

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penyebaran *Coronavirus Disease* (COVID-19) atau biasa disebut dengan virus corona awalnya pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Namun, ternyata virus ini menular dengan cepat sehingga telah menyebar ke wilayah lain di Cina dan ke beberapa negara, termasuk Indonesia. Adanya virus ini, telah menimbulkan dampak yang signifikan di berbagai sektor industri, salah satunya pada sektor bisnis restoran.

Badan Kesehatan Dunia, WHO (World Health Organization) telah mengumumkan bahwa COVID-19 menjadi pandemi global, di mana COVID-19 merupakan wabah penyakit yang mampu menyebar di wilayah luas. Apalagi, pemerintah Indonesia kini telah mengimbau masyarakat untuk melakukan *physical distancing*, yaitu suatu tindakan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah, interaksi dengan orang lain, dan mengurangi kontak fisik secara langsung.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang restoran cepat saji, Kentucky Fried Chicken atau sekarang dikenal menjadi KFC tentu merasakan efek dari COVID-19. Salah satu *store* KFC yang terkena dampak COVID-19, yaitu KFC yang berlokasi di ITC Cempaka Mas. Toni Juliansyah selaku *Restaurant Manager* KFC ITC Cempaka Mas, mengungkapkan bahwa saat ini *store* terpaksa tidak beroperasi sementara karena mengikuti anjuran pemerintah dan mengikuti peraturan *mall*.

Dalimin Juwono, Direktur PT Fast Food Indonesia Tbk mengungkapkan bahwa terdapat 97 gerai perseroan yang ditutup. Hal ini dikarenakan *mall* dinyatakan harus tutup karena dampak COVID-19. Namun tidak semua *store* KFC tutup, ada juga yang masih beroperasi tetapi pengunjung tidak diperbolehkan makan di tempat melainkan KFC hanya melayani *take away*, layanan pengantaran *online*, *home delivery*, dan *drive thru* (economy.okezone.com, diakses pada 31 Mei 2020).

Untuk itu, perusahaan perlu membuat kebijakan-kebijakan baru agar restorannya mampu bertahan di tengah wabah COVID-19. Hal ini menjadi tantangan bagi para pemimpin agar organisasi mampu bertahan di situasi yang tidak diinginkan seperti saat ini.

Perkembangan suatu organisasi tergantung dari kemampuan dan kebijakan seorang pemimpin dalam berkomunikasi, oleh karena itu pemimpin harus menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik agar sesuai dengan yang diharapkan organisasi. Hal ini karena peran pimpinan memiliki dampak yang besar terhadap pengembangan organisasi di masa depan.

Kinerja suatu organisasi ditentukan dari berbagai faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan segala aktivitas yang berkaitan dengan lingkungan di dalam organisasi sedangkan faktor eksternal merupakan segala aktivitas yang berada di luar lingkungan organisasi. Salah satu faktor internal yang turut mempengaruhi keberhasilan organisasi adalah budaya organisasi.

Kepemimpinan dan budaya organisasi pada setiap perusahaan tentunya berbeda-beda. Setiap perusahaan memiliki gaya kepemimpinan sendiri dan budaya organisasi yang unik satu sama lain. Pada situasi wabah COVID-19 saat ini, tentu para pemimpin harus mampu menyesuaikan gaya kepemimpinannya agar budaya organisasi yang telah tercipta mampu bertahan. Hal inilah yang menjadi ciri khas dalam suatu perusahaan.

Selama lebih dari 30 tahun, KFC telah memimpin pasar restoran cepat saji di Indonesia karena pengalaman suksesnya dan pertumbuhannya yang pesat. *Colonel's Original Recipe* dan *Hot & Crispy*, merupakan produk utama KFC yang tetap menjadi produk ayam goreng paling diminati di antara semua merek restoran cepat saji di seluruh Indonesia, dan konsisten dinilai sebagai ayam goreng paling enak versi berbagai survei konsumen di Indonesia (Kfcku.com, diakses 21 November 2019).

Kesuksesan KFC bisa terlihat dari jumlah *store* yang terus bertambah dan tumbuh secara positif di tahun 2019. Hendra Yuniarto, General Manager Marketing PT Fast Food Indonesia mengatakan bahwa hingga akhir tahun 2019,

pihaknya telah berhasil membuka sebanyak 700 cabang KFC yang tersebar di seluruh Indonesia sejak pertama kali hadir pada tahun 1979 (Infobrand.id, diakses 04 Maret 2020)

Untuk itu, diperlukan budaya organisasi yang kuat agar KFC tetap bertahan hidup di tengah wabah COVID-19 bahkan mampu memenangkan persaingan diantara perusahaan lainnya. Pada dasarnya budaya organisasi merupakan seperangkat nilai-nilai, keyakinan, dan norma yang ada dalam suatu organisasi dan diikuti oleh para anggota organisasi secara terus-menerus sehingga hal tersebut terbentuk menjadi suatu kebiasaan. Salah satu peran dari budaya organisasi yaitu sebagai identitas organisasi, sehingga organisasi memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dengan organisasi lain.

Tentunya, pelaksanaan budaya perusahaan di setiap negara pasti berbeda karena disesuaikan dengan budaya negara setempat, dengan tujuan agar makna yang terkandung dalam nilai-nilai tersebut dipahami oleh pihak *stakeholder internal* seperti karyawan, manajer, dan pemilik modal maupun *stakeholder eksternal* yaitu konsumen.

Oleh karena itu, diperlukan peran dari seorang pimpinan untuk mengenalkan nilai-nilai budaya organisasi kepada karyawan, agar mereka mampu memahami budaya organisasi dan berperilaku sesuai dengan yang diharapkan perusahaan salah satunya melalui sosialisasi. Bagi organisasi, sosialisasi dapat digunakan untuk mengomunikasikan semua hal yang berhubungan dengan aktivitas organisasi termasuk di dalamnya budaya organisasi sehingga apa yang dihasilkan dapat dimanfaatkan oleh karyawan untuk memahami segala sesuatunya mengenai organisasi.

Komunikasi sendiri merupakan hal yang sangat kompleks dan tidak mudah untuk dilakukan. Melalui komunikasi, seseorang bisa menyampaikan pikirannya seperti ide, opini, pendapat, gagasan, dan lain-lain kepada orang lain. Oleh sebab itu, komunikasi dari seorang pimpinan sangatlah penting agar budaya organisasi bisa berjalan dengan kondusif.

Pemimpin memiliki potensi yang paling utama dalam menanamkan dan memperkuat aspek-aspek budaya organisasi baik melalui tindakan maupun perkataannya. Hal ini karena pemimpin pada dasarnya memiliki *power* yang besar di dalam organisasi, mereka mempunyai kekuasaan untuk membuat keputusan tentang hal-hal yang mereka setuju dan tidak setuju, membuat kebijakan, serta memberikan penghargaan atas perilaku anggota organisasi, sehingga akhirnya mampu terbentuk menjadi budaya organisasi yang kuat.

Pemimpin merupakan pihak yang berperan penting dalam menyosialisasikan budaya organisasi. Para pemimpin harus bisa menyesuaikan kondisi organisasinya dengan segala perubahan yang ada, karena mereka dituntut dan diberi tanggung jawab oleh berbagai pihak yang berkepentingan lainnya untuk mampu menjalankan roda organisasi sedemikian rupa.

Dalam menghadapi perubahan yang terjadi, diperlukan gaya kepemimpinan yang sesuai dengan tuntutan perubahan tersebut agar pemimpin berhasil mewujudkan tujuan organisasi. Tentunya, budaya organisasi menjadi salah satu faktor penting yang sangat menentukan terhadap berhasil tidaknya organisasi tersebut. Oleh sebab itu, gaya kepemimpinan seorang pemimpin dapat berpengaruh terhadap cara-cara berkomunikasi serta proses pengambilan keputusan di dalam perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada budaya perusahaan.

Di era globalisasi saat ini, banyak restoran cepat saji saling berkompetisi agar bisa menjadi produk yang paling unggul di masyarakat. Persaingan ini bisa dilihat dari menu makanan cepat saji yang semakin bervariasi dan banyak pendatang baru yang terus bermunculan dengan harga yang kompetitif. Lebih dari itu, budaya orang Indonesia yang gemar menjadikan makanan sebagai teman untuk mengobrol mampu membuat bisnis restoran tumbuh secara agresif di tanah air. Apalagi, mayoritas orang Indonesia suka sekali makan di luar rumah karena dinilai lebih menggoda selera dan mata.

Namun, adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diatur oleh Menteri Kesehatan dalam Permenkes 9 tahun 2020 yang ditetapkan di Jakarta pada 3 April 2020, membuat masyarakat harus mengurangi kegiatannya di

luar rumah. Peraturan ini bertujuan untuk mengurangi penyebaran COVID-19 di sejumlah wilayah.

Berdasarkan data pemantauan COVID-19 DKI Jakarta pada 6 Juni 2020, saat ini kasus positif virus corona mencapai 30.514 secara Nasional. Dari jumlah itu, sebanyak 1.801 meninggal dan 9.907 dinyatakan sembuh (corona.jakarta.go.id, diakses 06 Juni 2020). Hal ini mengakibatkan banyak masyarakat yang takut untuk beraktivitas di luar rumah, sehingga bisnis restoran cepat saji harus menyesuaikan budaya organisasinya dengan keadaan yang sekarang dengan tujuan untuk memberikan *service* terbaik pada semua konsumennya.

Oleh karena itu, para pemimpin di bisnis kuliner harus melakukan berbagai strategi agar konsumen bisa loyal terhadap produk yang mereka jual. Salah satu strategi tersebut ialah melalui gaya kepemimpinan agar setiap anggota organisasi mampu memahami budaya organisasi di perusahaan sehingga terbentuk budaya organisasi yang kuat dan menghasilkan *output* yang diinginkan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui gambaran gaya kepemimpinan yang digunakan oleh pimpinan KFC Indonesia baik sebelum adanya COVID-19 maupun selama terjadinya COVID-19 khususnya cabang ITC Cempaka Mas agar budaya organisasi mampu disosialisasikan dengan baik sehingga bisa bertahan pada pandemi COVID-19.

Selama peneliti melakukan penelitian, terdapat penyesuaian dalam hal pengumpulan dan pengolahan data. Hal ini didasari oleh faktor waktu pada saat peneliti melakukan penelitian, dimana peneliti memulai penelitian pada bulan Oktober sedangkan pada Desember akhir China secara resmi mengumumkan bahwa negaranya telah terjangkit wabah COVID-19. Seiring berjalannya waktu, Indonesia pun ternyata terkena dampak dari penyebaran virus ini yaitu terdapat dua pasien positif COVID-19 yang diumumkan oleh pemerintah Indonesia pada 2 Maret 2020. Oleh karena itu, peneliti juga ingin mengetahui perbedaan-perbedaan apa saja yang dialami oleh KFC Indonesia khususnya KFC ITC Cempaka Mas baik sebelum maupun saat terjadinya COVID-19. Untuk itu, peneliti memutuskan

untuk mengambil judul **“Gaya Kepemimpinan KFC Indonesia dalam Menyosialisasikan Budaya Organisasi di Tengah Wabah COVID-19”**.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat bahwa pentingnya gaya kepemimpinan dari seorang pemimpin dalam membangun budaya organisasi karena mereka berperan dalam membuat perubahan, memajukan dan mendorong organisasi agar mencapai hasil yang maksimal sesuai visi dan misi organisasi yang telah ditetapkan.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk membuat rumusan masalah yaitu bagaimana gaya kepemimpinan KFC Indonesia khususnya cabang ITC Cempaka Mas dalam menyosialisasikan budaya organisasi di tengah wabah COVID-19?

1.2. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran pokok permasalahan, agar penelitian tersebut lebih terarah dan fokus pada inti permasalahan dari sebuah fenomena yang diangkat. Untuk itu, peneliti memfokuskan batasan masalah dalam penelitian ini yaitu pada bagaimana gaya kepemimpinan dalam menyosialisasikan budaya organisasi di KFC Indonesia khususnya KFC cabang ITC Cempaka Mas, Lantai 5.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada permasalahan yang dirumuskan di atas, tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan dan menjelaskan gaya kepemimpinan KFC Indonesia khususnya KFC cabang ITC Cempaka Mas dalam menyosialisasikan budaya organisasi di tengah wabah COVID-19.

1.4. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Peneliti dapat menerapkan ilmu yang sudah diperoleh selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kalbis Institute, sekaligus sebagai bahan

referensi bagi peneliti lain terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama, khususnya yang berhubungan dengan gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pada restoran cepat saji.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan maupun alternatif oleh pimpinan maupun karyawan KFC khususnya cabang ITC Cempaka Mas dalam menerapkan gaya kepemimpinan yang efektif melalui sosialisasi budaya organisasi di tengah wabah COVID-19 sehingga mampu mencapai visi dan misi organisasi yang telah ditetapkan.

1.5. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami, maka materi-materi yang tertera pada skripsi ini dikelompokkan menjadi 5 bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang ada hubungannya dengan penelitian, landasan konsep, studi penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metodologi penelitian yang terdiri dari paradigma penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pemilihan informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian secara mendalam mengenai gaya kepemimpinan dalam

meyosialisasikan budaya organisasi di tengah wabah COVID-19, yang sekaligus akan menjawab tentang perumusan masalah.

BAB 5 **SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang didapatkan dari hasil analisis data berdasarkan rumusan masalah dan saran peneliti terkait penelitian yang dibahas.

