BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor ritel memegang peranan penting dalam dinamika ekonomi global melalui fungsinya sebagai penghubung langsung antara komoditas dengan konsumen akhir. Armstrong dkk. (2017) mendefinisikan bisnis ritel sebagai manifestasi dari seluruh rangkaian aktivitas perdagangan eceran yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan personal. Senada dengan hal tersebut, Singh (2024) mengonseptualisasikan ritel sebagai entitas bisnis yang mendistribusikan barang serta jasa kepada pemakai akhir, sementara Ganapathy (2017) menekankan posisi pengecer sebagai titik interaksi utama dengan pelanggan dalam sistem rantai pasok. Secara fundamental, tujuan inti dari industri ini adalah mengakomodasi preferensi, keinginan, serta ekspektasi spesifik dari segmen pasar tertentu.

Melalui sintesis berbagai perspektif tersebut, ritel dapat diinterpretasikan sebagai integrasi seluruh operasional bisnis yang memfasilitasi penjualan produk secara unitar kepada konsumen akhir untuk keperluan domestik maupun individu. Peran sentral ritel dalam arsitektur rantai pasokan adalah memuaskan kebutuhan khusus kelompok pelanggan, sekaligus berfungsi sebagai garda akhir yang menjembatani hubungan antara penyedia jasa atau produk dengan pembeli.

Kotler (2016) mengklasifikasikan jenis pengecer fisik ke dalam enam spektrum utama, yang meliputi toko spesialis, toko serba ada, pasar swalayan, toko kelontong, toko diskon, serta peritel harga miring (*off-price retailer*). Di antara berbagai model tersebut, toko serba ada (toserba) muncul sebagai representasi pasar modern berskala besar yang menyediakan barang secara eceran. Unit usaha ini menjadi preferensi dominan bagi masyarakat luas dalam pemenuhan kebutuhan logistik rumah tangga karena keunggulan diversifikasi produk yang komprehensif.

Fajar Toserba merupakan salah satu representasi unit usaha ritel terkemuka di wilayah Kabupaten Kuningan. Embrio bisnis ini bermula dari toko kelontong Gloria Indah yang diinisiasi oleh H. Jana dan Hj. Umiyati di Pasar Kramatmulya, yang secara resmi beroperasi pada awal tahun 1990 setelah melewati fase rintisan

sejak Agustus 1989. Merespons akselerasi bisnis yang signifikan serta keterbatasan kapasitas infrastruktur, pada tahun 1995 didirikanlah entitas baru berkonsep toko serba ada dengan nama "Fajar" di kawasan Jalaksana. Peresmian Fajar Toserba Jalaksana dilakukan pada 4 Agustus 1997 oleh Bupati Kuningan dengan visi strategis sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi kedaerahan. Di bawah pimpinan Bapak Yogi Tyandaru, perusahaan ini terus bertransformasi menjadi penyedia kebutuhan publik yang kredibel hingga berhasil melakukan ekspansi sebanyak 17 cabang yang tersebar di Kuningan, Cirebon, dan Majalengka.

Penelitian ini difokuskan spesifik pada Fajar Toserba Jalaksana dimana unit ini adalah yang pertama hadir sebelum cabang Fajar yang lainnya. Cabang pertama bukan sekadar toko, melainkan tempat di mana budaya organisasi lahir dan diuji. Perilaku organisasi di cabang pertama sering kali menjadi standar emas atau justru menjadi beban karena ekspektasi yang tinggi. Cabang pertama menyimpan "jejak sejarah" dan nilai-nilai asli pendiri yang sering kali lebih kaku dibandingkan cabang baru yang sudah mengalami adaptasi dan modifikasi.

Sebagaimana entitas ritel kontemporer lainnya, Fajar Toserba Jalaksana dihadapkan pada urgensi transformasi digital yang kini menjadi poros perubahan lintas industri. Cendani dkk. (2020) menggarisbawahi bahwa efektivitas tata kelola teknologi informasi merupakan determinan utama keberhasilan digitalisasi di sektor ritel. Dalam konteks domestik, para pelaku industri ritel di Indonesia menghadapi tekanan disrupsi digital yang masif. Meskipun penetrasi *e-commerce*, sistem pembayaran elektronik, serta *platform* daring menyajikan prospek pertumbuhan yang luas, fenomena ini juga menghadirkan tantangan manajerial yang kompleks (Syaputra, 2025).

Eskalasi disrupsi digital tersebut diidentifikasi sebagai salah satu pemicu utama tingginya fenomena perputaran karyawan. Studi yang dilakukan oleh Nurmiyati dan Astuti (2021) menunjukkan bahwa intensitas keluar-masuk karyawan (*turnover intention*) dalam masa transisi strategi digital sering kali berakar pada perasaan tidak berdaya, kecemasan, serta ketidakamanan psikologis (*job insecurity*) akibat tingginya standar kompetensi teknologi yang dipersyaratkan.

Kondisi tersebut selaras dengan problematika *turnover intention* yang teramati di Fajar Toserba Jalaksana. Menurut Safi'i (dalam Azzizah dan Izzati,

2018) *Turnover* terjadi karena komitmen yang dimiliki anggota organisasi sangat kurang, bahwa karyawan tersebut harus memiliki komitmen dengan menerima pekerjaan atau tugas yang diberikan tanpa membuat kesalahan, bertanggung jawab dan tidak merugikan orang lain. Hal ini terjustifikasi melalui representasi data berikut:

Tabel 1.1
Data *Turnover* Fajar Toserba Jalaksana

Tahun	Jumlah karyawan awal tahun	Jumlah karyawan akhir tahun	Jumlah karyawan masuk	Jumlah karyawan keluar	Persentase *Turnover*
2021	103	97	16	22	22,00%
2022	97	108	32	21	20,49%
2023	108	100	23	31	29,81%
2024	100	88	13	25	26,60%
2025	88	67	11	32	41,29%

Sumber: Toko Fajar Toserba Jalaksana

Tabel di atas menyajikan profil data internal Fajar Toserba Jalaksana, di mana kalkulasi persentase *turnover* merujuk pada formulasi yang dikembangkan oleh Hasibuan (2019):

$$\frac{jumlah\ karyawan\ keluar\ dalam\ setahun}{(jumlah\ karyawan\ awal\ tahun + jumlah\ karyawan\ akhir\ tahun) \div 2} \times 100\%$$

Data menunjukkan bahwa rasio *turnover* di Fajar Toserba Jalaksana mengalami fluktuasi dari tahun 2021 sampai 2025. Tercatat pada tahun 2021 angka tersebut mencapai 22,00%, kemudian mengalami penurunan menjadi 20,49% pada 2022. Namun, lonjakan signifikan terjadi pada 2023 hingga menyentuh 29,81%, kemudian menurun kembali ke angka 26,60%% pada 2024. Terakhir, pada tahun 2025 menjadi tahun dengan persentase tertinggi yaitu sebesar 41,29%. Di Indonesia, tingkat turnover di sektor ritel mencapai rata-rata 13%, dengan angka yang 16,9% lebih tinggi dibandingkan industri lainnya (Danti et.al. dalam Putriani & JS. Pareke, 2025). Pekerjaan di sektor ini sering ditandai oleh jam kerja tidak fleksibel, status paruh waktu, upah rendah, serta minimnya jaminan pekerjaan merupakan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap ketidakpastian dan kecenderungan tinggi untuk berpindah kerja (Han et al. 2019 dalam Putriani & JS. Pareke, 2025).

Menurut Luthans (dalam Lubis & Jaya, 2019), komitmen organisasi pada hakikatnya merepresentasikan bentuk kontribusi psikologis yang diberikan oleh

seorang karyawan atau anggota terhadap organisasinya. Konstruk komitmen organisasi ini dibangun oleh tiga dimensi utama, yaitu komitmen afektif (*affective commitment*), komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*), dan komitmen normatif (*normative commitment*). Lebih lanjut dijelaskan bahwa komitmen afektif mencakup ikatan emosional karyawan dalam mengidentifikasikan dirinya sekaligus keterlibatan aktif di dalam organisasi. Sementara itu, komitmen berkelanjutan merupakan manifestasi loyalitas yang didasarkan pada kalkulasi biaya atau konsekuensi ekonomi jika karyawan meninggalkan organisasi. Terakhir, komitmen normatif berakar pada internalisasi nilai dan norma sosial yang memunculkan perasaan wajib atau tanggung jawab moral untuk tetap menyatu dengan organisasi tersebut.

Guna mengidentifikasi gambaran awal mengenai tinggi atau rendahnya tingkat komitmen organisasi pada karyawan Fajar Toserba Jalaksana, peneliti telah melaksanakan kegiatan pra-survei (*pre-survey*). Pengukuran ini mengoperasionalkan ketiga dimensi komitmen organisasi dari Luthans yaitu komitmen afektif, komitmen berkelanjutan, dan komitmen normatif sebagai indikator utama instrumen. Adapun ringkasan data hasil penjajakan awal tersebut dirangkum dalam tabel rekapitulasi pra-survei berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survei Komitmen Karywan Di Fajar Toserba Jalaksana

No	PERNYATAAN	YA		TIDAK	
		Skor	%	Skor	%
Komitmen Afektif					
1.	Saya merasa sangat nyaman bekerja di Fajar Toserba Jalaksana dan menganggap diri saya sebagai bagian dari "keluarga" toko.	13	43%	17	57%
2.	Saya merasa bahagia dan senang datang bekerja setiap hari karena saya menyukai lingkungan dan rekan kerja saya.	11	37%	19	63%
3.	Saya bangga menjadi bagian dari Fajar Toserba Jalaksana dan ingin terus bekerja di sini.	14	47%	16	53%
Komitmen Berkelanjutan					
4.	Pindah kerja akan sangat merugikan karena saya akan kehilangan tunjangan atau manfaat yang sudah saya dapatkan di Fajar Toserba Jalaksana.	15	50%	15	50%

No	PERNYATAAN	YA		TIDAK	
		Skor	%	Skor	%
5.	Saat ini terlalu sulit untuk mencari pekerjaan lain dengan gaji dan posisi yang setara di luar Fajar Toserba Jalaksana.	14	47%	16	53%
6.	Saya merasa terjebak di pekerjaan ini karena sudah banyak waktu dan usaha yang saya investasikan di Fajar Toserba Jalaksana.	15	50%	15	50%
Komitmen Normatif					
7.	Saya merasa berhutang budi kepada Fajar Toserba Jalaksana dan merasa harus tetap di sini.	13	43%	17	57%
8.	Akan terasa salah atau tidak etis jika saya meninggalkan Fajar Toserba Jalaksana di tengah situasi atau kebutuhan mendesak.	12	40%	18	60%
9.	Saya merasa memiliki tanggung jawab moral untuk terus bekerja di Fajar Toserba Jalaksana sampai batas waktu tertentu.	14	47%	16	53%

Sumber: data kuesioner yang sudah di olah 2025

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 1.2 di atas, dapat diidentifikasi bahwa tingkat komitmen organisasi pada karyawan Fajar Toserba Jalaksana masih belum optimal. Dari total 30 responden yang berpartisipasi dalam pra-survei, diketahui bahwa hanya sebagian kecil (minoritas) karyawan yang memiliki komitmen kerja berkategori tinggi. Fenomena ini tercermin dari rendahnya tingkat kenyamanan kerja, serta minimnya rasa bahagia dan rasa bangga terhadap perusahaan. Indikator-indikator tersebut mengindikasikan secara kuat bahwa komitmen afektif (*affective commitment*) karyawan terhadap perusahaan berada pada tingkat yang rendah, yang pada gilirannya memicu tingginya intensitas atau keinginan karyawan untuk meninggalkan perusahaan (*turnover intention*).

Fenomena *turnover* merupakan manifestasi nyata dari rendahnya loyalitas karyawan yang dapat mengancam stabilitas organisasi, terutama jika migrasi ini melibatkan tenaga kerja terampil dan pemegang posisi strategis (Fitriantini dkk, 2019). menurut Mobley (dalam Azzizah & Izzati, 2018) beberapa hal yang menyebabkan karyawan merasa ingin berpindah kerja diantaranya adalah komitmen organisasi karyawan, kepuasan kerja, kepercayaan terhadap perusahaan dan *job insecurity*. Dalam pengertiannya sendiri menurut Gill (dalam Azzizah & Izzati, 2018) komitmen organisasi merupakan ketertarikan secara psikologi

emosional dan perasaan tanggung jawab yang dimiliki oleh individu untuk tetap bertahan di dalam suatu organisasi. Yusuf dan Syarif (2017) juga turut mendeskripsikan komitmen organisasional sebagai bentuk kesetiaan yang mendorong individu untuk bertahan, berkontribusi maksimal dalam pencapaian visi institusi, serta meminimalisir niat untuk mengundurkan diri dalam situasi apa pun.

Menurut Kaswan (dalam Supriyadi & Nurpalah, 2018) komitmen organisasi pada dasarnya merupakan suatu sikap kerja yang murni dimanifestasikan melalui keinginan, kemauan, dedikasi, loyalitas, serta kepercayaan yang kuat dari individu terhadap institusinya. Keterikatan ini mendorong anggota untuk bertahan di dalam organisasi, menerima nilai-nilai dan tujuan bersama, serta berkontribusi aktif demi kepentingan kolektif. Dalam konteks mempertahankan dedikasi dan keinginan untuk terus menjadi bagian dari organisasi tersebut, kapasitas kognitif individu bertindak sebagai salah satu faktor penentu yang krusial. Sejalan dengan hal tersebut, (Eldefonso et al., 2024) menegaskan bahwa kemampuan kognitif secara signifikan memengaruhi efektivitas kinerja tugas, kapasitas pembelajaran selama proses pelatihan, hingga fleksibilitas adaptasi atau penyesuaian diri karyawan di lingkungan kerja.

Vygotsky (dalam Wardani et al., 2023) mengemukakan bahwa kemampuan kognitif pada hakikatnya berfungsi untuk menstimulasi pemecahan masalah, memberikan kemudahan dalam mengeksekusi tindakan, memperluas kapabilitas personal, serta mengarahkan individu untuk bertindak secara proporsional sesuai dengan potensi alamiahnya. Dalam cakupan yang lebih operasional, kemampuan kognitif juga didefinisikan sebagai kapasitas aktual yang dimiliki individu saat ini untuk menyelesaikan berbagai tuntutan tugas dan tanggung jawab dalam suatu pekerjaan (Robbins dalam Wardani et al., 2023). Dalam lanskap bisnis yang bercirikan perubahan eksponensial, kapasitas berpikir kritis serta ketepatan pengambilan keputusan taktis telah menjadi instrumen esensial bagi keberlanjutan dan kesuksesan organisasi. Identifikasi yang akurat terhadap tingkat kemampuan kognitif karyawan dapat berfungsi sebagai panduan strategis bagi perusahaan untuk memetakan area kompetensi tertentu yang membutuhkan intervensi pelatihan atau pengembangan lebih lanjut. Melalui implementasi program pelatihan dan pengembangan yang dirancang berbasis kebutuhan nyata (*need-based*

development), institusi tidak hanya mampu mengeskalasi motivasi kerja dan keterikatan (*engagement*) karyawan secara substansial, melainkan juga memberikan kontribusi multiplikatif terhadap akselerasi performa organisasi secara keseluruhan (khan, 2023).

Steers dan Porter (dalam Kharismawati, 2016) mengidentifikasi tiga pilar determinan komitmen. Pertama adalah dimensi personal, yang mencakup ekspektasi profesional, kontrak psikologis seperti harmoni antara pekerjaan dan kehidupan pribadi serta motivasi berprestasi. Kedua adalah dimensi organisasional, yang meliputi karakteristik penugasan, pengalaman profesional, atmosfer kerja, partisipasi, hingga struktur formalitas. Ketiga adalah dimensi non-organisasional, yang berkaitan dengan ketersediaan peluang karier alternatif di luar perusahaan.

Variabel pertama yang dieksplorasi dalam studi ini adalah motivasi. Sutrisno (2016) memaknai motivasi sebagai resultan dari interaksi individu terhadap situasi yang dihadapi. Teori ini diperkuat oleh temuan Sofianti dan Susanto (2024) yang mengonfirmasi korelasi signifikan antara dorongan kerja dengan komitmen staf. Lebih lanjut, Sari & Digdowiseiso (2022) menegaskan bahwa keterikatan afektif tidak terbentuk secara spontan, melainkan dipicu oleh stimulasi motivasi yang menyelaraskan nilai individu dengan target organisasi.

Instrumen kedua dalam penelitian ini adalah iklim kerja, yang diartikan sebagai atmosfer psikologis di lingkungan instansi yang mencerminkan rasa nyaman dan kebebasan profesional tanpa tekanan (Usman, 2019). Harmonisasi hubungan interpersonal menjadi kunci terciptanya iklim yang kondusif. Fazlelahi et.al (2024) menegaskan toko cabang pertama sebagai "cetakan murni" nilai dasar yang memengaruhi komitmen jangka panjang karena di sinilah nilai-nilai dasar perusahaan pertama kali terlembagakan dan diuji oleh waktu. Penelitian Hendrian dan Husnatarina (2023) turut memvalidasi bahwa iklim organisasi memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap penguatan komitmen kerja.

Selanjutnya, *work-life balance* diposisikan sebagai variabel ketiga. Vyas & Shrivastava (2017) mendefinisikan konsep ini sebagai keseimbangan proporsional antara urusan domestik dengan tuntutan profesional, yang memungkinkan individu memiliki waktu relaksasi dan relasi sosial yang sehat guna menunjang performa maksimal. Ada tiga dimensi *work-life balance* yang

dikemukakan oleh Fisher, Bulger, dan Smith dalam Ramadhani (2025) yaitu WIPL (*Work Interference With Personal Life*), PLIW (*Personal Life Interference With Work*), PLEW (*Personal Life Enhancement Of Work*), dan WEPL (*Work Enhancement Of Personal Life*). Dalam konteks ritel, hubungan "*enhancement*" terjadi ketika perusahaan menyediakan fleksibilitas, komunikasi yang baik, dan pelatihan. Hal ini mengubah persepsi karyawan dari sekadar "bekerja untuk hidup" menjadi "pekerjaan yang memperkaya hidup," yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kinerja mereka (Krisnamurty & Anisa, 2025). Anwar dkk. (2023) dalam studinya juga membuktikan adanya pengaruh fundamental dari keseimbangan kehidupan-kerja terhadap tingkat komitmen karyawan.

Keterlibatan karyawan (*employee engagement*) menjadi variabel terakhir yang ditelaah. Robbins & Judge (2024) mengemukakan bahwa pemberian otonomi dan partisipasi dalam pengambilan keputusan akan meningkatkan identitas psikologis karyawan terhadap organisasi, yang secara otomatis memperkokoh komitmen afektif melalui rasa kepemilikan. Keterlibatan ini mencakup dedikasi emosional dan aksi nyata demi kesuksesan organisasi (Sihombing, 2018). Efektivitas variabel ini didukung oleh temuan Nurlita dkk. (2025) yang menunjukkan pengaruh positif *engagement* terhadap loyalitas organisasi.

Robbins & Judge (2024) memposisikan keterlibatan sebagai "keadaan mental" yang menjembatani variabel lingkungan kerja (iklim dan motivasi) dengan perilaku setia. Tanpa adanya keterlibatan kognitif dan emosional, kebijakan manajerial mengenai *work-life balance* cenderung hanya menjadi formalitas tanpa dampak jangka panjang. Schaufeli (2024) mengilustrasikan keterlibatan sebagai "mesin" yang mengubah "bahan bakar" berupa iklim yang adil dan keseimbangan kerja menjadi "energi kinetik" dalam bentuk komitmen afektif.

Warrick (2022) menyatakan bahwa keterlibatan merupakan fondasi kinerja optimal, sementara motivasi adalah energinya. Dengan demikian, motivasi yang kuat akan memicu keterlibatan yang tinggi, yang berfungsi sebagai jembatan psikologis menuju komitmen organisasi yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan hasil riset Annisa (2017) yang menemukan dampak positif motivasi terhadap keterikatan karyawan.

William A. Kahn (dalam Abid et.al, 2024) mengidentifikasi makna, keamanan, dan ketersediaan sumber daya sebagai prasyarat keterlibatan. Rasa aman psikologis dipengaruhi secara langsung oleh iklim kerja yang suportif, sebuah premis yang divalidasi oleh Hadinata dkk. (2019). Dimensi *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) dalam *work-life balance*, di mana dukungan keluarga yang stabil mampu meningkatkan gairah kerja (*vigor*), yang merupakan komponen inti dari keterlibatan (Rahmayati, 2021). Hubungan positif antara keseimbangan hidup dan keterlibatan ini juga dibuktikan oleh Syelvy dan Siddiq (2024).

Penelitian Rahmawati (2024) menunjukkan bahwa keterlibatan karyawan efektif memediasi hubungan motivasi dan kepuasan terhadap komitmen. Khan (2024) juga menemukan peran mediasi *engagement* antara motivasi intrinsik dan loyalitas organisasi. Temuan serupa dihasilkan oleh Kalhor dkk. (2018) mengenai iklim organisasi, serta Abdulaziz dkk. (2022) dan Marseno & Muafi (2021) terkait mediasi keterlibatan dalam hubungan keseimbangan kehidupan-kerja dengan komitmen.

Meskipun terdapat berbagai kajian mengenai pengaruh motivasi, iklim kerja, *work-life balance*, dan keterlibatan terhadap komitmen, masih ditemukan diskrepansi hasil (*inconsistent findings*). Di satu sisi, Rahayu (2021) serta Setiawan dkk. (2022) melaporkan adanya pengaruh signifikan motivasi terhadap komitmen. Namun di sisi lain, Hanafi dan Sanosra (2018) menemukan pengaruh yang tidak signifikan, sementara Ridwan & Dini (2019) menyatakan ketiadaan pengaruh sama sekali.

Inkonsistensi serupa terjadi pada variabel iklim kerja; Aisyah dkk. (2023) menemukan korelasi positif, sedangkan Sutanto & Winarto (2024) melaporkan hasil yang tidak signifikan. Terkait *work-life balance*, Anwar dkk. (2023) dan Buzza (2017) mendukung adanya pengaruh kuat pada generasi milenial, namun Rene dan Wahyuni (2018) menyimpulkan hal yang sebaliknya.

Hingga saat ini, belum terdapat studi komprehensif yang mengintegrasikan peran *Employee engagement* sebagai mediator simultan antara motivasi, iklim kerja, dan *work-life balance* terhadap komitmen karyawan. Berdasarkan kesenjangan literatur dan problematika empiris tersebut, peneliti bermaksud

melakukan studi mendalam dengan judul: **"Peran *Employee engagement* Sebagai Mediator Pada Pengaruh Motivasi, Iklim Kerja, Dan *Work-life balance* Terhadap Komitmen Karyawan (Survei Pada Karyawan Fajar Toserba Jalaksana)"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran motivasi, iklim kerja, *work-life balance*, *employee engagement* dan komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana?
2. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap *employee engagement* di Fajar Toserba Jalaksana?
3. Bagaimana pengaruh iklim kekrja terhadap *employee engagement* di Fajar Toserba Jalaksana?
4. Bagaimana pengaruh *work-life balance* terhadap *employee engagement* di Fajar Toserba Jalaksana?
5. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana?
6. Bagaimana pengaruh iklim kerja terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana?
7. Bagaimana pengaruh *work-life balance* terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana?
8. Bagaimana pengaruh *Employee engagement* terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana?
9. Bagaimana peran *Employee engagement* memediasi pengaruh motivasi terhadap komitmen karyawan?
10. Bagaimana peran *Employee engagement* memediasi pengaruh iklim kerja terhadap komitmen karyawan?
11. Bagaimana peran *Employee engagement* memdiasi pengaruh *work-life balance* terhadap komitmen karyawan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kondisi nyata dan model dari:

1. Gambaran motivasi, iklim kerja, *work-life balance*, *employee engagement* dan komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana.
2. Pengaruh motivasi terhadap *employee engagement* di Fajar Toserba Jalaksana.
3. Pengaruh iklim kerja terhadap *employee engagement* di Fajar Toserba Jalaksana.
4. Pengaruh *work-life balance* terhadap *employee engagement* di Fajar Toserba Jalaksana.
5. Pengaruh motivasi terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana.
6. Pengaruh iklim kerja terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana.
7. Pengaruh *work-life balance* terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana.
8. Pengaruh *Employee engagement* terhadap komitmen karyawan di Fajar Toserba Jalaksana.
9. Peran *Employee engagement* memediasi pengaruh motivasi terhadap komitmen karyawan.
10. Peran *Employee engagement* memediasi pengaruh iklim kerja terhadap komitmen karyawan.
11. Peran *Employee engagement* memediasi pengaruh *work-life balance* terhadap komitmen karyawan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari dibuatnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diproyeksikan dapat memperkaya khazanah keilmuan bagi kalangan akademisi mengenai dinamika motivasi, iklim organisasi, dan keseimbangan kerja dalam memengaruhi komitmen melalui mediasi keterlibatan karyawan. Selain itu, studi ini menjadi

sarana aktualisasi penulis dalam mengimplementasikan teori-teori manajemen sumber daya manusia ke dalam konteks praktis.

2. Manfaat Praktis

   Secara manajerial, hasil penelitian ini diharapkan menjadi landasan strategis bagi manajemen Fajar Toserba Jalaksana untuk meningkatkan loyalitas staf melalui penguatan keterlibatan, stimulasi motivasi, penciptaan atmosfer kerja yang sehat, serta optimalisasi keseimbangan hidup karyawan. Lebih jauh, karya ini dapat menjadi referensi literatur bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada bidang serupa.