

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini pertumbuhan bisnis waralaba retail semakin meluas hingga menembus batas-batas negara di seluruh dunia. Hal ini memudahkan aliran barang, modal, informasi, dan orang di antara negara-negara. Selain itu, globalisasi juga mendorong standarisasi dalam operasi bisnis waralaba retail. Franchisor dipaksa untuk menciptakan suatu standar yang ketat agar outlet waralaba mereka mampu bertahan di tengah persaingan dagang. Adanya standar perusahaan juga harus dibarengi dengan penyesuaian dengan preferensi budaya setempat. Caranya yaitu dengan memodifikasi produk atau layanan mereka untuk mengakomodasi perbedaan budaya, tradisi, dan kebiasaan konsumen di negara yang mereka tuju.

Di luar adanya standar dan diferensiasi bisnis, sumber daya manusia juga berperan penting dalam kehidupan bisnis waralaba retail. Menurut William R. Tracer dalam bukunya "The Human Resources Glosarium", SDM merujuk kepada individu-individu yang menjadi anggota staf dan berperan dalam menjalankan operasional suatu organisasi di perusahaan. Istilah SDM dalam konteks ini mencakup semua individu yang bekerja di dalam perusahaan, yang umumnya dikenal sebagai karyawan (Cheong, 2023).

Semua bisnis pasti menginginkan sumber daya manusia yang berkualitas. Namun kenyataannya tidak semua sumber daya manusia mampu memberikan kejayaan pada bisnis. Di sinilah pentingnya peran manajemen sumber daya manusia. Pada umumnya, Manajemen Sumber Daya Manusia adalah langkah yang diambil oleh perusahaan untuk mengelola tenaga kerjanya dengan memastikan bahwa sumber daya manusia yang tersedia diorganisasikan, dikembangkan, dan dimanfaatkan secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.

Hasil penelitian International Institute for Management Development (IMD) tahun 2023 menyebutkan bahwa posisi daya saing sumber daya manusia Indonesia mengalami kenaikan dari peringkat 51 menjadi peringkat 47 dari 64 negara di dunia. Kenaikan kualitas kompetensi SDM ditunjang dari faktor investasi dan pengembangan SDM.

Menurut Nazira (2022), dalam buku "SDM Berkualitas Mengubah Visi Menjadi Realitas" karya Ruky, A.S., sumber daya manusia yang berkualitas dapat dikenali melalui beberapa karakteristik, yaitu:

1. Memahami tugas dan tanggung jawabnya dengan baik,
2. Memiliki pengetahuan yang luas dan mampu menjalankan tugasnya secara efektif,
3. Memiliki keterampilan, keahlian, dan kemampuan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugasnya,

4. Bersifat produktif, inovatif, kreatif, mampu berkolaborasi dengan rekan kerja, dapat dipercaya, dan setia.

SDM sangat berkaitan erat dengan kinerja karyawan. Kinerja merupakan ukuran penting dalam mengevaluasi keberhasilan individu, tim, atau organisasi dalam mencapai tujuan dan menghasilkan nilai. Dalam penilaian kinerja karyawan akan melibatkan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Pencapaian Tujuan: Kinerja mencakup sejauh mana individu, tim, atau organisasi berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Ini bisa berupa target penjualan yang tercapai, proyek yang selesai tepat waktu, atau pencapaian milestone tertentu dalam pengembangan produk atau layanan.
2. Produktivitas: Produktivitas adalah ukuran efisiensi dalam menggunakan sumber daya untuk menghasilkan output yang diinginkan. Kinerja tinggi sering kali diindikasikan oleh tingkat produktivitas yang tinggi, di mana lebih banyak hasil dicapai dengan menggunakan sumber daya yang tersedia.
3. Kualitas: Kinerja juga mencakup kualitas hasil yang dihasilkan. Ini berkaitan dengan seberapa baik produk atau layanan diproduksi atau disampaikan, dan sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau pemangku kepentingan lainnya.
4. Efisiensi: Kinerja yang baik sering kali ditandai dengan efisiensi dalam proses kerja dan penggunaan sumber daya. Ini mencakup upaya untuk

mengurangi pemborosan, mengoptimalkan proses, dan memastikan bahwa sumber daya yang tersedia digunakan dengan cara yang paling efektif.

5. Inovasi: Kinerja yang luar biasa sering kali melibatkan inovasi, di mana individu, tim, atau organisasi menciptakan solusi baru, ide, atau pendekatan untuk menyelesaikan masalah atau mencapai tujuan yang diberikan. Inovasi dapat mempercepat pertumbuhan dan memungkinkan diferensiasi di pasar.
6. Dampak Positif yang dirasakan: Kinerja yang baik tidak hanya mencakup pencapaian tujuan yang ditetapkan, tetapi juga menciptakan dampak positif lebih luas. Ini dapat mencakup peningkatan kepuasan pelanggan, pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, kontribusi terhadap masyarakat atau lingkungan, dan penciptaan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.

Banyak kasus bertebaran di media massa yang membicarakan tentang kinerja karyawan, mulai dari tidak seimbang beban kerja, banyaknya lembur, standar perusahaan yang mencekik, dan sebagainya. Pernyataan tersebut juga didasarkan pada pendapat Febrianti (2023) dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa masalah kinerja karyawan Alfamart yaitu diantaranya 1) adanya tekanan tinggi terhadap pekerjaan, 2) waktu kerja yang melebihi batas ketentuan, 3) Stres kerja sehingga berujung pada turnover.

Perlu kita ketahui bersama bahwa Alfamart adalah salah satu bisnis waralaba retail. Jenis bisnis ini merupakan bentuk kemitraan bisnis di mana

pemilik merek atau pemilik bisnis (franchisor) memberikan hak kepada pihak lain (franchisee) untuk menggunakan merek dagang mereka, sistem operasional, dan dukungan bisnis lainnya untuk menjalankan operasi ritel di bawah merek tersebut. Franchisee membayar biaya awal dan royalti berkala kepada franchisor sebagai imbalan atas hak tersebut. Menurut Ahdiat dalam penelitian United States Department of Agriculture (USDA) tahun 2023, Alfamart adalah bisnis retail yang paling laris di Indonesia. Hal tersebut didasarkan pada data Euromonitor tahun 2022 dalam Ahdiat (2023) yang menyatakan bahwa Alfamart mengalami kenaikan pendapatan penjualan sebanyak 40 persen atau sebesar 7,62 miliar dibandingkan pendapatan penjualan tahun 2021.

Gambar 1.1 Toko Retail Terlaris di Indonesia pada Tahun 2022



Sumber: Databoks (2022)

Alfamart adalah salah satu dari dua jaringan minimarket terbesar di Indonesia, bersama dengan Indomaret. Didirikan pada tahun 1989, Alfamart telah berkembang menjadi jaringan minimarket yang sangat luas dengan ribuan gerai di seluruh Indonesia. Berikut adalah beberapa poin penting tentang Alfamart:

1. Sejarah: Alfamart didirikan pada tahun 1989 oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, sebuah perusahaan ritel yang berbasis di Indonesia. Sejak didirikan, Alfamart telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan menjadi salah satu merek terkemuka di industri ritel modern di Indonesia.
2. Format Bisnis: Alfamart adalah minimarket ritel yang menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari, termasuk makanan ringan, minuman, produk kebersihan, kebutuhan rumah tangga, serta layanan pembayaran tagihan dan layanan keuangan.
3. Jangkauan: Alfamart memiliki jangkauan yang sangat luas di seluruh Indonesia, dengan ribuan gerai yang tersebar di berbagai kota dan desa. Hal ini membuatnya menjadi salah satu opsi belanja yang nyaman dan mudah diakses bagi masyarakat Indonesia, baik di perkotaan maupun pedesaan.
4. Harga Terjangkau: Salah satu keunggulan Alfamart adalah harga yang terjangkau untuk berbagai produknya. Hal ini membuat Alfamart menjadi pilihan populer bagi masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi.
5. Inovasi: Selain menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, Alfamart juga terus melakukan inovasi dalam layanan dan produknya. Mereka telah mengembangkan program loyalitas pelanggan, menawarkan layanan pembayaran tagihan, memperluas jaringan ATM, dan lain-lain untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.
6. Kemitraan: Sebagian besar gerai Alfamart dijalankan oleh mitra atau franchisee yang bekerja sama dengan perusahaan. Ini menciptakan peluang

bagi individu atau kelompok usaha untuk berinvestasi dalam bisnis ritel dengan dukungan merek yang kuat dan sistem operasional yang terbukti.

Alfamart telah menjadi salah satu pilar dalam industri ritel modern di Indonesia, memberikan akses yang lebih mudah dan nyaman untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, serta menjadi model bisnis yang sukses dalam kemitraan dan ekspansi jaringan. Berikut adalah contoh penyajian data yang memperbandingkan Alfamart dan Indomaret dalam beberapa aspek tertentu:

Tabel 1.1 Perbandingan Alfamart dengan Indomaret

Aspek	Alfamart	Indomaret
Jangkauan Geografis	Tersebar di seluruh Indonesia	Tersebar di seluruh Indonesia
Kelengkapan produk	Kurang lengkap	Lebih lengkap
Format Toko	Bervariasi tergantung pada pemilik dan lokasi, mungkin memiliki tata letak yang lebih sederhana atau beragam, relative lebih sempit, dan kadang tidak tersedia tempat duduk.	Minimarket modern dengan tata letak yang terorganisir dan rapi, lebih luas dan tersedia tempat nongkrong.
Harga	Sedikit lebih mahal	Lebih murah
Promosi	<i>“Harga Spesial”</i> yaitu	<i>“Harga Heboh”</i> yaitu promosi

Aspek	Alfamart	Indomaret
	<p>promosi setiap 2 minggu yang memberikan harga sangat murah untuk produk-produk kebutuhan sehari-hari</p> <p>“Serba Gratis” yaitu promo edisi 2 minggu yang mempromosikan beli produk promo akan mendapat gratis barang sesuai dengan ketentuan promo yang berlaku.</p> <p>“Tebus Murah” yaitu promosi atas produk tertentu dengan minimal pembelian bentuk pemberian hadiah langsung atau potongan harga.</p>	<p>mingguan yang memberikan harga sangat murah untuk produk-produk kebutuhan sehari-hari</p> <p>“Super Hemat” yaitu leaflet edisi 2 minggu yang mempromosikan produk-produk dengan harga hemat sebagai panduan untuk konsumen belanja hemat</p> <p>“Promosi bulan ini” yaitu promosi bulanan atas produk tertentu dalam bentuk pemberian hadiah langsung atau potongan harga.</p>

Sumber: laga, et al (2019)

Penyajian data ini memberikan gambaran singkat tentang perbedaan antara Alfamart dan toko sejenis dalam beberapa aspek kunci seperti jangkauan geografis, ketersediaan produk, harga, layanan tambahan, kemitraan, inovasi dan teknologi, serta ketersediaan 24/7. Ini membantu konsumen atau investor dalam memahami perbedaan antara kedua jenis toko dan memilih yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Tabel 1.2 Kinerja Keuangan Alfamart Tahun 2020 – 2023

keterangan	2020	2021	2022	2023
Total Aset	25.868.106	27.370.210	30.746.266	34,246,183
Total Liabilitas	17.853.981	17.942.427	19.275.574	18,540,983
Total Ekuitas	8.014.125	9.427.783	11.470.692	15,705,200
Laba Bersih	1.265.269	1.925.874	2.855.284	3,403,657

Sumber: idx.com (2024)

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui bahwa kinerja keuangan Alfamart semakin membaik walaupun pada masa itu semua bisnis di dunia sedang dilanda pandemi covid-19. Hal ini menandakan bahwa karyawan Alfamart dapat meningkatkan produksi perusahaan.

Tabel 1.3 Daftar Alfamart di Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya

Lokasi	Nama Tempat	Jumlah Karyawan
Perumahan The Royal Park Residance R36 dan R37 Kel, Gn. Anyar Tambak, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294	Alfamart Gunung Anyar Tambak	6
Jl. Raya Wiguna Tengah No.45, Kel. Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294	Alfamart Wiguna Gunung Anyar	5
Jl. Raya Wiguna Timur No.56,	Alfamart Wiguna Timur	7

Lokasi	Nama Tempat	Jumlah Karyawan
Kel. Gn. Anyar Tambak, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294		
Blk. N - O Jl. Gn. Anyar Tengah No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294	Alfamart Gunung Anyar Tengah	10
Jl. Kyai Abdul Karim, RW.66, Rungkut Menanggal, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60293	Alfamart Abdul Karim	6
Jl. Rungkut Menanggal Harapan, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60293	Alfamart Rungkut Menanggal Harapan	10

Sumber: Data Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil wawancara singkat terhadap beberapa karyawan pada Alfamart di Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya, ditemukan permasalahan yang berhubungan dengan kinerja karyawan, yakni:

1. Beberapa karyawan memiliki motivasi yang didorong oleh faktor eksternal seperti imbalan finansial atau pengakuan,

2. Karyawan Alfamart diharuskan menghadapi volume tugas yang tinggi, terutama pada jam-jam sibuk di toko, seperti selama akhir pekan atau saat promosi khusus. Mereka juga harus menangani berbagai aktivitas seperti melayani pelanggan, merapikan rak, mengelola stok, dan melakukan tugas lainnya dalam waktu yang terbatas,
3. Akibat tingginya beban kerja, sehingga karyawan memiliki tingkat stres yang tinggi. Hal ini tentu dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan mental dan fisik karyawan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi Kerja, Beban Kerja, dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan Gerai Alfamart di Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni:

1. Apakah motivasi kerja, beban kerja, dan stres kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan?
2. Apakah motivasi kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan?
3. Apakah beban kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan?
4. Apakah stres kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah motivasi kerja, beban kerja, dan stres kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah motivasi kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah beban kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah stres kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberikan pengalaman bagi peneliti dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang relevan dengan motivasi kerja, beban kerja, stres kerja, dan kinerja.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang berfaedah bagi perusahaan sekaligus bahan refleksi dan

evaluasi dalam meningkatkan kinerja karyawan dan perancangan strategi bisnis PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart)

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian dapat menjadi panduan bagi manajer ritel lainnya dalam mengelola sumber daya manusia (karyawan) dalam mencapai kinerja perusahaan yang optimal.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian mendatang yang mengangkat masalah yang sama sekaligus bahan bacaan untuk memperkaya wawasan terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan waralaba retail. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya teori-teori yang ada dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya yang berhubungan dengan motivasi kerja, beban kerja, stres kerja, dan kinerja karyawan.