manusia (ketenagakerjaan), serta adanya pesaing (Rasmikayati dkk, 2017). *Coffee Shop* kini dikategorikan ke dalam restoran informal atau suatu tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi serta minuman *non alcohol* dengan suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi berbagai fasilitas seperti alunan musik, tv, bacaan, koneksi internet serta desain interior yang menarik dan pelayanan yang ramah. *Coffee shop* banyak digunakan sebagai tempat berkumpul atau pertemuan dengan rekan bisnis. Konsumen tidak hanya mencari cita rasa kopi saja, tak jarang sekarang banyak *coffee shop* membangun konsep dengan sedikit berbeda demi alasan untuk kepuasan konsumen yang datang (Herlyana, 2012).

*Coffee shop* kini mulai bertumbuh secara pesat di kota Yogyakarta. Pada tahun 2017, jumlah *coffee shop* di Yogyakarta terdapat sebanyak 1200, membuktikan tingkat keberadaan *coffee shop* lebih tinggi dari kota-kota besar terdekat seperti Semarang yang kurang lebih sekitar 700 kedai kopi dan Solo yang

hanya 400 kedai kopi Kartika (Purwanto, 2021). Peran karyawan dalam *coffee shop* juga sangat perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan atau pembawaan terhadap sikap pelanggan. Interaksi yang baik dan sejalan antara karyawan dan pelanggan dapat terbentuk karena adanya sebuah kesamaan baik dari gaya pakaian atau kebiasaan. Sebagai contoh di dalam *coffee shop*, kepuasan pelanggan dapat terbentuk saat pelanggan yang menggemari kopi datang dan bertanya kepada karyawan mengenai kopi, dan karyawan dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sehingga terbentuk persepsi baru bahwa dengan berkunjung ke *coffee shop*, pelanggan mendapatkan informasi dan kualitas layanan selain hanya dapat membeli kopi (Purwanto, 2021).

Menurut Kusumajati (2014) karyawan merupakan aset dari perusahaan. Kontribusi karyawan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja dari karyawan. Kontribusi karyawan terhadap organisasi akan makin tinggi jika organisasi dapat memberikan hal yang menjadi keinginan karyawan. OCB dapat meningkatkan kinerja organisasi karena perilaku ini merupakan pelumas dari mesin sosial dalam organisasi. Dengan kata lain, dengan adanya perilaku ini, interaksi sosial pada anggota-anggota organisasi menjadi lancar, mengurangi terjadinya perselisihan, dan meningkatkan efisiensi. Dengan OCB karyawan meningkatkan produktivitas dari karyawan tersebut.

Hasil penelitian Siu (2022) bahwa OCB dari karyawan masih lemah dalam menerapkan perilaku melolong dalam memberikan pelayanan. Pada penelitian sebelumnya juga mengungkapkan terkait lemahnya OCB, dimana tidak semua tenaga kerja memiliki kemauan untuk menjadi *volunteer* pada kegiatan perusahaan,

dan tidak semua mampu memanfaatkan jam kerja secara maksimal, juga masih terdapat tenaga kerja sibuk dengan aktivitas diluar pekerjaannya (Gunawan, 2016). Pada penelitian yang lain juga menunjukkan fakta bahwa terdapat tenaga kerja yang masih mengeluh pada kebijakan organisasi dalam mengupayakan perubahan yang lebih baik pada pemanfaatan sistem absensi dan prosedur dari bidang pekerjaannya (Setiani & Hidayat, 2020).

Karyawan dengan OCB tinggi akan meningkatkan komitmen dan produktivitas dalam perusahaan serta memiliki harapan yang tinggi untuk bertahan di dalam perusahaan (Sugihartoro, 2021). Kinerja dan hubungan yang baik antar karyawan dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan *organizational citizenship behavior* (OCB), yaitu perilaku melebihi apa yang telah distandarkan perusahaan (Kreitner & Kinicki, 2014). *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) merupakan perilaku individu yang bebas dan tidak secara langsung terikat dengan sistem *reward* atau penghargaan serta bertujuan untuk meningkatkan fungsi organisasi secara efektif. *Organizational citizenship behavior* (OCB) merupakan perilaku yang tidak termasuk ke dalam persyaratan kerja atau tugas utama karyawan, sehingga tidak ada sanksi yang diberikan kepada karyawan yang tidak melakukan, jika tidak dilakukan, tidak akan diberikan hukuman atau sanksi (Purba & Seniati, 2004).

Menurut Organ (2006) *organizational citizenship behavior* (OCB) diartikan sebagai perilaku individu yang memiliki kebebasan untuk memilih, yang secara tidak langsung atau secara eksplisit diakui oleh sistem *reward* dan memberi kontribusi pada keefektifan dan keefisienan fungsi organisasi. Menurut Organ

(2006) terdapat aspek-aspek yang mempengaruhi *organizational citizenship behavior* yaitu *altruism* (sikap menolong), *courtesy* (sikap sopan), *conscientiousness* (sikap yang menunjukkan kesungguhan), *sportmanship* (sikap sportif), *civic virtue* (sikap yang mementingkan kepentingan umum).

Menurut Kusumajati (2014) bahwa rendahnya OCB karyawan menunjukkan karyawan bekerja dengan asal-asalan dan tidak mau berkontribusi untuk organisasi sehingga kemajuan organisasi menjadi terganggu. Selain itu penelitian terkait OCB juga pernah dilakukan (Gunawan, 2016) yang menemukan indikasi perilaku OCB yang masih rendah seperti karyawan tidak bersedia menjadi *volunteer* di kantor, tidak maksimalnya penggunaan jam kerja dan adanya karyawan yang melakukan kegiatan yang tidak terkait dengan pekerjaannya selama jam kerja. Menurut Astuti dkk, (2019) diperoleh data ada karyawan yang terlambat datang dengan alasan kesiangan dan keperluan pribadi, ada karyawan yang belum memiliki kepekaan untuk menggantikan tugas rekan kerjanya sehingga mereka hanya fokus terhadap tanggungjawabnya sendiri, Masih ada karyawan yang tidak produktif dan tidak mengerjakan sesuatu sesuai tugasnya. Belum adanya rasa memiliki, dan minimnya kepekaan untuk membantu rekan kerja secara sukarela membuat karyawan meminta dispensasi atau imbalan jika menggantikan atau membantu pekerjaan rekan yang lain, menolak jika diberi tugas tambahan. Hal tersebut jika dibiarkan akan berdampak pada produktifitas organisasi.

Hasil observasi langsung yang dilakukan peneliti pada 5 *coffee shop* yang berbeda di Yogyakarta, terlihat sebagian besar karyawan tidak dapat menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat ketika *coffee shop* tersebut ramai dikunjungi

pelanggan. Karyawan hanya terpaku atau fokus dengan *jobdesk* masing-masing, dan tidak ada yang menolong rekan kerja lainnya di saat pekerjaan tersebut terbengkalai. Hal ini menyebabkan situasi *coffee shop* menjadi sedikit kacau dan pekerjaan karyawan tidak efektif.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada 7 subjek yang termasuk karyawan *coffee shop* di Yogyakarta dalam permasalahan *organizational citizenship behavior* (OCB), terungkap bahwa sebagian besar masih banyak individu atau karyawan yang belum menunjukkan perilaku OCB sesuai dengan aspek-aspek menurut Organ (2006). Dari 7 subjek yang diwawancarai, terdapat 4 subjek di antaranya terlalu sibuk dan hanya fokus dengan *jobdesk* atau pekerjaan utama dan cenderung tidak membantu rekan kerja yang kesulitan dalam pekerjaan yang belum selesai target, sehingga hal tersebut membuktikan belum adanya perilaku yang sesuai dengan aspek *altruism*. Sebagian besar sebanyak 5 subjek, terbukti masih sering datang terlambat sehingga tidak sesuai dengan peraturan perusahaan dan tidak sesuai dengan aspek *conscientiousness*. Sementara itu, sebanyak 4 subjek kurang memperhatikan suasana dalam lingkungan kerja karena jarang bertukar persepsi atau mendapat *insight* baru untuk pemecahan masalah dengan rekan kerja. Hal ini menunjukkan kurangnya perilaku yang sesuai dengan aspek *courtesy*. 4 dari 7 subjek mengungkapkan bahwa sering merasa lelah dengan padatnya jam kerja serta ramainya kunjungan konsumen, dan mendapat keluhan dari rekan kerja karena merasakan hal yang sama, sehingga hal tersebut menunjukkan tidak adanya perilaku sesuai dengan aspek *sportsmanship*. Semua subjek sebanyak 7 individu yang diwawancarai tidak memiliki motivasi untuk

mengasah *softskill* di bidang kerja masing-masing serta tidak pernah mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan yang dapat menunjang kemampuan diri guna menguntungkan perusahaan. Hal ini menunjukkan tidak adanya perilaku yang sesuai dengan aspek *civic virtue*. Dapat disimpulkan bahwa dari observasi yang dilakukan dengan wawancara, sebagian besar karyawan *coffee shop* di Yogyakarta yang akan dijadikan subjek penelitian memiliki *organizational citizenship behavior* (OCB) yang rendah.

Harapannya seseorang memiliki OCB didalam dirinya agar dapat menunjukkan perilaku sukarela di luar deskripsi kerja yang telah ditetapkan untuk meningkatkan kemajuan kinerja organisasi. Seseorang akan menunjukkan bentuk dari ekspresi kecintaan, loyalitas dan rasa memiliki yang tinggi dari anggota organisasi terhadap perusahaannya (Robbins & Judge, 2008).

Faktor-faktor yang mempengaruhi OCB menurut Organ (2006) cukup kompleks dan saling terkait satu sama lain. Diantara faktor-faktor tersebut yang memberikan dampak yang cukup signifikan sehingga perkembangnya perlu untuk diperhatikan yaitu budaya dan iklim organisasi, kepribadian dan suasana hati (*mood*), persepsi terhadap *perceived organizational support*, persepsi terhadap kualitas hubungan atau interaksi atasan bawahan, masa kerja, jenis kelamin (*gender*). Menurut Borman dan Botowidlo (1997) kepribadian dan suasana hati mempunyai pengaruh terhadap timbulnya perilaku OCB secara individual maupun kelompok. Selain itu kemauan seseorang untuk membantu orang lain juga dipengaruhi oleh suasana hati. Sebuah suasana hati yang positif akan meningkatkan peluang untuk seseorang membantu orang lain.

Kepribadian merupakan keunikan yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya. Perbedaan individu merupakan prediktor yang memainkan peran penting pada seorang karyawan sehingga karyawan tersebut akan menunjukkan OCB. Kepribadian dianggap memiliki pengaruh yang paling besar diantara variabel lainnya dalam membentuk *organizational citizenship behavior* (OCB) dalam diri seseorang karena kepribadian merupakan sesuatu yang melekat pada diri seseorang yang sangat sulit diubah sehingga memiliki hubungan yang lebih stabil dan bertahan terhadap OCB (Sambung & Iring, 2014). Kepribadian *agreeableness* adalah salah satu jenis kepribadian dalam teori *big five personality* dan layak mendapat perhatian khusus di antara empat kepribadian lainnya dalam teori *big five personality* (Graziano & Habashi, 2010). Korelasi *agreeableness* memiliki nilai yang paling tinggi di antara empat kepribadian lainnya yang juga berhubungan dengan perilaku prososial (Wisudiani & Fardana, 2014).

*Agreeableness* adalah kecenderungan seseorang untuk berperilaku kooperatif, mudah percaya, dan menghargai orang lain (John & Srivastava, 1999). *Agreeableness* sering dikaitkan dengan kemampuan adaptasi sosial, pribadi yang menyenangkan, dan juga pribadi yang penyayang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Goldberg (dalam Winastu, 2018) bahwa *agreeableness* dicirikan dengan sifat baik hati, suka bekerja sama atau kooperatif, simpatik, ramah, dapat dipercaya, jujur, adil, suka menolong dan murah hati. Barrick dan Mount (1991) menyatakan bahwa seseorang dengan *agreeableness* yang tinggi dan stabil akan menunjukkan kecenderungan untuk menolong orang lain. Kepribadian *agreeableness* memiliki



karakter altruis, suka menolong, dan mengutamakan kepentingan orang lain (Bozionelos, 2004).

Costa dan McCrae (1991) menjelaskan bahwa kepribadian *agreeableness* merupakan kepribadian yang memiliki karakteristik berorientasi pada interpersonal, kepedulian antar sesama, kepercayaan, dan perasaan. Costa dan McCrae (1991) menyebutkan terdapat 6 dimensi dalam kepribadian *agreeableness* yaitu *trust*; *straightforwardness*, *altruism*, *compliance*, *modesty*, dan *tender-mindedness*.

Karyawan yang memiliki kepribadian *agreeableness* ini mempunyai cara untuk menciptakan ikatan-ikatan keluarga dengan orang lain yang tidak memiliki hubungan darah tetapi secara sosial dekat. Karyawan yang sifat *agreeableness* cenderung menjaga keharmonisan dalam hubungan yang kurang nyaman dalam bekerja dan bersedia mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan kelompok sehingga mampu dengan adanya OCB (Sipayung, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap pengalaman, kesadaran, dan stabilitas emosional merupakan ciri-ciri kepribadian yang paling penting dalam memprediksi OCB. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa proses seleksi karyawan untuk mendapatkan target pelamar memiliki kepribadian yang baik sehingga dapat meningkatkan staf OCB. Selain itu menurut Purba dan Seniati (2004), kepribadian memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap OCB. Peneliti melihat dari sisi budaya karyawan Indonesia yang menjunjung tinggi nilai kebersamaan. Dapat dikatakan bahwa makin terikat karyawan tersebut secara emosional dengan perusahaan, maka makin cenderung ia membantu rekan kerja dan atasan dalam hal

penyelesaian tugas, pencegahan masalah dalam bekerja, dan pemberian semangat dan penguatan, serta makin cenderung karyawan membantu organisasi secara keseluruhan, dengan cara menoleransi situasi yang kurang ideal dalam bekerja, peduli pada kelangsungan hidup perusahaan, dan patuh pada peraturan dan tata tertib perusahaan.

Kepribadian dianggap menjadi prediktor paling besar diantara variabel lainnya dalam membentuk perilaku OCB dalam diri seseorang karena kepribadian merupakan sesuatu yang melekat pada diri seseorang yang sangat sulit diubah sehingga memiliki hubungan yang lebih stabil dan bertahan terhadap OCB (Sambung & Iring, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Sambung dan Iring, (2014) menemukan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap OCB pegawai.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan rumusan permasalahan : apakah ada hubungan antara kepribadian *agreeableness* dengan *organizational citizenship behavior* (OCB) pada karyawan *coffee shop* di Yogyakarta?

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepribadian *agreeableness* dengan *organizational citizenship behavior* (OCB) pada karyawan *coffee shop* di Yogyakarta.

### **C. Manfaat Penelitian**

Terdapat dua jenis manfaat dalam penelitian ini, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang ilmu psikologi industri dan organisasi khususnya dalam hubungan antara kepribadian *agreeableness* dengan *organizational citizenship behavior* (OCB) bagi karyawan yang dikhususkan pada karyawan *coffee shop* di Yogyakarta.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang dapat diterapkan pada sebuah perusahaan atau organisasi terutama dalam hal menciptakan perilaku *organizational citizenship behavior* (OCB) dalam lingkungan kerja. Manfaat untuk owner diharapkan dapat memberikan pengenalan mengenai perilaku prososial *organizational citizenship behavior* (OCB) yang sangat perlu diciptakan oleh karyawan yang dapat dilakukan pada saat evaluasi kerja, serta menekankan pentingnya *organizational citizenship behavior* (OCB) bagi karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang semakin baik. Sedangkan manfaat untuk karyawan yaitu agar karyawan mengetahui pentingnya *organizational citizenship behavior* (OCB) untuk dilakukan, dan dampak yang terjadi jika *organizational citizenship behavior* (OCB) tidak diterapkan pada saat bekerja.