

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil dan Sejarah Perusahaan**

PT. Eagle Indo Pharma/Cap Lang adalah perusahaan yang bergulir di bidang farmasi, dengan nomor SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) : 025/PM/VI/BPPT/2001, TDP : 30.06.1.24.00.686. Lebih tepatnya, perusahaan ini memproduksi obat OTC (Over the Counter). Obat OTC ini merupakan obat bebas yang dapat dan boleh digunakan tanpa resep dokter. Biasanya dapat dibeli bebas di apotek, warung, mini market, dan sebagainya.

Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 1973 dengan kata lain, perusahaan ini telah beroperasi selama 47 tahun. Sebelumnya, Cap Lang pertama kali diciptakan oleh seorang ahli kimia asal Jerman, Willian Hoffman di Singapura tahun 1932 (Nurhayar, 2016). Namun, pada saat itu merek Cap Lang adalah Minyak Angin Jerman Cap Lang. Lalu, setelah Perang Dunia II, Hoffman kembali ke Jerman dan menjual merek tersebut kepada salah satu pemegang saham Minyak Angin Jerman tersebut. Kemudian, pada tahun 1970-an, pemerintah Indonesia mengharuskan untuk semua obat-obatan yang dikonsumsi dalam negeri harus diproduksi di Indonesia. Sesuai anjuran tersebut, Minyak Angin Jerman kemudian memindahkan pabriknya ke Indonesia pada tahun 1973 dan menghapus kata 'Jerman' sehingga menjadi Minyak Angin Cap Lang.

PT. Eagle Indo Pharma merupakan market leader di berbagai produk khususnya kategori rubs dan balm. Hal ini juga didukung dengan penghargaan-penghargaan yang telah diterima oleh perusahaan ini, antara lain; ICSA (Indonesian Customer Satisfaction Award), Top Brand, Best Brand, pemecahan Rekor Muri dan lain-lain.

PT. Eagle Indo Pharma yang menempatkan dirinya sebagai perusahaan farmasi yang progressive selalu berupaya untuk memperbaharui dan berkembang seturut dengan perkembangan zaman. Saat ini, Cap Lang telah dilengkapi dengan fasilitas produksi yang sesuai dengan persyarikat CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) yang ditetapkan oleh BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan cGMP (current Good Manufacturing Practices) seturut dengan apa yang diharuskan oleh WHO (World Health Organization).

Setifikat di atas bertujuan untuk menjamin standarisasi produksi keamanan serta konsistensi mutu obat tradisional secara modern dan terpadu. Dengan dibantu dengan penyebaran distribusi yang luas dan kuat, produk-produk Cap Lang dapat dengan mudah ditemukan diseluruh pelosok Indonesia, baik outlet modern maupun tradisional, kawasan Asia Timur, Timur Tengah, Amerika Selatan dan beberapa negara sub Sahara seperti Nigeria dan Kenya.

### 1.1.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

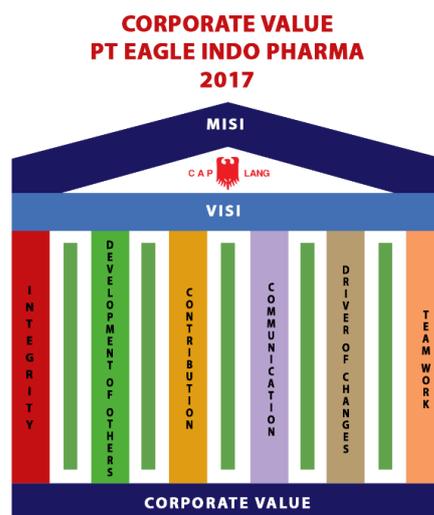
#### a) Visi

“Menjadi perusahaan produk kesehatan konsumen dengan pertumbuhan berkesinambungan yang menyediakan produk-produk unggulan dan inovatif bagi pelanggan, kesempatan untuk berkembang bagi para pemangku kepentingan dan bernilai tinggi bagi pemegang saham”.

#### b) Misi

Menghasilkan produk-produk yang inovatif untuk kehidupan yang lebih baik dengan dilandasi kesungguhan hati, tanggung jawab dan pandangan jauh ke masa depan.

#### c) Nilai (*Value*)



Gambar 1. 1 Corporate Value PT. Eagle Indo Pharma

Sumber: [www.caplant.com](http://www.caplant.com)

**Integrity (Integritas)** adalah perilaku yang loyal kepada hukum dan peraturan, hal ini terlibat pula pada etika yang berlaku di masyarakat, sikap, interaksi dan mengelola lingkungan bisnis dan bertindak konsisten sesuai dengan peraturan tersebut.

**Development of Others** adalah itikad untuk fokus dan melaksanakan pengembangan terhadap orang lain dari aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap/mental sehingga setiap kompetensi individu yang terlibat meningkat secara personal dan profesional.

**Contribution** adalah aktivitas atau kegiatan nyata dari pegawai untuk mencapai keberhasilan tim atau perusahaan, hal ini termasuknya kedalam peningkatan kemampuan diri untuk memenuhi target kerja yang telah ditunjukkan untuknya dan target perusahaan secara menyeluruh.

**Communication** adalah kecakapan dalam mendengar dan menghormati setiap pendapat dari rekan lain, memberikan respon dengan tepat dan terbuka sehingga dapat dengan mudah diterima oleh penerima pesan, dapat memahami dan mengikuti instruksi serta informasi yang diberikan. Hal ini termasuk juga dalam bentuk mengomunikasikan ide dan perasaan secara terbuka dan langsung dan kemampuan untuk bernegosiasi pada pihak lain.

**Driver of Changes** adalah kecakapan untuk menganalisa suatu keadaan tertentu dan melakukan perubahan ke arah yang lebih baik seturut dengan standar yang sudah diakui yang berdasarkan pada nilai-nilai perusahaan dan sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan.

**Teamwork** adalah sekelompok individu yang saling bekerjasama untuk menggapai suatu tujuan bersama, dimana masing-masing dari mereka memiliki mekanisme kerja yang jelas dan saling berkegantungan antara satu sama lain.

### 1.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 1. 2 Logo PT. Eagle Indo Pharma (Cap Lang)

Sumber: *www.caplang.com*

## 1.2 Latar Belakang

Kunci utama perusahaan agar mencapai kapasitas dan prestasi yang baik adalah menjadi perusahaan yang efektif dan efisien. Hal tersebut dibutuhkan supaya perusahaan mendapatkan kualitas dan reputasi yang positif. Dalam sebuah perusahaan terdapat berbagai divisi sebagai alat atau wadah bagi setiap individu ataupun kelompok dalam perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan atau kepentingan lainnya. Individu ataupun sekelompok orang yang berada didalam organisasi telah memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing. Tetapi, guna menjaga lingkungan kerja yang baik, diperlukan hubungan dan tata kerja yang jelas yang dikeluarkan oleh organisasi.

Globalisasi yang sudah menyebar dan menginjeksi ke seluruh aspek kehidupan manusia mendorong setiap manusia termasuk organisasi untuk mempersiapkan diri supaya tidak tersisih dari persaingan global yang semakin maju. Maka dari itu, komunikasi organisasi adalah dasar pokok yang harus dimiliki oleh tiap organisasi, karena komunikasi organisasi dapat memberi dampak dan manfaat sebagai bentuk kemahiran komunikasi guna untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Menurut Redding dan Sanborn (dalam Rohim, 2016:123) Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Sedangkan menurut pakar organisasi R. Wayne Pace dan Don F. Faules (2001: 31-33) mengemukakan bahwa definisi komunikasi dapat dilihat melalui dua perspektif yaitu tradisional (fungsional dan objektif) dan interpretif (subjektif). Singkatnya, perspektif tradisional ditujukan untuk melihat dan menafsirkan pesan

antara unit-unit komunikasi. Sedangkan perspektif interpretif ditujukan untuk melihat proses penciptaan makna atas interaksi dalam organisasi. Interaksi dalam organisasi ini dapat disebut juga “perilaku pengorganisasian” dimana tiap personil organisasi terlibat dalam proses interaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi.

Kata “pengorganisasian” disini menandakan bahwa organisasi dalam penelitian ini bukan dilihat sebagai struktur atau kesatuan namun dilihat sebagai suatu aktivitas yang dilakukan bersama. Jadi, ketika orang atau sekelompok orang melakukan aktivitas bersama, secara langsung mereka sedang menciptakan organisasi, maka dari itu pengorganisasian ini dilakukan secara terus-menerus. Aktivitas tersebut merupakan bentuk perilaku atau tingkah laku dari tiap-tiap pelaku organisasi atau dalam penelitian ini adalah pegawai perusahaan.

Tingkah laku pelaku organisasi tersebut melekat pada konsep perilaku organisasi. Perilaku organisasi, menurut Wexley dan Yukl (dalam Sule & Priansa, 2018:163) adalah kajian yang berkaitan dengan aspek tingkah laku manusia dalam organisasi dan kelompok yang secara umum dapat dibagi menjadi dua, yaitu; sudut pandang organisasi terhadap manusia dan sudut pandang manusia terhadap organisasi. Teori tersebut didukung pula oleh pernyataan dari George dan Jones (dalam Ratmawati, 2011:4) bahwa perilaku organisasi merupakan studi mengenai beragam faktor yang memengaruhi tindakan (*act*) individu dan kelompok dalam organisasi serta cara organisasi mengelola lingkungannya.

Salah satu cara perusahaan dalam membentuk identitas organisasinya adalah dengan mengintegrasikan perilaku manusia yang ikut andil dalam organisasi, yang melibatkan pikiran, ucapan, dan perbuatan. Maka dari itu, hubungan dan tata kerja dalam organisasi memiliki pola komunikasi yang bersifat “dinamis” yang artinya, tindakan atau aktivitas yang dilakukan tersebut hanya sekedar menjalin hubungan secara formal ataupun informal. Dengan demikian, hal ini dapat menjadi ukuran bagi anggota organisasi dalam menilai organisasi dimana tempat mereka bekerja. Perilaku organisasi yang baik, biasanya dilihat dari tingkah laku pegawainya yang saling mengenal, memiliki tujuan bersama, saling bekerjasama, berkomunikasi, dapat memimpin dan dipimpin, serta memiliki pembagian kerja dan tanggung jawab sebagai bentuk kontribusinya pada organisasi. Tingkah laku tersebut akan memengaruhi roda dan efektivitas organisasi.

Tingkah laku atau sikap yang dimiliki pegawai adalah bentuk representasi dari perasaan seseorang terhadap pekerjaan yang dilakukannya. Dengan menggambarkan kondisi yang alamiah tentang apakah mereka akan memperoleh kepuasan kerja atau sebaliknya sebagai timbal balik atas pekerjaan yang telah dikerjakan. Hal ini menunjukkan bahwa sikap dan tingkah laku individu terbentuk akibat kekuatan kognisi seseorang dalam menggunakan pikiran yang dikombinasikan dengan kekuatan emosional atau perasaan yang selanjutnya akan mendorong seseorang itu untuk berperilaku.

Menurut George dan Jones (dalam Ratmawati, 2011:27), seseorang yang merasa memperoleh kepuasan kerja akan mempunyai sikap yang berbeda dengan orang lain yang tidak memperoleh kepuasan kerja walaupun pekerjaan yang dilakukan adalah sama. Maka dari itu, sikap individu terhadap kepuasan kerjanya dapat direpresentasikan pada perilaku kerjanya.

Maka dari itu, agar pegawai dapat bertahan dalam lingkungan dan kondisi perusahaan, perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pegawai dengan cara membangun lingkungan pekerjaan yang senang agar dapat menciptakan interpretasi dan persepsi yang positif terhadap pekerjaannya karena perasaan pegawai terhadap pekerjaannya dapat merepresentasikan sikap dan perilakunya dalam melaksanakan pekerjaan.

Sumber daya manusia dipengaruhi oleh perilaku individunya, yaitu pegawai perusahaan. Pegawai adalah orang yang bekerja di perusahaan. Pegawai memiliki peran sebagai pelaksana kebijakan dan seluruh proses kegiatan perusahaan. Namun, untuk menjalankan pekerjaannya pegawai memerlukan dorongan dalam dirinya dengan harapan pekerjaannya tersebut akan memberikan hasil yang ia harapkan. Dengan demikian, setiap orang yang bekerja hendak memiliki sesuatu yang ingin dicapainya dan setiap orang akan berharap bahwa kegiatan pekerjaan yang dilakukan akan menuntunnya pada keadaan yang memuaskan (Anoraga, 2014:11).

Kepuasan kerja pegawai memiliki sifat subyektif, karena berkaitan dengan aspek dalam diri manusia seperti keahlian, umur, jenis kelamin, keadaan fisik, pendidikan, pengalaman, periode kerja, karakter, perasaan, cara pandang/berpikir, dan sikap. Sedangkan menurut jenis struktur organisasi, kepuasan karyawan dapat dipengaruhi tingkatan seperti jabatan, kedudukan, strata, pengawasan, promosi, interaksi dan relasi kerja (Brahmasari & Suprayetno, 2004:124).

Tujuan dari setiap organisasi, khususnya organisasi bisnis/perusahaan adalah untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya dengan meminimalisir biaya seefisien mungkin. Demi mencapai tujuan tersebut, maka setiap perusahaan perlu dikelola secara professional dan perlu pula dibangun iklim organisasi yang kondusif. Menurut R. Tagiuri dan G. Litwin (dalam Wirawan, 2007: 121) bahwa iklim organisasi sebagai

*“... a relatively enduring quality of the internal environment of an organization that (a) is experience by its members, (b) influences their behaviour, and can be described in terms of the values of a particular set of characteristics (or attributes) of the organization”.*

Dari pernyataan tersebut dapat di deduksikan bahwa kualitas lingkungan internal organisasi yang terus berlangsung dan dialami oleh anggota organisasi dapat memengaruhi perilaku anggota organisasi dan dapat digambarkan dalam sifat dan karakteristik organisasi. Iklim organisasi merupakan apa yang dirasakan di dalam organisasi.

Persepsi adalah bentuk yang dikeluarkan pada saat menganalisa iklim di perusahaan, setiap anggota memiliki persepsi yang masing-masing terkait dengan suasana lingkungan pekerjaan yang dialami dan dijalani. Persepsi tersebut berdasarkan individual atau kelompok didalam perusahaan yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku organisasi dan kinerja anggota sehingga dapat mengacu pada keberhasilan perusahaan. Melalui beberapa pernyataan di atas, dapat dideduksikan bahwa iklim organisasi lebih fokus kepada persepsi-persepsi yang masuk akal atau dapat dinilai terutama dengan menciptakan motivasi dan perilaku, sehingga dapat berpengaruh dengan proses kerja anggota.

Maka dari itu, konklusi dari penjelasan tersebut dapat dideduksikan bahwa di dalam diri manusia terdapat kebutuhan-kebutuhan yang akan memformasikan keberhasilan/ capaian tujuan untuk dipenuhinya. Guna mencapai tujuan tersebut, manusia harus merasa senang, tenang dan aman dalam melaksanakan aktivitas seperti bekerja.

Pada situasi pandemic COVID-19, dunia bisnis dalam produksi harus dapat berkembang dan berinovasi untuk dapat bertahan bersaing di pasar. Namun, pemerintah mengharuskan setiap perusahaan untuk mengurangi waktu bekerja pekerja. Akibatnya, secara tidak langsung akan mengurangi pertemuan tatap muka antar pegawai. Tujuannya agar tiap perusahaan yang mengikuti protokol kesehatan dapat beroperasi dengan aman sehingga virus COVID-19 tidak kian menyebar ke seluruh

masyarakat di Indonesia. Maka dari itu, setiap perusahaan produksi memiliki tantangan baru untuk dapat tetap beroperasi dengan menciptakan inovasi baru untuk situasi pandemi ini namun tetap dengan pekerja yang sehat.

Salah satu perusahaan yang tetap beroperasi pada masa pandemi ini ada PT. Eagle Indo Pharma, suatu perusahaan swasta nasional yang menghasilkan berbagai jenis produk Over the Counter (OTC) External Use Herbal atau yang biasa disebut obat bebas yang boleh digunakan tanpa resep dokter, yang berlokasi di Tangerang, Indonesia. Beberapa produk terkenal dari PT. Eagle Indo Pharma adalah minyak kayu putih caplang, balsem geliga dan telon lang. Menurut wawancara penulis dan Eyi Meilani, salah satu pegawai di PT. Eagle Indo Pharma bahwa setiap pegawai akan diberikan tunjangan seperti BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial), memberikan fasilitas *rapid test* dan memberikan vitamin saat bekerja demi menjaga keamanan dan keselamatan pekerja. Perilaku baru yang diterapkan oleh PT. Eagle Indo Pharma ini dapat dilihat sebagai proses meleburnya gaya budaya baru, akibat situasi pandemik yang dibawa oleh setiap individu atau pegawai ke dalam bentuk norma atau peraturan baru dalam menghadapi suatu keadaan baru. Atas perubahan budaya baru pada perusahaan tersebut maka tanggapan dan persepsi anggota bisa jadi berubah. Hal ini tentu berkaitan pula dengan iklim organisasi.

Penulis memilih PT. Eagle Indo Pharma sebagai objek dalam penelitian ini karena selain atas hasil wawancara penulis dengan pegawai perusahaan tersebut dan menemukan peristiwa menarik yang terjadi, terlebih lagi akibat dampak paparan virus COVID-19 di Indonesia ini, mendorong perusahaan swasta nasional tersebut harus tetap beroperasi dan menjalankan produksi namun tetap menjaga kesehatan dan keselamatan pegawainya. Apalagi dengan didukung oleh artikel yang ditulis oleh Fadel Prayoga (2020), jurnalis okefinance, dimana Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) Kementan telah menandatangani perjanjian lisensi formula antivirus dengan PT. Eagle Indo Pharma untuk memproduksi kalung anti-corona. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut akan terus berinovasi serta memproduksi dan mendistribusikan obat-obatan untuk kesehatan masyarakat. Dengan sebaliknya, penulis terdorong untuk menganalisa kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan dan hak pegawai-pegawainya telah terpuaskan sehingga pegawai yang bekerja untuk perusahaan akan merasa senang, nyaman dan aman dengan situasi bekerja pada saat pandemi ini.

PT. Eagle Indo Pharma juga merupakan market leader terutama pada kategori telon reguler dengan produk Telon Lang, menurut Susilo Gunadi, Head of Marketing PT. Eagle Indo Pharma. Namun, perusahaan ini juga memiliki kompetitor dengan produk sejenis, yaitu; Zwitsal yang dikeluarkan oleh Univel, Cussons, Pigeon, dan Johnson & Johnson. Pada sisi distribusi, produk PT. Eagle Indo Pharma telah mencakup pasar nasional hingga internasional seperti Uni Emirat Arab, Saudi Arabia, Brunei Darussalam, Timor Leste, Suriname, Kamboja, Malaysia, dan sebagainya, dilansir dari artikel Business Champions, oleh Dimaz Hendra (2017). Selain dari pada itu, minyak kayu putih Cap Lang merupakan produk yang mendapat atensi lebih dari konsumennya. Hal ini dapat dilihat berdasarkan survey Top Brand Award yang dilakukan oleh Frontier Consulting Group, yakni:

Tabel 1. 1 Top Brand Index 2020

Cap Lang	72.6%
Konicare	10.8%
Cap Gajah	6.6%
Cap Ayam	3.5%
Sidola	1.5%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/en/2020/01>

Berdasarkan survey diatas dapat disimpulkan bahwa produk Caplang meraih peringkat pertama (TOP) dengan total brand index (TBI) sebesar 72.6%. Diikuti oleh Konicare, Cap Gajah, Cap Ayam dan Sidola. Hal ini membuktikan bahwa PT. Eagle Indo Pharma merupakan market leader dalam produk OTC (Over the Counter). Penghargaan Top Brand 2020 tersebut dapat menunjukkan bahwa PT. Eagle Indo Pharma berhasil memuaskan konsumennya. Hal ini juga yang mendorong penulis untuk mengetahui apakah PT. Eagle Indo Pharma juga memperlakukan pegawainya dengan baik dan memuaskan hak pegawainya.

PT. Eagle Indo Pharma juga merupakan salah satu perusahaan yang memiliki fasilitas produksi untuk alat-alat kesehatan yang diperlukan dalam penanganan pandemi COVID-19. Pemilik PT. Eagle Indo Pharma menyatakan bahwa perusahaannya kini membantu untuk memasok produk hand sanitizer yang sangat

dibutuhkan untuk keadaan pandemi ini (Olivia, 2020). Dari beberapa artikel diatas, penulis melihat bahwa PT. Eagle Indo Pharma telah memiliki kriteria sebagai objek penelitian yang telah penulis tetapkan, yaitu perusahaan yang tetap beroperasi semasa pandemi COVID-19, telah melaksanakan protokol kesehatan saat bekerja, dan market leader pada produk sejenisnya.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Zikri Ichسانی, tentang pengaruh iklim organisasi dan komitmen organisasi terhadap kepuasan kerja pada PT. Jasatama Polamedia Bandung, bahwa iklim organisasi dan komitmen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Perbedaannya dengan penelitian ini, peneliti tertarik untuk menggunakan variabel perilaku organisasi daripada variabel komitmen seperti yang sudah diteliti pada penelitian tersebut.

Hasil penelitian di atas diperkuat juga dengan hasil penelitian dari jurnal yang ditulis oleh Niaz Ahmed, et.al dengan judul *a comparative study of organization climate and job satisfaction in public, private and foreign banks*. Menurut penelitian tersebut terdapat tiga faktor dari iklim organisasi yang berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, yakni; struktur organisasi, identitas dan hubungan antar individu. Namun terdapat dua faktor yang berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja, yaitu pemberdayaan dan pemerataan. Hasil penelitian tersebutlah yang menjadi konsep dan landasan dasar yang dapat penulis gunakan dan bandingkan dengan penelitian ini.

Sedangkan melalui hasil jurnal artikel yang diteliti oleh Agung dan Lussy dengan judul penelitian pengaruh kepuasan kerja dan iklim organisasi terhadap *organizational citizenship behaviour* (OCB) karyawan pada PT. Trubus Swadaya, bahwa variabel kepuasan kerja dan iklim organisasi bersama-sama dan signifikan memengaruhi *organization citizenship behaviour* (OCB). Penelitian tersebut cenderung serupa dengan penelitian yang penulis teliti. Namun perbedaannya ada pada variabel perilaku organisasi (*organizational behaviour*) dan perilaku kerwargaan organisasi (*organizational citizenship behaviour*), namun kedua variabel tersebut tetap berdasarkan pada teori yang sama yaitu teori perilaku organisasi yang membahas mengenai tingkah laku manusia/individu.

Menurut penelitan yang dilakukan oleh Jehad Mohammad, et.al dengan judul *job satisfaction and organizational citizenship behaviour. An empirical study at higher learning institution*. Yang menunjukkan bahwa kepuasan kerja ekstrinsik dan instrinsik berperan penting dalam memprediksi perilaku anggota organisasinya. Perbedaannya

dengan penelitian ini, penulis tertarik untuk menganalisa dan menambah variabel iklim organisasi sebagai variabel yang dapat memengaruhi variabel dependennya.

Atas dasar adanya faktor yang saling berhubungan dan berkaitan guna mencapai tujuan organisasi, sebagaimana yang telah dipaparkan, maka penulis ingin mengetahui dan membahas apakah terdapat pengaruh dari perilaku organisasi dan iklim organisasi terhadap kepuasan kerja dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan studi deskriptif kausal dengan maksud untuk menggambarkan keadaan yang alamiah serta menguji hipotesis beberapa variabel *independent* dan *dependent*.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk menganalisa bagaimana pengaruh perilaku organisasi dan iklim perusahaan terhadap kepuasan kerja pada PT. Eagle Indo Pharma, suatu perusahaan swasta nasional di Indonesia. Penelitian ini juga akan menggunakan konsep korelasi dengan tujuan untuk menemukan hubungan sebab akibat antar variabel. Cara pandang yang akan digunakan peneliti adalah paradigma *positivisme*, dimana cara pandang ini didasarkan pada hukum dan prosedur yang baku yang mana ilmu dianggap bersifat deduktif, artinya berjalan dari hal yang umum menuju ke hal yang spesifik. Responden dalam penelitian ini adalah pegawai produksi Geliga pada PT. Eagle Indo Pharma.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PERILAKU ORGANISASI DAN IKLIM ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN KERJA PADA PT. EAGLE INDO PHARMA”

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh perilaku organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai?
- b. Seberapa besar pengaruh iklim organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai?
- c. Seberapa besar pengaruh perilaku organisasi dan iklim organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengukur pengaruh perilaku organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai

- b. Untuk mengukur pengaruh iklim perusahaan terhadap kepuasan kerja pegawai
- c. Untuk mengukur pengaruh perilaku organisasi dan iklim organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk mengimplementasikan teori dan pengetahuan yang sudah dipelajari penulis saat masih dalam kuliah di S1 Ilmu Komunikasi dan menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai perilaku organisasi, iklim perusahaan dan kepuasan kerja.
- b. Penelitian ini juga hendaknya dapat menjadi rujukan atau referensi untuk peneliti berikutnya untuk dapat mengetahui variabel penelitian yang sama.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

- a. Penelitian ini juga hendaknya dapat berfungsi sebagai sumber informasi dan masukan bagi PT. Eagle Indo Pharma guna memahami pengaruh perilaku organisasi dan iklim perusahaan terhadap kepuasan kerja pegawai.
- b. Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kondisi sumber daya manusia (pegawai) yang dimiliki, sehingga jika terdapat kelemahan dapat memotivasi perusahaan untuk mengambil kebijakan yang tepat.
- c. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan, pemikiran dan saran yang bermangfaat bagi perusahaan atau instansi terkait.

## **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan selama dua semester, antara bulan Februari 2020 sampai Maret 2021. Proses penyusunan penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Maret 2020.

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Penentuan Topik dan Pra Penelitian	■													
Penulisan Bab 1		■												
Penulisan Bab 2			■											
Penulisan Bab 3				■	■									
Pengajuan Desk Evaluation						■								
Pengumpulan Data							■	■	■	■				
Analisa dan Penulisan Bab 4											■	■		
Penulisan Bab 5													■	
Pengajuan Sidang														■
Sidang Skripsi														■

Sumber: Data Olahan Peneliti 2020