

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis *fashion* dan tekstil merupakan bisnis dengan peluang besar serta penuh dengan inovasi baru seiring dengan berubahnya zaman. Tak jarang beberapa pebisnis mencoba peruntungan di bidang ini. Alhasil, bisnis di bidang toko tekstil menunjukkan persaingan yang semakin kompetitif di setiap harinya. Persaingan di dunia toko tekstil mencakup persaingan dari segi harga, kualitas produk, kelengkapan produk, serta pelayanan yang diberikan. Berbagai hal dilakukan oleh berbagai toko tekstil demi memenangkan persaingan di pasar seperti melakukan promosi harga serta meningkatkan kualitas produk. Perusahaan *fashion* dan tekstil juga perlu untuk membangun citra atau brand perusahaan untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Namun tak kalah penting, perusahaan *fashion* dan tekstil juga perlu untuk menciptakan keunggulan kompetitif agar mampu bersaing di pasar. Menurut Porter (1985), keunggulan kompetitif merupakan jantung kinerja perusahaan di tengah persaingan yang lebih ketat serta membantu perusahaan untuk dapat bersaing.

Sumber daya manusia dianggap menjadi faktor terpenting serta berperan besar dalam menjaga keberlanjutan serta kepercayaan publik terhadap perusahaan (Kalangi, 2015). Sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan juga sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan *fashion* dan tekstil tersebut. Dengan demikian, perusahaan membutuhkan sumber daya yang berkualitas serta memiliki

loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan sehingga dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Setiap bisnis toko tekstil tersebut harus berusaha meningkatkan kualitas sumber daya manusianya untuk memenangkan persaingan serta menjaga keberlangsungan perusahaan. Perusahaan dengan karyawan yang memiliki keterlibatan akan mampu meraih tujuannya serta memiliki keunggulan kompetitif. Tohardi (2002) juga menjelaskan bahwa sumber daya manusia yang baik merupakan bentuk keunggulan kompetitif yang membuat perusahaan dapat bersaing serta sulit untuk ditiru kompetitor. Penting bagi perusahaan untuk menjaga kinerja karyawan dari faktor-faktor penghambat seperti stress kerja.

Stres kerja juga dapat menjadi penghambat organisasi dalam menggapai tujuannya. Stres dapat didefinisikan sebagai perasaan tertekan yang dialami karyawan dalam melakukan pekerjaannya (Anwar, 1993). Stres kerja dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti konflik internal, aturan yang mengikat, formalitas, serta lingkungan yang tidak supportif (Luthans, 2002). Stres yang dialami karyawan dapat menyebabkan dampak kognitif seperti mempengaruhi karyawan dalam mengambil keputusan, karyawan tidak fokus dalam bekerja, serta rentan terhadap masukan serta gangguan psikologis. Nengsih (2019), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa stres yang dialami karyawan berpengaruh negatif signifikan yang berarti apabila stres meningkat, maka akan mengurangi kinerja organisasi sehingga dapat menghambat perkembangan organisasi. Maka dari itu, perusahaan harus meminimalisir stres agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus memperhatikan variabel yang dapat

mempengaruhi stres dari karyawan seperti salah satunya mengenai aturan perusahaan mengenai *emotional labor*.

Beberapa perusahaan termasuk perusahaan jasa maupun toko sering memiliki aturan *emotional labor* untuk memastikan perilaku serta ekspresi karyawan saat berinteraksi dengan pelanggan. Dengan adanya aturan tersebut, karyawan diharapkan mampu bersikap baik serta antusias dalam melayani konsumen sehingga dapat menciptakan citra baik di mata konsumen serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. *Emotional labor* pada dasarnya adalah manajemen emosi karyawan saat di tempat kerja (Hochschild, 2012). Aturan *emotional labor* mencakup dua tampilan emosi yang wajib diekspresikan karyawan kepada konsumen untuk menunjukkan profesionalitas dan dinilai baik oleh konsumen.

Menurut Hochschild (1983), *emotional labor* (*deep acting* dan *surface acting*) pada akhirnya akan menghasilkan dua tampilan emosi (*emotional display*) yaitu menekan emosi negatif dan menampilkan emosi positif. *Surface acting* berarti karyawan diharuskan untuk menekan emosi negatif (sedih, marah, dll) untuk menampilkan emosi yang sebenarnya tidak ia rasakan (senang, ramah, dll) dengan merubah mimik wajah, intonasi berbicara, dll. semisal seorang karyawan yang sedang sedih diharuskan untuk selalu tersenyum saat berhadapan dengan konsumen. *Surface acting* ini seringkali dapat lebih melelahkan sehingga memicu stres karena menuntut karyawan untuk menampilkan emosi yang sebenarnya tidak ia rasakan. Sedangkan *deep acting* mengacu pada saat karyawan dengan sadar mengatur emosinya sehingga

mampu merasakan perasaan tersebut. Penelitian terdahulu mengenai *emotional labor* menjelaskan bahwa *emotional display* memiliki keterkaitan yang kuat dengan kepuasan kerja, keterlibatan, *emotional exhaustion*, dan stres kerja (Shani, 2014).

Persaingan di dunia toko tekstil semakin ketat setiap harinya bahkan persaingan dari segi harga dan kualitas tidak menjamin perusahaan untuk bisa bersaing. Maka dari itu, banyak perusahaan toko tekstil mulai berlomba-lomba untuk menunjukkan keunggulan kompetitif serta keunikan yang dimiliki untuk memenangkan persaingan dan loyalitas pelanggan. Mac Mohan merupakan perusahaan swasta yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun. Mac Mohan fokus untuk bergerak di bidang tekstil baik menjual bahan mentah maupun barang jadi berupa baju, *dress*, dll. Mac Mohan memiliki lebih dari 10 cabang di Pulau Jawa. Mac Mohan juga melayani pembelian secara ecer, grosir, partai, *dropshiper*, dan *reseller*.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa kebanyakan karyawan Mac Mohan merupakan karyawan yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Mac Mohan menerapkan strategi *emotional labor* dengan harapan dapat membuat karyawan bersikap baik serta antusias dalam melayani konsumen sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen. Walaupun demikian, masih ditemukan beberapa permasalahan mengenai ketenagakerjaan seperti terdapat beberapa karyawan yang tidak nyaman, belum optimal dalam bekerja, bermasalah dalam menyelesaikan pekerjaan, bahkan memutuskan untuk *resign*. Menurut Shani (2014), *emotional labor* memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan kerja,

kelelahan emosional, serta stress. Adanya permasalahan tersebut berkaitan dengan adanya *emotional labor strategies* yang diterapkan untuk memberikan citra positif perusahaan serta meningkatkan loyalitas konsumen untuk memenangkan persaingan di dunia persaingan toko tekstil sehingga memicu stres. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji mengenai bagaimana pengaruh strategi *emotional labor* terhadap stres sehingga kedepan akan diketahui bagaimana pengaruh *emotional labor* terhadap stres yang sebenarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *emotional labor* (*surface acting* dan *deep acting*) berpengaruh terhadap *emotional display* (menekan emosi negative dan menampilkan emosi positif) ?
2. Apakah *emotional labor* (*surface acting* dan *deep acting*) berpengaruh terhadap stress ?
3. Apakah *emotional display* memediasi hubungan *emotional labor* dan stress?

1.3 Batasan Penelitian

1. *Emotional Labor*

Emotional labor didefinisikan sebagai manajemen emosi karyawan.

Dalam Menurut Hochschild (1983), *emotional labor* terdiri dari dua dimensi

yaitu *surface acting* dan *deep acting* yang akan menghasilkan dua *emotional display* (menekan emosi negative dan menampilkan emosi positif). Dalam penelitian Prabowo (2021) menjelaskan *surface acting* merupakan sebuah perilaku individu ditandai dengan mematuhi kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan, sedangkan *deep acting* adalah kemampuan individu dalam memodifikasi perasaan yang sedang dirasakan agar sesuai dengan tuntutan pekerjaan.

2. Stress

Stress adalah gangguan mental yang dihadapi seseorang akibat adanya tekana dimana tekanan ini muncul dari kegagalan individu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya yang berasal dari dalam diri maupun luar individu (Andriyani, 2019).

3. Emotional Display

Emotional display merupakan tampilan emosi yang dikeluarkan oleh karyawan. *Emotional display* dibagi menjadi dua bagian yaitu *suppresing negative emotions* dimana karyawan menekan emosi negatifnya, sedangkan *expressing positive emostions* merupakan keadaan dimana karyawan berusaha mengekspresikan emosi positif yang benar-benar ia rasakan.

4. Objek dan Lokasi

Peneliti membatasi penelitian dan hanya berfokus pada cabang perusahaan Mac Mohan dalam ruang lingkup area Kota Solo Raya. Objek penelitian yang digunakan adalah seluruh karyawan garis depan perusahaan Mac Mohan Solo Raya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *emotional labor* (*surface acting* dan *deep acting*) terhadap *emotional display*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *emotional labor* (*surface acting* dan *deep acting*) terhadap stress
3. Untuk mengetahui pengaruh *emotional display* terhadap *emotional labor* (*surface acting* dan *deep acting*) dan stress.

1.5 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap bahwa dengan adanya penelitian ini mampu memberikan berbagai manfaat yang diberikan. Manfaat yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk dunia pendidikan serta ilmu pengetahuan terkhusus untuk bidang ilmu manajemen sumber daya manusia mengenai strategi *emotional labor*, dan

stres. Peneliti juga berharap penelitian ini mampu menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan bagi Mac Mohan Fashion untuk mempertimbangkan strategi *emotional labor* untuk mengurangi stress karyawan. Penelitian ini juga nantinya dapat dipakai pihak manajemen Mac Mohan Fashion sebagai pedoman untuk menerapkan kebijakan terbaik dalam mengurangi stress pada karyawan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bagian pendahuluab memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka menguraikan dasar teori yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian serta digunakan sebagai panduan dalam menganalisis. Tinjauan pustaka berisi tentang kajian teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, teori dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian, serta pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah sebuah proses serta cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam penelitian. Bagian metodologi penelitian mencakup definisi dan objek penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, metode pengambilan sampel, definisi operasional variabel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, serta metode analisis data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Bagian analisis dan pembahasan mencakup tentang pengolahan data penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bagian penutup berisi kesimpulan serta memuat keterbatasan yang ada dalam penelitian

