

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam Era Globalisasi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan untuk menjaga *sustainability* perusahaan, serta selalu mencapai keunggulan kompetitif perusahaan perbankan salah satunya melalui karyawan. Menurut Maharani et al (2021). Karyawan merupakan salah satu asset utama yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, tanpa terkecuali bagi perusahaan yang bergerak di bidang perbankan yang mengutamakan pelayanan kepada konsumennya. Karyawan memiliki peranan penting dan utama didalam suatu pekerjaan pada perusahaan. Untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan dibutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten dan sesuai dari kualifikasi yang diinginkan oleh perusahaan sebagai penggerak kehidupan perusahaan. Asepta & Maruno (2018).

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang telah dilakukan di India. Sharma & Verma (2022). Melakukan penelitian dengan judul penelitian “*A Study of Organizational Culture & Work-Life Balance on Employee Branding: with reference of Higher Education in India*” tersebut dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan *work life balance* terhadap *employee branding* pada universitas di India. Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian tersebut dapat ditemukan bahwa budaya organisasi dan *work life balance* berpengaruh signifikan terhadap *employee branding* universitas di India.

Dalam membangun citra sebuah perusahaan, karyawan mampu menjadi salah satu cara dalam membangun citra perusahaan tersebut. Terutama pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa (*Service*) dimana karyawan merupakan *Frontliner* terdepan yang berhubungan langsung antara karyawan dengan Konsumen. Scheiner(2018). Hal ini yang menyebabkan pentingnya peningkatan citra perusahaan oleh karyawan langsung, dalam hal ini disebut sebagai *Employee Branding*. *Branding* dalam perusahaan jasa adalah tentang orang yaitu karyawan,.konsumen memberikan penilaian kepada perusahaan jasa dari pelayanan yang diperoleh dari perusahaan.Semnani et al (2015). *Internal Branding* atau pada masa sekarang disebut sebagai *Employee Branding* yang dicapai melalui kepuasan dari hasil kinerja yang dilakukan karyawan yang dilakukan oleh konsumen menjadi salah satu motivasi karyawan sebagai bentuk *branding* perusahaan yang dilakukan oleh karyawan kepada pihak luar.Valuanu et al (2022).

Branding yang dilakukan karyawan oleh perusahaan mewakili ciri khas dari suatu perusahaan tersebut yang diperoleh karyawan selama melakukan kegiatan aktivitas bekerja di

perusahaan tersebut. Potensi-potensi yang dimiliki oleh karyawan mewakili dari budaya organisasi yang dimiliki perusahaan tersebut. Lumunon et al.(2019). Budaya organisasi merupakan suatu system atau nilai-nilai yang diterapkan dalam suatu organisasi/perusahaan yang telah berjalan lama dan dianut dalam penyelesaian masalah oleh anggota organisasi/karyawan tersebut. Sutrisno (2019). Budaya organisasi dapat menjadi gambaran perusahaan yang dilakukan oleh karyawan dalam perusahaan karena bentuk atau citra perusahaan terbentuk dari budaya perusahaan yang telah ada dan dianut oleh karyawan. Budaya organisasi juga memiliki peranan efektif dalam kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Miles & Mangold (2015). Dibutuhkan pendekatan khusus yang digunakan untuk memahami budaya organisasi suatu perusahaan yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan yang diimplementasikan oleh karyawan sehingga dapat menjadi Langkah strategis dalam keberlangsungan *branding* perusahaan Sheikh et al (2022). Hal ini menarik untuk diteliti bagaimana budaya organisasi dari Bank XYZ yang dikenal yaitu SMART SOLUTION yang menjadi pedoman bagi karyawan perusahaan dalam bekerja pada perusahaan.

Branding perusahaan yang dilakukan karyawan juga dapat berdasarkan pada kemampuan karyawan yang dalam bekerja di perusahaan tersebut, terlebih di dalam perusahaan di bidang perbankan dimana karyawan harus dapat memberikan kinerja terbaik untuk memberikan *service* kepada nasabah atau konsumen. Hal ini merupakan juga dipengaruhi bagaimana karyawan dapat menyeimbangkan antara kehidupan kerja maupun kehidupan pribadi yang disebut sebagai *work life balance* Asepta & Maruno (2018). Menurut Lockwood (2019). *work life balance* merupakan suatu keadaan yang imbang pada dua tuntutan penting yaitu bekerja dan kehidupan pribadi harus sama, bagi karyawan pandangan *work life balance* pilihan dimana karyawan dapat membagi waktu antara kewajiban dalam bekerja dan tanggung jawab dalam mengurus keluarga sedangkan menurut pandangan perusahaan *work life balance* tantangan untuk mencapai tujuan budaya perusahaan yang mendukung karyawannya yang sedang bekerja sehingga karyawan dapat fokus ketika dalam bekerja. Hal ini berkaitan antara karyawan yang dapat mencapai *work life balance* yang ideal di tempat perusahaan bekerja sehingga menimbulkan kenyamanan dalam bekerja di perusahaan tersebut sehingga karyawan dapat menjadi alat yang strategis perusahaan dalam melakukan *branding* perusahaan mereka. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti bagaimana *work life balance* yang ada pada Bank XYZ KCU Pekalongan, apakah karyawan mampu dalam menyeimbangkan antara bekerja dengan kehidupan atau aktivitas pribadi diluar pekerjaan sehingga dapat berpengaruh pada seimbang atau tidak *work life balance* pada karyawan bank XYZ KCU Pekalongan.

Bank XYZ merupakan salah satu perbankan swasta di Indonesia yang memiliki total kantor cabang yang tersebar diseluruh Indonesia berjumlah 1.247 kantor cabang, salah satunya berada di Kota Pekalongan. Alasan peneliti melakukan penelitian pada Bank XYZ KCU Pekalongan karena pelayanan dalam bidang perbankan Ketika melakukan kegiatan ekonomi merupakan salah satu yang terbaik yang dialami oleh peneliti, hal ini menarik untuk diteliti bagaimana karyawan tersebut dapat memberikan pelayanan sebagai bentuk *branding* perusahaan melalui karyawan. Peran karyawan dalam melakukan *branding* bagi Bank XYZ adalah untuk menarik minat konsumen untuk melakukan kegiatan perbankan di XYZ hingga dalam proses rekrutmen karyawan. *Employee branding* merupakan salah satu hal yang menarik untuk diteliti berkaitan dengan bagaimana karyawan internal bank XYZ melakukan *branding* kepada pihak eksternal baik atau buruk mengenai Bank XYZ.

Oleh karena itu, alasan peneliti melakukan replikasi penelitian terdahulu adalah untuk meneliti apakah variabel budaya organisasi dan *work life balance* berpengaruh signifikan terhadap *employee branding* Bank XYZ KCU Pekalongan. Selain itu penelitian tentang Pengaruh budaya organisasi dan *work life balance* terhadap *employee branding* masih jarang terdapat di Indonesia terkhusus di Unika Soegijapranata Semarang, Penelitian ini juga menarik berkaitan tentang pengalaman pribadi dari peneliti yang merupakan nasabah dari bank XYZ KCU Pekalongan dalam memberikan pelayanan dan diluar bekerja tetap menjaga nama baik perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan terdahulu adalah pada objek penelitian yang dilakukan. Selain itu alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui *branding* yang dilakukan oleh karyawan secara mandiri atau sifatnya individual kepada pihak eksternal tersebut dipengaruhi oleh variabel budaya organisasi dan *work life balance*. Oleh karena itu maka peneliti memilih judul penelitian “Pengaruh Budaya Organisasi dan *Work Life Balance* Terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi variabel Budaya Organisasi dan *Work Life Balance* terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan?
2. Apakah Budaya Organisasi berpengaruh signifikan Terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan?
3. Apakah *Work Life Balance* berpengaruh signifikan terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan?

4. Apakah Budaya Organisasi dan *Work Life Balance* berpengaruh signifikan terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan peneelitan ini memiliki tujuan untuk mendapatkan hasil seperti berikut ini :

1. Untuk mengetahui deskripsi variabel Budaya Organisasi dan *Work Life Balance* terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Budaya Organisasi terhadap *Employee branding* Bank XYZ KCU Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Work Life Balance* terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Budaya Organisasi dan *Work Life Balance* terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Tujuan dari penelitian yang sudah dijelaskan, Manfaat penelitian ini dilakukan seperti berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan *work life balance* terhadap *employee branding* Bank XYZ KCU Pekalongan, dan untuk mendeskripsikan pengaruh budaya organisasi dan *work life balance* terhadap *employee branding* Bank XYZ KCU Pekalongan.

2. Manfaat Praktis.

Bagi Bank XYZ KCU Pekalongan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan dapat memberikan masukan kepada Bank XYZ KCU Pekalongan terkait dengan *Employee Branding* perusahaan yang dipengaruhi oleh Budaya Organisasi dan *Work life Balance*. Sehingga dapat bermanfaat dalam proses peningkatan citra perusahaan melalui karyawan.