

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam beberapa tahun terakhir memberikan dampak pada perubahan dunia industri di Indonesia. Perubahan ini tidak hanya dirasakan oleh perusahaan barang, namun juga terjadi pada perusahaan jasa. Perubahan yang terjadi ini memberikan dampak pada pola interaksi di pasar industri yang menjadi semakin dinamis. Dampak dari perubahan teknologi ini dikenal dengan Revolusi Industri 4.0, dimana perubahan ini menerapkan konsep otomatisasi yang dilakukan oleh bantuan mesin tanpa bantuan manusia dalam pengaplikasiannya. Permasalahan yang terjadi pada revolusi industri 4.0 saat ini menjadi fokus penelitian dalam beberapa tahun terakhir, terutama pada generasi yang mendominasi pasar tenaga kerja di Indonesia sekarang (Putri, 2020).

Perubahan industri menunjukkan adanya persaingan dunia usaha yang ketat di era globalisasi saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerja usahanya melalui pengelolaan organisasi yang efektif dan efisien. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mempekerjakan sumber daya manusia seminimal mungkin untuk dapat memberikan kontribusi maksimal sesuai sasaran perusahaan (Wiratama, Darsono & Putra, 2017). Sumber daya manusia memegang peranan untuk mengatur, menjalankan dan mengendalikan sumber

daya lainnya dalam kegiatan produksi dan operasional perusahaan. Semakin tinggi kemampuan dan kualitas sumber daya manusia, semakin tinggi pula kualitas hasil yang diperoleh perusahaan (Halim, 2016).

Sumber daya manusia atau karyawan menjadi faktor penentu tercapainya tujuan atau visi misi yang telah dibuat perusahaan. Perusahaan akan semakin tergantung pada kualitas sumber daya manusia, untuk mencapai kesuksesan perusahaan dapat diwujudkan dengan cara mengelola sumber daya manusia dengan sebaik-baiknya. Sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik merupakan salah satu kekuatan yang akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan (Perdaniningtyas & Budiani, 2017).

Sumber daya manusia merupakan sumber pertumbuhan penting bagi organisasi dan untuk pemanfaatan sumber daya manusia yang terbaik adalah penting untuk menyelaraskan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dengan peran yang ditugaskan dalam organisasi. Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu kebutuhan untuk keberlanjutan perusahaan agar mampu berkembang secara lebih dinamis sehingga strategi pengembangan sumber daya manusia dilakukan dengan mengembangkan karyawan agar berkembang ke arah yang lebih baik, meningkatkan kompetensi, dan keterikatan karyawan sehingga mampu menghasilkan kinerja yang maksimal. Ini bertujuan agar diperoleh sumber daya manusia yang berkompentensi tinggi,

berkarakter kuat, dan berintegritas untuk mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan (Farooqui & Nagendra, 2014).

Sumber daya manusia yang sedang diperbincangkan pada saat ini adalah karyawan Generasi Y atau biasa disebut sebagai millennial. Karyawan millennial berkisar tahun 1981-2000 (Ali & Purwandi, 2016). Generasi millennial dapat menjadi kekuatan utama yang bisa diandalkan kedepannya. Potensi generasi millennial yang terpendam dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian. Selain itu, peran generasi millennial yang merata tanpa terdapat kesenjangan gender juga berperan dalam pengoptimalan manfaat dan potensi yang ada. Oleh karenanya generasi millennial cenderung memiliki ciri seperti cerdas, kreatif, produktif, berorientasi pada pencapaian prestasi (*achievement oriented*), mencari pengembangan personal, kebermanaknaan karir, dan mencari mentor atau supervisor untuk mendorong dan memfasilitasi pengembangan profesionalitas (Kicheva, 2017).

Pada beberapa tahun terakhir karyawan generasi millennial mulai mendapatkan sorotan di bidang industri dan organisasi. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan generasi millennial yang semakin bertambah dari tahun ke tahun. Generasi millennial diprediksikan akan mendominasi sekitar lebih dari 50% angkatan kerja diseluruh dunia pada tahun 2020 (Nugroho, 2017). Di Indonesia, jumlah generasi ini telah mencakup lebih dari 30% dari total penduduk di tahun 2015, dan pada tahun 2016 meningkat menjadi 40% dari total penduduk

Indonesia (Panindya, 2017). Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Dale Carnegie Indonesia, jumlah tenaga kerja yang berada pada kelompok generasi millennial berjumlah 62.570.920 atau sekitar 17.96%, dan jumlah ini akan terus bertambah dari tahun ke tahun sebagaimana diprediksikan bahwa jumlah tenaga kerja generasi millennial akan mencapai puncaknya, yaitu sebesar 70% di tahun 2030 (Ali & Purwandi, 2016).

Hannus (2016) menyatakan bahwa, para generasi millennial akan merasa termotivasi dalam bekerja apabila mereka mendapatkan *feedback* dan perhatian secara personal, adanya mentoring dan empowerment terhadap diri mereka, komunikasi yang transparan dan terbuka dengan atasan, *goal setting* dan visi yang jelas, adanya apresiasi terhadap kesejahteraan dan *work-life balance*, serta adanya motivasi ekstrinsik yang mendorong mereka untuk semakin termotivasi dalam bekerja. Tanner (2010) juga menyebutkan generasi millennial tidak mengharapkan untuk bekerja di bidang karir yang sama, generasi millennial juga mengharapkan perusahaan mampu menyediakan keseimbangan kehidupan kerja, kompensasi yang adil, pengembangan profesional, kesempatan untuk membuat perbedaan, kepemimpinan yang menginspirasi, dan lingkungan kerja yang positif. Dalam hal ini, pentingnya inovatif pada generasi millennial dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena tidak hanya mengubah hasil atau *outcome* dari perusahaan, tetapi juga termasuk ke proses dan prosedur yang ada di perusahaan. Janssen (2000) mengatakan bahwa kemampuan berinovasi dan mengimprovisasikan

produk, *service*, dan proses kerja merupakan hal yang krusial dalam organisasi untuk saat ini. Setiap karyawan harus memiliki keinginan dan kemampuan untuk berinovasi jika ingin dapat merealisasikan inovatifnya.

Salah satunya adalahnya perusahaan PT X di Manokwari yang bergerak di bagian distributor barang dan juga perdagangan. PT X memiliki wilayah distribusi yaitu di bagian Papua Barat, Kabupaten Manokwari dan juga kabupaten Manokwari Selatan. Adapun bidang usaha dalam PT X ini adalah barang kebutuhan pokok, hasil pertanian, barang kebutuhan pokok hasil industri dan juga barang kebutuhan pokok hasil peternakan. Jenis barang kebutuhan pokok yang didagangkan adalah beras, bawang merah, tepung terigu, telur ayam ras, gula dan juga minyak.

Peneliti melakukan wawancara awal terhadap 10 karyawan PT X Kabupaten Manokwari yang berusia 20-30 Tahun di Manokwari pada Bulan September 2021. Berdasarkan hasil wawancara, bahwa karyawan generasi millennial di Manokwari kurang mengembangkan ide serta belum menunjukkan perubahan dalam mengembangkan usahanya sendiri. Selain itu juga, belum menemukan kreativitas didalam diri karyawan millennial di Manokwari. Hal ini dikarenakan bahwa karyawan generasi millennial di Manokwari hanya berfokus pada tujuannya sendiri dan tidak berkembang secara penuh. Hal ini yang membuat karyawan generasi millennial di Manokwari kurang berkembang secara menemukan ide dan kreativitas. Selain itu juga, karyawan generasi millennial di

Manokwari lebih memilih untuk merantau dari pada mengembangkan kreativitas, pemasaran serta ide di tempatnya sendiri.

Maka, berdasarkan uraian wawancara diatas perlu adanya perubahan untuk karyawan millennial. Hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi perubahan perubahan yang terjadi pada generasi millennial adalah dengan mengembangkan inovatif pada perusahaan (Windiarsih & Etikariena, 2017). Perubahan inovatif yang dilakukan dalam hal pengembangan pengelolaan pasar industri yang dimana inovatif yang dilakukan oleh perusahaan mampu membuat perusahaan bertahan dan mengikuti pola interaksi pasar industri (Windiarsih & Etikariena, 2017). Sejalan dengan pendapat Abbas & Raja (2015) yang organisasi/perusahaan di lingkungan pasar yang kompetitif saat ini. Inovatif adalah suatu proses pengembangan ide dan penerapan ide-ide baru yang dicetuskan oleh individu yang terlibat dalam suatu susunan organisasi maupun perusahaan. Ide baru yang dapat diberikan dapat berupa penggabungan ide yang telah ada sebelumnya, yang bermanfaat untuk menghadapi tantangan revolusi industri saat ini, atau merupakan sebuah ide baru yang diberikan oleh individu untuk mengatasi permasalahan yang ada (Sameer & Ohly, 2017). Inovatif yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan tidak dapat dilakukan dalam proses yang singkat, pengembangan inovatif ini dapat dilakukan dalam beberapa tahapan yang memerlukan waktu dalam setiap prosesnya.

Menurut Jong & Hartog (2010) Perilaku inovatif adalah semua tindakan individu yang mengarah pada pengenalan ide-ide baru, dan diterapkan yang bermanfaat bagi perusahaan. Perilaku inovatif tidak hanya mencakup ide, tetapi juga perilaku-perilaku yang diperlukan dalam melaksanakan ide tersebut dan mencapai kemajuan yang akan meningkatkan kinerja pribadi maupun organisasi. Inovatif menekankan pada sesuatu yang diamati sebagai hal yang baru bagi individu, sedangkan perilaku inovatif menekankan pada munculnya sikap kreatif yang mengarah pada pembaharuan dari tradisional ke modern, dari sikap yang belum maju menjadi maju. Perubahan tersebutlah yang diharapkan memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu bagi organisasi. Perilaku inovatif memiliki empat dimensi yaitu *opportunity exploration*, *idea generation*, *championing* dan *application* (De Jong & Den Hartog, 2010). *Opportunity exploration* diartikan sebagai sebuah usaha individu dalam mencari cara meningkatkan produk, jasa, proses yang ada, dan mencari alternatif dari proses produksi produk atau jasa. Dimensi selanjutnya *idea generation* merupakan usaha individu dalam menggabungkan berbagai informasi yang diketahui baik berupa pengetahuan, sumber daya, dan kapasitas dalam upayanya memunculkan peluang-peluang baru. Dimensi berikutnya adalah *championing* yang diartikan sebagai usaha individu dalam memperoleh dukungan atas ide atau pemikirannya. Dimensi terakhir adalah *application* diartikan sebagai rangkaian proses merealisasikan ide mencakup proses pengujian dan modifikasi ide.

Inovasi dan perilaku inovatif merupakan perubahan sosial, dimana perbedaannya hanya pada penekanan ciri dari perubahan tersebut (Purba, 2009). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti dan Sawitri (2018) menunjukkan bahwa 7% perilaku inovatif muncul dari karyawan. El-Manurwan dan Sawitri (2017) hanya 33.6% perilaku inovatif yang muncul dari karyawan. Selain itu juga berdasarkan penelitian Sari dan Ulfa (2013) hanya 27,6% perilaku inovatif yang muncul dari karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara pada 10 karyawan millennial di Manokwari bulan Juni tahun 2021 yang mengacu pada aspek dari De Jong dan Hartog. Pada *Opportunity exploration*, 9 dari 10 Karyawan merasa bahwa mereka tidak pernah memikirkan proses kerja mereka. Mereka merasa bahwa kurang bereksplorasi dalam menciptakan ide. Hal ini dikarenakan kurang berkembangnya ide dan inovatif dalam menciptakan peluang kerja yang baik. Pada *Idea generation*, bahwa 9 dari 10 subjek merasa kurang memanfaatkan kesempatan dan juga peluang yang ada. Karyawan tidak pernah memberikan ide yang dimana dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kinerja dan juga berproses dalam bekerja. Subjek merasa kurang memiliki konsep dalam menciptakan peluang yang baik.

Pada *Championing*, 9 dari 10 karyawan Tidak adanya penerapan inovatif didalam perusahaan. Mereka merasa bahwa Ketika mengusulkan suatu ide, mereka merasa idenya tidak berjalan dengan baik Hal ini dikarenakan mereka tidak pernah yakin mempertahankan ide mereka. Karyawan merasa bahwa dirinya

kurang meyakinkan dalam memberikan suatu ide. Pada *Application*, 9 dari 10 subjek merasa kurangnya usaha dalam menerapkan inovatif. Usaha mereka tidak dapat menciptakan ide dan juga orientasi dengan tidak baik. Hal ini mempengaruhi perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa karyawan millennial di manokwari memiliki perilaku inovatif yang rendah. Dikatakan perilaku inovatif rendah karena karyawan kurang menerapkan inovatif pada saat bekerja.

Karyawan millennial di Manokwari diharapkan memiliki perilaku inovatif dalam meningkatkan kinerja dan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaannya. Inovatif membuat sebuah perusahaan dapat dipandang di dunia bisnis dan menjadi pelopor di bidangnya masing-masing (Davila, Eipstein & Shelton, 2006). Campbell, Gasser dan Oswald (dalam De Jong, 2007) menemukan adanya hubungan positif perilaku inovatif karyawan dan kinerja organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Dorner, Gassmann, dan Morhart (2012) menunjukkan bahwa perilaku inovatif mampu meningkatkan kinerja karyawan dan meningkatkan kualitas perusahaan. Hal tersebut membuktikan pentingnya perilaku inovatif yang harus dimiliki oleh karyawan dalam menunjang perusahaannya.

Munculnya perilaku inovatif dalam diri karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu budaya organisasi, iklim organisasi,

persepsi terhadap dukungan organisasi dan pemberdayaan psikologis. Peneliti memilih budaya organisasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif karena budaya yang ada di suatu organisasi sangat besar pengaruhnya terhadap pembentukan pribadi seseorang, karena budaya organisasi menyokong tumbuhnya kreativitas sehingga menumbuhkan perilaku inovatif dari anggota organisasi tersebut (Parashakti, 2016). Budaya organisasi adalah variabel yang sangat penting bagi setiap organisasi untuk membangun perilaku yang inovatif dalam konteks pencapaian kinerja organisasi, dimana perilaku kerja yang positif dalam bentuk inovasi menjadi bagian yang penting untuk mempersiapkan kemampuan daya saing (Prayudhayanti, 2014). Eskileret at al (2016) mengatakan budaya organisasi mendukung inovatif dalam pertumbuhan perilaku inovatif karyawan.

Fey dan Denison (2003) budaya organisasi merupakan nilai-nilai, kepercayaan, dan prinsip-prinsip yang berfungsi sebagai dasar sistem manajemen organisasi, praktek-praktek manajemen dan perilaku yang membantu memperkuat prinsip dasar. Menurut Schein (dalam Marliani, 2015) budaya organisasi adalah pola dasar yang diterima oleh organisasi untuk bertindak dan memecahkan masalah, membentuk karyawan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mempersatukan anggota-anggota organisasi. Untuk itu harus diajarkan kepada anggota termasuk anggota yang baru sebagai suatu cara yang benar dalam mengkaji, berpikir dan merasakan masalah yang dihadapi. Menurut Fey &

Denison (2003) ada beberapa aspek budaya organisasi yaitu aspek *Involvement* (keterlibatan), aspek *Consistency* (konsistensi), aspek *Adaptability* (adaptabilitas), dan aspek *Mission* (misi atau tujuan).

Suatu budaya dapat mendukung keterkaitan antara adopsi teknologi dan pertumbuhan organisasi yang bisa menjadi faktor penentu keberhasilan strategi pertumbuhan organisasi dan memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi (Qaziet al.,2017). Menurut Sihotang dan Zebedeus (2013) budaya organisasi merupakan perilaku budaya individu yang bekerja secara bersama-sama untuk tujuan organisasi sehingga setiap individu atau karyawan dalam organisasi perlu memahami kepentingan organisasi secara keseluruhan untuk menciptakan komitmen pribadi dalam mengembangkan organisasi yang maju, unggul dan memiliki standar kualitas tinggi, bermanfaat dan kerja keras. Budaya organisasi merupakan sejumlah pemahaman penting, seperti norma, sikap, dan keyakinan, yang dimiliki bersama oleh anggota organisasi (Fauziet al., 2016).

Budaya organisasi merupakan sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi bisa mengatasi, menanggulangi permasalahan yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integritas internal yang sudah berjalan dengan cukup baik sehingga perlu diajarkan dan diterapkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami,

memikirkan dan merasakan bagian dari suatu organisasi (Novziransyah, 2017). Budaya organisasi merupakan pengendali dan arah dalam membentuk sikap dan perilaku manusia yang melibatkan diri dalam suatu kegiatan organisasi, secara individu maupun kelompok, pegawai tidak akan terlepas dengan budaya organisasi (Djuremiet al.,2016).

Caoet al.(2015) mempersepsikan budaya organisasi sebagai sebuah pola asumsi dasar bersama yang dipelajari oleh suatu kelompok ketika memecahkan masalah adaptasi eksternal sehingga yang telah bekerja cukup baik dianggap valid dan oleh karena itu diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, berpikir, dan merasa sebagai bagian dari organisasi itu. Penelitian yang dilakukan oleh Sinha (2016) yang secara empiris menyelidiki hubungan budaya organisasi, perilaku inovatif dan sikap kerja (Afsar dan Badir, 2016). Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kesejahteraan subjektif dengan perilaku inovatif pada karyawan millennial?.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan millennial.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi, penambahan wawasan dan pengembangan disiplin ilmu pengetahuan psikologi industri organisasi khususnya dalam pengelolaan sumber daya manusia terutama yang berhubungan dengan perilaku inovatif dan budaya organisasi pada karyawan millennial.

2. Manfaat praktis

Jika hipotesis dalam penelitian ini diterima, maka hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dengan upaya peningkatan perilaku inovatif dengan mempertimbangkan faktor budaya organisasi