

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia merupakan faktor utama yang memiliki peran penting dalam suatu organisasi. Keberhasilan sebuah organisasi maupun perusahaan dalam kegiatan operasionalnya tidak lepas dari peran sumber daya manusia yang ada didalamnya. Karyawan sebagai sumber daya manusia yang ada didalam perusahaan menjadi salah satu elemen kunci keberhasilan termasuk Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia dalam mencapai tujuan dan memberikan layanan terbaik.

Persaingan global yang semakin ketat, kemampuan organisasi untuk mempertahankan kinerja karyawan yang optimal menjadi tantangan tersendiri dalam hal bagaimana koperasi ikut serta meningkatkan daya saing, salah satunya melalui efisiensi operasional dan kualitas layanan. Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya (Mathis, 2016). Kinerja karyawan dalam hal ini adalah karyawan bagian pemasaran memainkan peran penting dalam menjaga hubungan baik dengan anggota koperasi dan memastikan keberlangsungan layanan yang optimal. Hasil observasi awal pada 36 karyawan marketing Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia dapat dilihat pada tabel I.1 berikut ini:

Tabel I.1
Hasil Observasi

No	Indikator	Jumlah Karyawan yang Mengalami Penurunan	Presentase (%)	Fenomena yang Terjadi
1	Kualitas pelayanan	18	50	Banyak anggota mengeluhkan ketidaktepatan informasi produk dan layanan yang diterima.
2	Komunikasi	15	41,7	Karyawan kesulitan menjelaskan produk secara persuasif dan menangani keluhan anggota.
3	Kecepatan	20	55,6	Penundaan layanan terjadi, terutama saat volume transaksi meningkat.
4	Kemampuan	12	33,3	Tidak semua karyawan mampu menghasilkan strategi pemasaran dan materi promosi yang efektif.
5	Inisiatif	10	27,8	Hanya sedikit karyawan yang proaktif mengusulkan ide atau mencari peluang baru.

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel I.1 menunjukkan bahwa indikator kecepatan menjadi tantangan terbesar dengan persentase penurunan tertinggi, yaitu 55,6%. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi alur kerja dan distribusi beban kerja yang lebih baik. Inisiatif menunjukkan penurunan terendah (27,8%), tetapi masih memerlukan perhatian karena penting untuk mendukung inovasi. Penurunan pada kualitas pelayanan (50%) menunjukkan perlunya pelatihan lebih lanjut agar karyawan dapat memberikan layanan yang memuaskan sesuai harapan anggota.

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan indikator pertama yaitu kualitas layanan menjadi salah satu indikator utama kinerja, di mana tingkat kepercayaan nasabah terhadap koperasi sangat bergantung pada kemampuan karyawan dalam memberikan hasil kerja yang memuaskan. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa masih terdapat keluhan dari nasabah terkait akurasi informasi yang diberikan, seperti kesalahan dalam penjelasan produk keuangan dan kurangnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan nasabah. Hal ini mengindikasikan adanya tantangan dalam menjaga standar kualitas pelayanan, yang menjadi kritis untuk diperbaiki demi menjaga loyalitas nasabah.

Indikator kedua terkait komunikasi juga menjadi aspek penting dalam kinerja karyawan pemasaran. Kemampuan karyawan dalam berinteraksi secara efektif dengan nasabah koperasi sangat memengaruhi pemahaman terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Berdasarkan survei internal yang dilakukan oleh tim manajemen menunjukkan bahwa tidak semua karyawan memiliki kemampuan komunikasi yang memadai, terutama dalam menyampaikan informasi secara persuasif atau menangani keluhan anggota secara empatik. Kendala komunikasi ini sering kali berujung pada kesalahpahaman antara koperasi dan anggota, yang dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan anggota terhadap koperasi.

Kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan tepat waktu juga menjadi perhatian utama. Meskipun ada target waktu untuk menangani setiap transaksi atau permintaan anggota, laporan menunjukkan bahwa terdapat penundaan dalam penyelesaian beberapa layanan, terutama pada periode tertentu

seperti saat volume transaksi meningkat. Situasi ini tidak hanya menghambat operasional, tetapi juga memengaruhi kepuasan anggota yang mengharapkan layanan yang cepat dan efisien.

Kemampuan karyawan dalam menghasilkan output berkualitas juga menjadi indikator penting. Marketing yang efektif membutuhkan karyawan yang mampu menghasilkan materi promosi yang menarik dan menyusun strategi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan anggota. Masih terdapat disparitas dalam kompetensi antar karyawan, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Selain itu, inisiatif karyawan dalam memberikan kontribusi besar terhadap koperasi juga belum sepenuhnya optimal. Karyawan yang proaktif dalam mengusulkan ide-ide baru untuk menarik lebih banyak anggota atau meningkatkan layanan yang sudah ada masih sebagian kecil dari keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa budaya inovasi dan keterlibatan karyawan perlu ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan koperasi secara berkelanjutan.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku kinerja karyawan yaitu *burnout* (Aghniya & Aulia, 2022; Kabdiyono *et al.*, 2024; Yosanti & Kasmita, 2020), *self esteem* (Algifari Sariza *et al.*, 2024; Amalia & Budiono, 2021; Marwah & Muhammad Kasran, 2022), dan *self efficacy* (Hoo *et al.*, 2024; Lestari *et al.*, 2024; Yuniarti & Muhtamar, 2022). *Burnout* kerap menjadi tantangan utama dalam dunia kerja saat ini termasuk di sektor koperasi. *Burnout* adalah kondisi mental yang terjadi ketika

seseorang terlalu lama menghadapi tekanan dan konflik dalam hubungan di tempat kerja (Maslach & Leiter, 2016).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan menemukan bahwa fenomena kelelahan emosional terlihat ketika karyawan merasa terkuras secara mental akibat tekanan pekerjaan yang terus menerus. Pada karyawan pemasaran Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia yaitu tingginya tuntutan untuk mencapai target anggota baru dan memberikan layanan berkualitas sering kali membuat mereka kewalahan. Hal ini diperparah dengan jadwal kerja yang padat tanpa adanya mekanisme dukungan emosional yang memadai di perusahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kelelahan emosional dapat mengurangi kemampuan karyawan untuk fokus dan memengaruhi produktivitas mereka secara signifikan (Aghniya & Aulia, 2022; Kabdiyono *et al.*, 2024; Yosanti & Kasmita, 2020).

Fenomena depersonalisasi muncul dalam bentuk sikap dingin atau tidak peduli karyawan terhadap anggota koperasi, yang dapat berdampak pada kualitas hubungan kerja. Kondisi ini biasanya terjadi ketika karyawan merasa tidak dihargai atau tidak memiliki keterlibatan emosional dengan pekerjaannya. Selain itu, penurunan prestasi pribadi sering dialami oleh karyawan yang merasa bahwa kontribusinya tidak memberikan dampak berarti terhadap organisasi. Karyawan marketing yang mengalami burnout cenderung meragukan kemampuan mereka sendiri, bahkan dalam tugas-tugas sederhana seperti menjelaskan produk atau menyusun laporan. Situasi ini, sebagaimana diidentifikasi oleh (Aghniya & Aulia, 2022; Kabdiyono *et al.*, 2024; Yosanti & Kasmita, 2020),

mengindikasikan perlunya intervensi organisasi untuk mengatasi burnout guna mencegah penurunan kinerja secara keseluruhan.

Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa *self-esteem* dapat memengaruhi kinerja karyawan (Algifari Sariza *et al.*, 2024; Amalia & Budiono, 2021; Marwah & Muhammad Kasran, 2022). Fenomena *self-esteem* menjadi faktor penting yang memengaruhi kinerja karyawan, terutama di sektor yang membutuhkan interaksi intensif seperti marketing. *Self esteem* adalah evaluasi diri individu terhadap kompetensi dan refleksi diri terhadap dirinya sendiri sebagai pribadi (Hwang *et al.*, 2024). Berdasarkan hasil observasi menemukan bahwa harga diri secara keseluruhan sering kali menjadi cerminan bagaimana karyawan memandang nilai dirinya. Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia, memiliki karyawan dengan tingkat harga diri global yang rendah cenderung menunjukkan sikap pesimis dan kurang percaya diri dalam menjalankan tugas.

Rendahnya harga diri secara keseluruhan dapat menghambat motivasi dan kemampuan karyawan dalam menghadapi tekanan pekerjaan. Selain itu, harga diri kontak sosial juga menjadi tantangan bagi karyawan marketing yang interaksinya sangat bergantung pada kemampuan membangun hubungan baik dengan anggota koperasi. Karyawan dengan harga diri sosial yang rendah sering merasa canggung atau tidak nyaman dalam situasi sosial, yang pada akhirnya memengaruhi kemampuan mereka untuk menarik dan mempertahankan anggota baru.

Keyakinan pada kemampuan kerja juga menjadi indikator kritis dalam *self-esteem* yaitu rendahnya harga diri kinerja dapat membuat karyawan merasa

tidak mampu memenuhi ekspektasi perusahaan, sehingga berpotensi menurunkan produktivitas. *Physical appearance self-esteem* dan *physical ability self-esteem* turut berkontribusi pada kepercayaan diri karyawan dalam lingkungan kerja. Karyawan yang merasa penampilan fisiknya kurang menarik cenderung menghindari interaksi langsung, terutama dalam presentasi produk atau pertemuan penting dengan anggota koperasi. Hal ini sesuai dengan temuan yang menyebutkan bahwa penilaian negatif terhadap penampilan fisik dapat memengaruhi keberanian individu untuk tampil di depan publik (Algifari Sariza *et al.*, 2024; Amalia & Budiono, 2021; Marwah & Muhammad Kasran, 2022). Begitu pula, rendahnya harga diri terkait kemampuan fisik dapat membuat karyawan merasa terbatas dalam menyelesaikan tugas yang membutuhkan tenaga ekstra, seperti pengiriman dokumen atau pemasaran langsung di lapangan.

Pentingnya dukungan organisasi untuk meningkatkan *self-esteem* karyawan demi mendukung kinerja yang optimal. Selain itu, faktor lain yang memainkan peran penting yaitu *self efficacy* dalam menentukan kemampuan karyawan untuk mengatasi tantangan kerja dan mencapai target yang telah ditetapkan (Hoo *et al.*, 2024; Lestari *et al.*, 2024; Yuniarti & Muhtamar, 2022). Pada karyawan marketing Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia, fenomena rendahnya besaran/tingkat (*magnitude of level*) *self-efficacy* terlihat dari ketidakmampuan beberapa karyawan untuk menyelesaikan tugas yang dianggap sulit, seperti meyakinkan calon anggota untuk bergabung atau menangani keluhan kompleks.

Rendahnya *self-efficacy* tingkat ini sering kali berakar pada kurangnya pengalaman atau pelatihan yang relevan, sehingga karyawan merasa ragu untuk mencoba menyelesaikan tugas yang lebih menantang. Sementara itu, aspek umum (*generality*) mengacu pada sejauh mana *self-efficacy* karyawan dapat diterapkan di berbagai situasi pekerjaan. Karyawan dengan *self-efficacy* yang rendah cenderung merasa tidak percaya diri ketika dihadapkan pada situasi baru, seperti menghadapi anggota dari latar belakang budaya berbeda atau menggunakan teknologi baru dalam pemasaran.

Generality self-efficacy yang rendah dapat menghambat fleksibilitas dan adaptasi karyawan terhadap perubahan. Kekuatan (*strength*) *self-efficacy* juga menjadi tantangan, di mana karyawan yang tidak memiliki keyakinan kuat pada kemampuannya sering kali mudah menyerah ketika menghadapi hambatan kecil. Kekuatan *self-efficacy* yang rendah berpotensi memicu tingkat stres kerja yang tinggi, sehingga berdampak negatif pada produktivitas. Fenomena ini menekankan pentingnya pengembangan *self-efficacy* karyawan untuk mendukung keberhasilan operasional koperasi.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis bermaksud untuk meneliti beberapa faktor yang memengaruhi perilaku kinerja karyawan di Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia. Peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Burnout*, *Self-Esteem* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kinerja Karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *burnout* berpengaruh terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia?
2. Apakah *self esteem* berpengaruh terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia?
3. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia?
4. Apakah *burnout*, *self esteem* dan *self efficacy* berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini membatasi populasi penelitian pada karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh *burnout*, *self esteem* dan *self efficacy* terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia.
3. Guna menghindari meluasnya bahasan, maka variabel akan dibatasi pada:

- a. Kinerja

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya (Mathis, 2016). Indikator kinerja menurut (Surya, 2018):

- 1) Kualitas pelayanan
- 2) Komunikasi

- 3) Kecepatan
- 4) Kemampuan
- 5) Inisiatif

b. *Burnout*

Burnout adalah kondisi mental yang terjadi ketika seseorang terlalu lama menghadapi tekanan dan konflik dalam hubungan di tempat kerja (Maslach & Leiter, 2016). Indikator *burnout* menurut Maslach & Leiter, (2016) adalah:

- 1) Kelelahan emosional
- 2) Depersonalisasi

c. *Self-esteem*

Self-esteem adalah evaluasi diri individu terhadap kompetensi dan refleksi diri terhadap dirinya sendiri sebagai pribadi (Hwang *et al.*, 2024). Indikator *self-esteem* menurut Erz & Rentzsch, (2024) adalah:

- 1) *Global self-esteem* (harga diri global)
- 2) *Social contact self-esteem* (harga diri kontak sosial)
- 3) *Performance self-esteem* (harga diri kinerja)
- 4) *Physical appearance self-esteem* (harga diri penampilan fisik)
- 5) *Physical ability self-esteem* (harga diri kemampuan fisik)

d. *Self-efficacy*

Self-efficacy adalah penilaian individu terhadap kemampuan dirinya sendiri dan mencerminkan pengakuan terhadap kemampuan dirinya (Xu *et al.*, 2023). Indikator *self efficacy* menurut Lestari *et al.*, (2024) adalah:

- 1) Besaran/tingkat (*magnitude of level*)
- 2) Umum (*generality*)
- 3) Kekuatan (*strenght*)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh *burnout* terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia.
2. Mengetahui pengaruh *self esteem* terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh *self efficacy* terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia.
4. Mengetahui pengaruh *burnout*, *self esteem* dan *self efficacy* secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi para akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh *burnout*, *self esteem*, *self efficacy* dan kinerja.

- b. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh *burnout*, *self esteem*, *self efficacy* dan kinerja.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai salah satu bahan masukan bagi organisasi yang diteliti yaitu Koperasi Jasa Permata Jaya Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi yang diterapkan untuk masa yang akan datang. Hal tersebut dapat digunakan sebagai rujukan untuk menerapkan sistem yang efektif pada masa sekarang dan yang akan datang.

