

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kuliner adalah rangkaian kegiatan untuk menghasilkan makanan dan minuman dengan penampilan menarik yang dimulai dari memilih bahan makanan yang berkualitas; mempersiapkan teknik pengolahan yang tepat dan aman serta menghasilkan selera sesuai tujuan. Usaha kuliner dapat diartikan sebagai kegiatan yang memiliki motif memperoleh keuntungan dari penjualan di bidang makanan dan minuman. Konteks usaha di bidang kuliner menunjukkan adanya penyediaan barang dan jasa yang diperlukan konsumen sehingga pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan ekonomi dari produk makanan dan minuman yang dijualnya.

Usaha kuliner di Indonesia dewasa ini semakin banyak dijumpai terutama di kota-kota besar dan kota-kota wisata. Kuliner yang ada di tanah air pun terus berkembang tidak hanya dari segi variasi dan keunikan cita rasa namun juga pemanfaatan teknologi dalam memperluas jangkauan konsumen serta memberikan pengalaman lebih bagi konsumen saat mengeksplorasi kuliner di Indonesia.

Mengutip dari website Pikiran Rakyat, Kota Bandung bersama empat kota lainnya di Indonesia yakni Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Bali telah ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia oleh Kementerian Pariwisata sejak tahun 2015. Ke depan, kota-kota itu diharapkan bisa masuk dalam situs warisan dunia UNESCO sehingga makin memberi dampak positif bagi Negara.

Bandung terkenal sebagai kota yang banyak menghadirkan beragam kuliner kepada masyarakat. Hampir setiap kuliner yang ada di Kota Bandung dapat diterima dan digemari oleh khalayak. Tidak hanya itu, Kota Bandung juga dikenal dengan keanekaragaman kuliner yang unik dan menarik, bukan hanya dari sisi rasanya saja tetapi juga dari sisi nama dan penyajian serta kemasannya pun dibuat dengan inovasi yang unik dan menarik.

Usaha restoran dan rumah makan di Kota Bandung banyak menawarkan beragam jenis hidangan. Kategori restoran dan rumah makan tersebut diantaranya *Sundanese cousine, Indonesian cousine, Asian cousine, European and Western cousine, bar and cafe, and fast food*. Mengutip dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang di rilis pada tahun 2022, salah satu restoran yang terus mengikuti kebutuhan dan gaya hidup masyarakat adalah restoran *western*. *Western food* adalah menu hidangan berasal dari Eropa serta negara bagian barat lainnya. Berikut daftar restoran *western* yang telah lolos Uji Sertifikasi CHSE (*Clean, Health, Safety & Environment*) beserta peringkat produktivitasnya menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada tahun 2022 :

Tabel 1.1
Peringkat Produktivitas Restoran *Western*
Yang Lolos Uji Sertifikasi CHSE di Kota Bandung Tahun 2022

No	Nama Restoran	Lokasi	Peringkat Produktivitas
1	Abuba Steak Buah Batu	Jl. Buah Batu No.157 C, RT.007/RW.006, Cijagra, Kec. Lengkong, Kota Bandung	I
2	Arunika Coffee Bar & Bistro	Jl. Terusan Pasir Koja No. 16, Astanaanyar, Bandung.	II
3	Pav Pizza	Jl. A.H. Nasution No.915c, Antapani Wetan, Kec. Cibiru, Kota Bandung	III

No	Nama Restoran	Lokasi	Peringkat Produktivitas
4	Shaburi & Kintan Buffet	Paris Van Java, Jl. Sukajadi No.136, Pasteur, Bandung City, West Java Mall PVJ RL, Cipedes, Kec. Sukajadi, Kota Bandung	IV
5	Shabu Hachi	Jl. Cilaki No.41, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung	V
6	Justus Steak House	Jl. Cimanuk No.8, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung	VI
7	Braga Permai	Jl. Braga No.58, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung	VII
8	Hummingbird Eatery & Space	Jl. Progo No.16, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung	VIII
9	Sushi Tei	Jl. Gatot Subroto No.289, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung	IX
10	Bilbao Brasserie	Jl. Cimanuk No.12, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung	X
11	GiggleBox Cafe And Resto	Jl. Progo No.33A, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung	XI

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2022

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa peringkat produktivitas ke I diraih oleh Abuba Steak Buah Batu. Sedangkan peringkat paling rendah yaitu XI diraih oleh Giggle Box Café & Resto. Hal tersebut berarti Giggle Box Café & Resto tidak begitu produktif dibandingkan dengan restoran lain.

Selanjutnya peneliti melakukan *reaserch* lebih lanjut mengenai restoran *western* di Bandung berdasarkan ulasan konsumennya untuk mengetahui *rating* dari masing-masing restoran. Berikut daftar restoran *western* beserta *rating* menurut Google Maps 2022 :

Tabel 1.2
Daftar Restoran Western di Kota Bandung Beserta Rating yang di Berikan Pengunjung pada Masing-Masing Restoran Tahun 2022

No	Nama Restoran	Lokasi	Ulasan	Rate
1	Justus Steak House Cimanuk	Jl. Cimanuk No.8, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	3.652	4,6/5
2	Byron Selective	Jl. Progo No.2, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	1.117	4,6/5

No	Nama Restoran	Lokasi	Ulasan	Rate
3	Jardin Cafe	Jl. Cimanuk No.1A, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	5.342	4,6/5
4	Hummingbird Eatery & Space	Jl. Progo No.16, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	4.820	4,5/5
5	Karnivor Restaurant	Jl. L. L. R.E. Martadinata No.127, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114	13.078	4,5/5
6	Bonfire Roast & Grill	Jl. L. L. R.E. Martadinata No.137, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114	1.667	4,6/5
7	Glosis	Jl. Citarum No.12, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114	2.568	4,5/5
8	Bilbao Brasserie	Jl. Cimanuk No.12, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	2.129	4,5/5
9	Dakken Restaurant	Jl. L. L. R.E. Martadinata No.67, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40113	4.367	4,5/5
10	GiggleBox Cafe And Resto	Jl. Progo No.33A, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	1.514	4,4/5

Sumber : Google Maps, 2022

<https://www.google.com/maps/search/giggle+box+bandung/@-6.8962934,107.6071167,13z/data=!3m1!4b1?authuser=0>

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terdapat 10 restoran yang menyajikan hidangan *western* beserta *rating* yang diberikan oleh para pengunjung dengan kriteria jumlah ulasan minimal sebanyak 1.000 ulasan terlihat bahwa Restoran Justus *Steak House* Cimanuk dan Byron *Selective* mendapat *rating* tertinggi yaitu 4,6/5. Sementara Restoran Giggle Box *Cafe And Resto* mendapat *rating* terkecil sebesar 4,4/5 dengan jumlah ulasan sebanyak 1.514 ulasan. Maka dari itu Restoran Giggle Box dinilai memiliki pangsa pasar yang rendah akibat dari kinerja perusahaan yang kurang optimal.

Giggle Box *Café and Resto* merupakan salah satu usaha di Kota Bandung yang bergerak di bidang industri *food and beverage*. Giggle Box menyajikan makanan dan minuman *western* dengan harga yang terjangkau. Hal ini didasarkan

pada kesan masyarakat yang selalu beranggapan bahwa menu café ala barat selalu memiliki harga yang sangat mahal. Dengan dasar tersebut, maka pendiri Giggle Box Cafe and Resto menciptakan sebuah tempat bergaya European-American dengan harga makanan yang terjangkau namun tetap memenuhi kualitas yang diharapkan konsumen sebagai upaya untuk menghilangkan kesan mahal pada cafe dan resto yang ada dalam benak masyarakat. Giggle Box Café and Resto memiliki beberapa cabang di kota-kota besar di Indonesia, dengan yang paling banyak berada di Kota Bandung yakni 11 cabang outlet, yang berada di pusat perbelanjaan ternama seperti Bandung Indah Plaza, lalu Cihampelas Walk, Miko Mall, Festival Citylink Mall , Braga City Walk , Istana Plaza Mall, serta di Jalan Setiabudhi. Berikut ini daftar cabang outlet Giggle Box di Kota Bandung beserta ratingnya:

Tabel 1.3
Daftar Cabang Outlet Giggle Box di Kota Bandung Beserta Rating yang di Berikan Pengunjung pada Masing-Masing Restoran Tahun 2022

No	Nama Restoran	Alamat	Ulasan	Rating
1	Giggle Box - Braga City Walk Bandung	18, Jalan Braga Braga City Walk Lantai.GF No, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111	189	4,5/5
2	Giggle Box 23 Paskal	Jl. Pasir Kaliki No.25-27, Kb. Jeruk, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181	421	4,5/5
3	Giggle Box Ciwalk - Bandung	Unit SG, Jl. Cihampelas Jl. Cihampelas Walk No.160, Bandu, Cipaganti, Coblong, Kota, Kota Bandung, Jawa Barat 40131	344	4,5/5
4	Giggle Box Kopo	Jl. Raya Kopo No.599, Margasuka, Kec. Babakan Ciparay, Kota Bandung, Jawa Barat 40225	863	4,4/5
5	Giggle Box TSM	Trans Studio Mall, Jl. Gatot Subroto No.,289, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40273	105	4,4/5
6	Giggle Box BIP	Bandung Indah Plaza Lantai 1 No.39, Jl. Merdeka No.56, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40117	696	4,4/5

No	Nama Restoran	Alamat	Ulasan	Rating
7	GiggleBox Buah Batu	Jonas Photo Building, Jl. Terusan Buah Batu No.40, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266	774	4,4/5
8	Giggle Box	Istana Plaza First Floor, Jl. Pasir Kaliki No.121-123, Pamoyanan, Cicendo, Bandung City, West Java 40173	222	4,4/5
9	Giggle Box Citylink	Jl. Peta No.241A, Suka Asih, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40233	314	4,4/5
10	Giggle Box Gandapura	Jl. Gandapura No.75, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40113	887	4,4/5
11	Giggle Box - Progo	Jl. Progo No.33A, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115	514	4,3/5

Sumber : Website CV. Karya Terang Perdana (Giggle Box)

<https://arest.web.id/content/cv-karya-terang-perdana-gigglebox>

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat 11 cabang outlet Giggle Box beserta rating yang diberikan oleh para pengunjung. Terlihat bahwa Giggle Box Braga City Walk Bandung, Giggle Box 23 Paskal dan Giggle Box Ciwalk mendapat rating tertinggi yaitu 4,5/5. Giggle Box Gandapura memiliki ulasan terbanyak namun hanya mendapatkan rating 4,4/5 yang berarti belum bisa mencapai nilai maksimal. Sementara Giggle Box cabang Progo mendapat rating terkecil sebesar 4,3/5 dengan jumlah ulasan sebanyak 514 ulasan. Maka dari itu Giggle Box Gandapura belum bisa mencapai harapan perusahaan dengan ulasan terbanyak dan Giggle Box Progo dinilai memiliki pangsa pasar yang rendah dibanding dengan cabang outlet di lokasi yang lain. Hal tersebut dikarenakan kinerja perusahaan yang kurang optimal. Keberhasilan perusahaan bergantung pada kinerja karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dipaparkan, bahwa ditemukan Giggle Box Café & Resto mendapat peringkat produktivitas terendah ke-XI dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam kategori restoran *western*

yang lolos Uji Sertifikasi CHSE (*Clean, Health, Safety & Environment*), Giggle Box Café & Resto berada di posisi terbawah dari 10 restoran sejenis menurut ulasan konsumen pada Google Maps, serta cabang outlet Progo dan Gandapura yang mendapat *rating* terendah walaupun memiliki ulasan terbanyak diantara cabang yang lain. Maka dari itu, perlu adanya observasi lebih lanjut mengenai sebab permasalahan yang ada di Giggle Box Café & Resto terutama di cabang Progo dan Gandapura.

Menurut Shao (2022:5) salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas perusahaan adalah dedikasi dan partisipasi karyawan didalam perusahaan atau instansi. Maka dari itu, perlu bagi perusahaan mengetahui tingkat kinerja karyawannya agar tujuan perusahaan bisa tercapai dengan cara yang efektif.

Menurut Hartono dan Siagian (2020:223) kinerja perusahaan yang tinggi akan timbul karena adanya kinerja karyawan tinggi pula. Suatu perusahaan perlu mengetahui dan mengadakan penilaian kinerja karyawan untuk menentukan program dalam upaya mencapai kesuksesan perusahaan.

Maka dari itu, penulis perlu mengetahui tingkat kinerja karyawan Outlet Giggle Box dengan melakukan pra survey berupa wawancara singkat dengan pihak personalia. Dapat diketahui bahwa pada tahun 2022 terdapat permasalahan dalam performa kinerja. Oleh karena itu penulis melakukan survey pendahuluan lebih lanjut dengan menggunakan kuisioner yang disebar kepada seluruh karyawan Outlet Giggle Box cabang Progo dan Gandapura, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.4
Hasil Pra Survei Penilaian Kinerja Karyawan
Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura Kota Bandung

Variabel	Dimensi	Frekuensi					Total Skor	Skor Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
Kinerja Karyawan	Kualitas	3	20	6	3	0	119	3,7
	Kuantitas	1	17	9	5	0	110	3,4
	Ketepatan Waktu	1	17	14	1	2	119	3,7
	Inisiatif	0	9	15	4	2	91	2,8
	Bekerja Tanpa Pengawasan	0	12	18	2	0	106	3,3
Skor Rata-rata Kinerja Karyawan								3,38

Sumber : Data Hasil Survei Pendahuluan di Outlet Giggle Box Progo & Gandapura

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa skor rata-rata yang dihasilkan dari kelima dimensi kinerja karyawan (kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, inisiatif, dan bekerja tanpa pengawasan) adalah 3,38. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi kinerja karyawan secara keseluruhan dapat dikatakan kurang baik atau belum optimal sesuai dengan harapan perusahaan.

Persaingan ketat di bidang kuliner menuntut suatu perusahaan untuk terus berkembang dan melakukan usaha-usaha untuk tetap bertahan di pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan kinerja karyawan yang tinggi dalam perusahaan. Borman dan Westi (2021:138) menyatakan bahwa dengan adanya kinerja karyawan dalam diri setiap karyawan, maka karyawan tersebut akan mengoptimalkan kemampuannya untuk melakukan pekerjaan yang telah ditugaskan. Hal ini memberikan keuntungan kepada pihak perusahaan dimana kinerja yang tinggi otomatis membuat karyawan akan merasa senang bekerja sehingga kecil kemungkinan karyawan akan pindah bekerja ke tempat lain dan yang paling penting adalah perusahaan akan memiliki tingkat produktivitas yang tinggi sehingga mampu mempertahankan eksistensinya di pasar.

Kinerja karyawan tidak hanya dilihat dari kemampuan yang sempurna, tetapi juga kemampuan dalam membina hubungan kerja dengan orang lain serta sejauh mana seorang karyawan secara konsisten melakukan pekerjaan diperusahaan tempat dia bekerja. Menurut Ribeoro dkk. (2020:3) untuk menciptakan kinerja yang tinggi dibutuhkan komitmen organisasi yang tinggi pula. Komitmen organisasi akan mendorong seseorang untuk bekerja secara maksimal sesuai harapan organisasi tersebut.

Allen dan Mayer dalam Muhyi (2021:55) mengemukakan bahwa komitmen organisasi terdiri dari komitmen afektif, komitmen berkelanjutan dan komitmen normatif. Muhyi (2021:71) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa komitmen afektif lebih efektif dalam menciptakan kinerja di dalam perusahaan dibanding komitmen normatif dan komitmen berkelanjutan. Hal ini dikarenakan komitmen afektif mengandalkan rasa cinta terhadap organisasi. Keinginan bertahan muncul dari dalam hati mereka sendiri. Tidak ada paksaan agar bertahan.

Menurut Buchanan (2022:7) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa komitmen afektif lebih dibutuhkan dalam perusahaan untuk menciptakan kinerja yang tinggi dibanding dengan komitmen berkelanjutan dan komitmen normatif. Hal ini karena komitmen berkelanjutan dianggap hanya membuat karyawan bertahan dengan alasan ekonomi yaitu adanya analisa untung atau rugi yang didapatkannya yang tentunya tidak akan selamanya membuat kinerja karyawan tersebut baik. Lebih lanjut Buchanan (2022:8) menjelaskan komitmen normatif timbul karena karyawan dibebani kewajiban untuk tetap berada di perusahaan

karena adanya tekanan dari pihak lain. Hal tersebut tentunya tidak bisa menjamin karyawan bisa menjalankan tugasnya secara baik. Sedangkan orang-orang yang memiliki komitmen afektif yang tinggi ingin tetap berada dalam sebuah perusahaan atas keinginan sendiri sehingga dia mendukung penuh tujuan perusahaan dan berupaya untuk ikut berperan dalam kemajuan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Firmayasa dan Lawu (2020:36) mengemukakan salah satu faktor yang paling dominan untuk menciptakan kinerja karyawan yang tinggi adalah adanya komitmen afektif dari diri karyawan. Seorang karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi akan menghasilkan performa kerja yang sesuai dengan harapan. Ketika komitmen diberikan kepada organisasi, maka perilaku psikologis yang diharapkan akan muncul melalui hubungan antara tujuan organisasi dengan karyawan. Karyawan yang loyal dan memiliki keterlibatan kerja, dan cenderung menghasilkan kinerja yang lebih tinggi.

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa komitmen afektif yang paling efektif untuk menciptakan kinerja dalam perusahaan. Karena karyawan dengan komitmen afektif yang kuat memutuskan tetap bertahan karena keinginan mereka sendiri, karyawan dengan komitmen berkelanjutan yang tinggi memilih bertahan karena alasan beban ekonomi dalam hidupnya, sedangkan karyawan dengan komitmen normatif yang tinggi mereka harus tinggal di perusahaan karena memperhatikan apa kata pihak lain tentang dirinya.

Oleh karena hal tersebut, penulis perlu mengetahui tingkat komitmen afektif karyawan di outlet Giggle Box Progo dan Gandapura, maka dilakukan pra survei menggunakan kuisisioner dengan beberapa pernyataan seputar komitmen afektif yang disebar kepada seluruh karyawan outlet Giggle Box Progo dan Gandapura, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.5
Hasil Pra Survei Penilaian Komitmen Afektif
Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura Kota Bandung

Variabel	Dimensi	Frekuensi					Total Skor	Skor Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
Komitmen Afektif	Keinginan Berkarir	1	2	13	9	7	77	2,4
	Keterlibatan Secara Emosional	2	4	10	12	4	84	2,6
	Loyalitas	3	11	9	7	2	102	3,1
	Keterikatan Secara Emosional	0	5	21	5	1	94	2,9
	Rasa Memiliki	0	7	13	12	0	91	2,8
	Membanggakan Perusahaan	1	13	16	2	0	109	3,4
Skor Rata-rata Komitmen Afektif								2,8

Sumber : Data Hasil Survei Pendahuluan di Outlet Giggle Box Progo & Gandapura

Dari tabel 1.5 diatas dapat dilihat bahwa skor rata-rata yang dihasilkan dari keenam dimensi komitmen afektif (keingian berkarir, keterlibatan secara emosional, loyalitas, keterikatan secara emosional, rasa memiliki, dan membanggakan perusahaan) adalah 2,8. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat komitmen afektif karyawan secara keseluruhan dapat dikatakan kurang. Keinginan berkarir karyawan di perusahaan masih terbilang rendah. Hal ini yang dapat memicu terjadinya penurunan kinerja.

Untuk membuat kinerja karyawan meningkat dalam perusahaan, dibutuhkan komitmen afektif dari masing-masing individu karyawan. Komitmen afektif sangat penting karena akan mendorong keikutsertaan seseorang terhadap

tujuan dan nilai perusahaan dengan berdasarkan pada ikatan psikologis antara individu dan perusahaan tersebut. Ria dan Eviatiwi (2020:113) menyatakan bahwa komitmen afektif dapat memicu keterikatan psikologis individu dan organisasinya, sehingga individu yang sangat komit terhadap organisasinya tersebut akan melibatkan dirinya secara mendalam pada aktivitas organisasi dan menikmati kegiatannya di organisasi tersebut sehingga terciptalah kinerja karyawan yang optimal.

Untuk lebih memperjelas penyebab utama rendahnya komitmen afektif di Outlet Giggle Box Progo perlu di teliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi komitmen afektif.

Menurut Rumawas (2020:1330) karyawan dengan pengetahuan dan keterampilan yang dimilikinya atau disebut dengan kompetensi akan membangun komitmen atau keterikatan dengan organisasi maupun rekan kerja secara emosional. Sedangkan menurut Ridwan dan Dini (2019:554) salah satu faktor yang dapat memicu komitmen afektif karyawan adalah disiplin kerja. Dimana karyawan yang taat pada aturan-aturan perusahaan akan merasa nyaman dan loyal sehingga memiliki keinginan untuk tetap bertahan.

Hadziahmetovic dan Mujezinovic (2021:76) mengungkapkan bahwa komitmen afektif dapat tercipta dari adanya *personality* dan *emotional quotient* yang baik karena akan menyebabkan munculnya konsistensi perasaan, pemikiran, dan perilaku-perilaku. Menurut Bernhard dan Irvan (2018:3228) karyawan dengan *emotional quotient* yang tinggi cenderung lebih kreatif, fleksibel dan setia. Kesetiaan memicu karyawan membangun komitmen afektif dengan organisasinya.

Berdasarkan penjelasan peneliti terdahulu yang telah dipaparkan, maka penulis melakukan survey pendahuluan di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura untuk mengetahui tingkat kompetensi, *personality*, disiplin kerja dan *emotional quotient* karyawan dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.6
Faktor-faktor yang Diduga Bermasalah Terhadap Komitmen Afektif
Outlet Giggle Box di Kota Bandung

Variabel	Dimensi	Frekuensi					Total Skor	Skor Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
Kompetensi	Pengertahuan	4	15	6	7	0	112	3,5
	Keterampilan	5	16	11	0	0	122	3,8
	Sikap	3	14	6	9	0	107	3,3
Skor Rata-rata Kompetensi								3,53
Personality	<i>Neuroticism</i>	0	12	12	8	0	100	3,1
	<i>Agreeableness</i>	0	18	13	1	0	113	3,5
	<i>Conscientiousness</i>	2	22	8	0	0	122	3,8
	<i>Extraversion</i>	0	11	18	3	0	104	3,25
	<i>Openness to Experience</i>	0	12	16	4	0	104	3,25
Skor Rata-rata Personality								3,38
Disiplin Kerja	Ketepatan Waktu	10	18	4	0	0	134	4,1
	Hadir							
	Istirahat sesuai waktu	7	17	4	4	0	123	3,8
	Pulang Tepat Waktu	11	18	2	1	0	135	4,2
	Kesesuaian Berpakaian	6	19	7	0	0	127	3,9
	Taat Peraturan	7	12	13	0	0	122	3,7
Skor Rata-rata Disiplin Kerja								3,94
Emotional Quetient	<i>Self regulation</i>	0	24	7	1	0	119	3,7
	<i>Self motivation</i>	1	14	15	2	0	110	3,4
	<i>Self awarene</i>	1	8	13	6	4	92	2,8
	<i>Empaty</i>	0	19	9	4	0	111	3,4
	<i>Social skill</i>	0	23	9	0	0	119	3,7
Skor Rata-rata Emotional Quetient								3,4

Sumber : Data Hasil Survei Pendahuluan di Outlet Giggle Box Progo

Dari tabel 1.6 terlihat beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi komitmen afektif karyawan outlet Giggle Box Progo dan Gandapura. Dari keempat variabel yang diduga memicu rendahnya komitmen afektif karyawan (kompetensi, *personality*, disiplin kerja, dan *emotional quotient*) yang nilainya paling rendah adalah *emotional quotient* dengan skor rata-rata 3,4 dan *personality* dengan skor rata-rata 3,38.

Untuk menciptakan komitmen afektif, karyawan harus memiliki *emotional quotient* yang merupakan sisi lain dari kecerdasan yang dimiliki manusia yang dianggap berperan penting dalam menentukan tingkat komitmen afektif seseorang terhadap suatu organisasi. Menurut Bernhard dan Irvan (2018:3228) seseorang perlu memiliki *emotional quotient* tinggi karena akan mampu mengenal dirinya sendiri, mampu berpikir rasional dan berperilaku positif serta mampu menjalin hubungan sosial yang baik karena didasari pemahaman emosi.

Faktor dominan lainnya sebagai pengaruh terciptanya komitmen afektif secara signifikan adalah *personality* sebagai “sesuatu” yang terdapat dalam diri individu yang membimbing dan memberi arah kepada seluruh tingkah laku individu yang bersangkutan. Borman dan Westi (2021:138) menjelaskan kepribadian yang baik sangat penting sebagai karakteristik seseorang yang menyebabkan munculnya konsistensi perasaan, pemikiran, dan perilaku-perilaku sehingga terciptalah komitmen afektif terhadap suatu organisasi.

Emotional quotient serta *personality* yang baik akan menghasilkan komitmen afektif yang tinggi dari karyawan. Menurut Ramadhana dan Ratnawati (2022:2) peningkatan komitmen karyawan pada organisasi dapat dilakukan

dengan melakukan inovasi baru salah satunya dengan mengontrol dan mengembangkan *emotional quotient* yang dimiliki setiap karyawan, dalam bentuk *personality* yang baik. Hal tersebut dapat menciptakan kenyamanan seseorang dalam bekerja sehingga terciptalah rasa ingin selalu berkarir ditempat tersebut. Setelah tercipta komitmen afektif pada diri karyawan, maka akan mendorong karyawan dalam menyelesaikan kewajiban dan tugasnya yang kemudian akan membuat kinerja karyawan tersebut meningkat.

Didukung pernyataan Syahputra (2023:256) bahwa karyawan dengan komitmen afektif tinggi akan memiliki keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam perusahaan. Hal ini bukan mengenai jenjang karir, gaji dan sebagainya, melainkan kenyamanan dan perasaan yang begitu mendalam untuk bekerja di perusahaan tersebut. Komitmen adalah derajat dimana karyawan bersedia memberikan kemampuan terbaik dalam bekerja.

Oleh karena hal tersebut, dalam meningkatkan kinerja, karyawan harus terlebih dahulu memiliki komitmen afektif terhadap perusahaan. Komitmen afektif bisa terbentuk dari *emotional quotient* serta *personality* yang baik.

Kinerja Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura masih terbilang rendah. Berdasarkan hasil survey pendahuluan yang dilakukan penulis, dapat diindikasikan bahwa penyebab kurangnya kinerja karyawan outlet Giggle Box Progo Gandapura adalah rendahnya kinerja karyawan yang disebabkan oleh rendahnya komitmen afektif karyawan. Kemudian setelah diteliti lebih lanjut, faktor yang berpengaruh terhadap komitmen afektif adalah rendahnya *emotional quotient* dan *personality*. Atas dasar fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya

dan hasil pra survey yang dilakukan penulis, maka penulis melakukan penelitian di outlet Giggle Box Progo dan Gandapura dengan judul “**PENGARUH *EMOTIONAL QUOTIENT* DAN *PERSONALITY* TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA KARYAWAN OUTLET GIGGLE BOX CAFÉ AND RESTO**”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah menjadi langkah awal dalam penelitian karena langkah ini akan membantu penulis dalam menentukan masalah apa yang akan diteliti dalam penelitian tersebut. Sedangkan membuat rumusan masalah dilakukan setelah proses identifikasi masalah selesai.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dibahas, dapat diidentifikasi masalah-masalah yang muncul pada penelitian yang sedang dilakukan di Outlet Giggle Box Progo Bandung dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja Karyawan
 - a. Beberapa karyawan mengerjakan tugasnya dengan baik apabila dengan pengawasan ketat.
 - b. Inisiatif karyawan masih rendah. Beberapa pelayan mendatangi konsumen pada saat dipanggil, bukan secara mandiri menghampiri pada saat konsumen datang dan duduk.
2. Komitmen Afektif
 - a. Keinginan berkarir karyawan rendah.

- b. Tingkat ikatan emosional antara karyawan dengan perusahaan kurang. Ditandai dengan karyawan tidak merasa menjadi bagian keluarga dari perusahaan.
- c. Kurangnya rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan.

3. *Emotional Quotient*

- a. Motivasi karyawan dalam bekerja terbilang rendah.
- b. Beberapa karyawan memiliki kesadaran diri yang rendah. Karyawan tidak mampu menempatkan diri pada situasi tertentu.
- c. Rasa empati terhadap sesama karyawan kurang. Ditandai dengan tidak adanya kontribusi antar karyawan dalam penyelesaian masalah yang dialami karyawan lain.

4. *Personality*

- a. Beberapa karyawan merasa gugup dalam menyelesaikan tugasnya.
- b. Beberapa karyawan tidak tenang dalam menghadapi permasalahan dalam pekerjaan.
- c. Karyawan kurang terbuka terhadap hal-hal baru dalam pekerjaan.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari beberapa uraian identifikasi masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *emotional quotien* di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
2. Bagaimana *personality* di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
3. Bagaimana komitmen afektif di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
4. Bagaimana kinerja karyawan di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.

5. Seberapa besar pengaruh *emotional quotient* terhadap komitmen afektif karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
6. Seberapa besar pengaruh *personality* terhadap komitmen afektif karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
7. Seberapa besar pengaruh *emotional quotient* dan *personality* terhadap komitmen afektif karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
8. Seberapa besar pengaruh komitmen afektif terhadap kinerja karyawan Giggle Box Progo dan Gandapura.

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis melakukan penelitian adalah untuk mendapatkan dan juga mengumpulkan data-data untuk diolah menjadi informasi-informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis :

1. *Emotional quotien* karyawan Giggle Box Progo dan Gandapura.
2. *Personality* karyawan Giggle Box Progo dan Gandapura.
3. Komitmen afektif karyawan Giggle Box Progo dan Gandapura.
4. Kinerja karyawan Giggle Box Progo dan Gandapura.
5. Pengaruh *emotional quotient* terhadap komitmen afektif karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
6. Pengaruh *personality* terhadap komitmen afektif karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.

7. Pengaruh *emotional quotient* dan *personality* terhadap komitmen afektif karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
8. Pengaruh komitmen afektif terhadap kinerja karyawan Giggle Box Progo dan Gandapura.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian secara umum terbagi menjadi dua jenis kegunaan yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kegunaan teoritis adalah manfaat yang digunakan sebagai ilmu bagi pembaca. Sedangkan kegunaan praktis adalah manfaat yang didapatkan oleh perusahaan tempat penelitian dilaksanakan. Kegunaan praktis dan kegunaan akademis adalah sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis adalah bagian penulisan yang berisi terkait kegunaan dalam pengembangan sistem ilmu pengetahuan yang terkandung dalam penelitian itu sendiri. Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan penulis, menambah ilmu yang didapatkan selama melakukan proses perkuliahan serta memberi informasi kepada pembaca.
2. Sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama yaitu mengenai Pengaruh Emotional Quotient dan Personality Terhadap Komitmen Afektif Serta Implikasinya Pada Kinerja Karyawan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan Praktis Kegunaan praktis adalah bagian penulisan yang berisi

tentang pemecahan masalah secara pratikal atau sebagai alternatif solusi suatu permasalahan. Kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai pembelajaran bagi peneliti agar lebih mengetahui mengenai *emotional quotient* di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
 - b. Peneliti lebih memahami *personality* di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
 - c. Lebih mengetahui mengenai masalah bidang sumber daya manusia, khususnya pada komitmen afektif di Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
2. Bagi Outlet Giggle Box Progo Bandung
 - a. Penulis memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak Giggle Box Café and Resto khususnya cabang outlet Progo dan Gandapura dalam pemecahan masalah penurunan kinerja karyawan.
 - b. Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan *emotional quetiont* yang tinggi karyawan Outlet Giggle Box Progo dan Gandapura.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam upaya meningkatkan *personality* yang baik.
 - d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan komitmen afektif.
 - e. Penelitian ini dapat membangun citra akademik yang baik untuk Giggle Box Café and Resto karena adanya kerjasama antara instansi pendidikan

yaitu Universitas Pasundan.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
- b. Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan perbandingan untuk penelitian sejenisnya.