

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Retail atau biasa disebut pengecer merupakan pelaku usaha yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari kepada para konsumen. Retail adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi, keluarga atau rumah tangga dan bukan bisnis. Retail perdagangan merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir. (Utami, 2008). Perdagangan eceran atau sekarang sering disebut perdagangan ritel, bahkan disingkat menjadi bisnis ritel, adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga (Ma'ruf, 2006).

Bisnis ritel saat ini perkembangannya sangat pesat, dilihat dari banyaknya perusahaan ritel yang mulai bermunculan. Indonesia merupakan Negara yang memiliki peluang dan potensi besar dalam pertumbuhan bisnis ritel karena jumlah penduduknya terbesar keempat di dunia. Menurut Pudjianto, (2014), dengan adanya bisnis ritel di Indonesia telah memberikan dampak positif terhadap ratusan pemasok/ distributor lokal yang dapat memasarkan produknya serta membuka lapangan kerja yang luas. Dunia saat ini dihadapkan dengan tuntutan perubahan demi meningkatkan dan mempertahankan keberlangsungan usaha (Robbins, 2013).

Isi globalisasi ekonomi mengakibatkan perubahan dalam kebijakan pemerintahan, pola kepemimpinan, pola perdagangan antar negara, yang merupakan suatu ancaman sekaligus sebagai peluang dalam mengembangkan usaha menjadi lebih mampu bersaing (Robbins 2013).

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 8 Maret 2020 bahwa Cv.X Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan swasta yang ada di Indonesia yang bergerak dibidang penjualan seperti menjual barang elektronik dan aksesoris contohnya casing, battery dan charger untuk handphone. Cv.X Yogyakarta memiliki 135 karyawan yang memiliki beberapa bagian yaitu personalia, marketing, *accounting* dan produksi. Marketing bertugas untuk memasarkan serta memamerkan produk-produk yang telah dibuat. Personalia bertugas untuk mengatur semua berkaitan dengan karyawan yaitu melakukan rekrutmen, *payroll*, mengurus asuransi karyawan, dll. *Accounting* bertugas untuk segala yang berkaitan tentang keuangan seperti pendataan uang keluar dan masuk dari perusahaan. Sedangkan Produksi bertugas untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Karyawan produksi menjadi bagian penting dalam menjalankan proses produksi di perusahaan. Karyawan pada bagian produksi ini akan menjadi penggerak dari perusahaan sehingga mampu berjalan sesuai dengan arah tujuan perusahaan. Karyawan merupakan ujung tombak yang sangat penting dalam sebuah

perusahaan untuk tercapainya tujuan. Oleh karena itu karyawan tentunya harus memiliki tujuan yang selaras dengan tujuan perusahaan dalam menjalankan tugas maupun menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan hasil wawancara kurangnya inovasi pada karyawan CV. X. Kurangnya inovasi karyawan CV X karena adanya rangkap kerja atau *double job* sehingga menimbulkan kelelahan pada karyawan. Selain itu disaat pandemic COVID-19 kebanyakan karyawan memilih pulang kampung sehingga mengalami kelelahan. Dalam hal ini, personalia bisa merangkap ke marketing, accounting ke produksi dan begitupun sebaliknya. Hal ini dikarenakan pada bagian marketing kurangnya ada karyawan dan situasi Covid-19 sehingga merangkap kerja. Selain itu, kurangnya inovasi dikarenakan tidak adanya ide ataupun inovasi dalam merekrut karyawan.

Maka dari itu konsepsi di atas diyakini pula oleh para praktisi manajemen bahwa perilaku kerja inovasi yang mengarah pada efektivitas kerja akan mempercepat akselerasi keberhasilan organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Van De Ven, 1986). Perilaku inovasi adalah aktivitas individu yang bertujuan untuk memperkenalkan ide-ide baru dan berguna yang berhubungan dengan proses, produk ataupun prosedur (De Jong, 2007). Berbicara mengenai perilaku inovasi tentunya dapat dilihat dari berbagai aspek seseorang yang dapat dikatakan memiliki perilaku inovasi.

Menurut De Jong dan Hartog (2008) ada empat aspek yang ada dalam perilaku inovasi yaitu yang pertama eksplorasi peluang merupakan

adanya kesempatan untuk memecahkan teka-teki dalam sebuah permasalahan yang terjadi, yang kedua mengeluarkan ide yakni konsep baru yang dibuat oleh karyawan dengan tujuan peningkatan ataupun perubahan untuk perbaikan, yang ketiga memperjuangkan ide yaitu mengembangkan dan yang keempat mengimplementasi ide, karyawan harus memiliki perilaku yang mengacu pada hasil, dan yang terakhir yaitu mengaplikasikan dalam tahap ini meliputi perilaku karyawan yang ditujukan untuk membangun, menguji, dan memasarkan pelayanan baru.

Setiap perusahaan membutuhkan karyawan yang memiliki kemampuan untuk melihat peluang, mampu mengeluarkan ide, memperjuangkan pengembangan ide dan dapat mengaplikasikan ide baru. Tentunya perilaku inovasi merupakan faktor yang sangat berperan bagi keberhasilan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang cukup dinamis, oleh karena itu karyawan yang memiliki perilaku inovasi dapat menjadi penggerak utama dalam perusahaan dan dapat menjadikan perbaikan di dalam perusahaan (Yuan & Woodman, 2010).

Setiap perusahaan berusaha dalam mengonsep suasana tempat kerja yang memadai bagi pekerjanya, hal tersebut bertujuan untuk memberikan kenyamanan bekerja dan memudahkan pekerja untuk menemukan ide dalam berinovasi (Muthohirin, 2014). Organisasi dengan suasana kerja inovasi juga akan memudahkan respon karyawan terhadap tantangan yang muncul dari lingkungannya dengan lebih cepat dan lebih baik dibandingkan organisasi yang kurang inovasi. Inovasi pada hakikatnya adalah sebuah ide yang datang dari individu, dan individu

tersebut merupakan pencetus dan pelaksanaan ide inovasi tersebut (Etikariena & Muluk, 2014). Saat ide tersebut menemui titik temu dengan masalah yang muncul dalam organisasi, di saat tersebut juga perilaku inovasi dimulai (De Jong & De Hartog, 2010).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti dan Sawitri (2018) menunjukkan bahwa 7% perilaku inovasi muncul dari karyawan. El-Manurwan dan Sawitri (2017) hanya 33.6% perilaku inovasi yang muncul dari karyawan. Selain itu juga berdasarkan penelitian Sari dan Ulfa (2013) hanya 27,6% perilaku inovasi yang muncul dari karyawan. Hal ini tentunya menjadi masalah yang perlu di perhatikan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara pada 10 karyawan Cv.X Yogyakarta, tanggal 09 April 2020 karyawan CV. X yang mengacu pada aspek De Jong dan Hartog (2008). Pada *Opportunity exploration*, 9 dari 10 Karyawan merasa bahwa mereka tidak pernah memikirkan proses kerja mereka. Mereka berasa bahwa kurang bereksplorasi dalam menciptakan ide. Hal ini dikarenakan kurang berkembangnya ide dan inovasi 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 inovasi 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 inovasi. Usaha mereka tidak dapat menciptakan ide dan juga orientasi dengan tidak baik. Hal ini mempengaruhi perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa karyawan Cv.X Yogyakarta memiliki perilaku inovasi yang rendah. Dikatakan perilaku inovasi rendah karena karyawan kurang menerapkan inovasi pada saat bekerja.

Saat ini, seharusnya setiap perusahaan dituntut agar dapat terus berinovasi demi bertahan didalam persaingan yang semakin ketat dan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Purba (2009) berpendapat bahwa individu yang memiliki perilaku inovasi akan selalu melakukan upaya pemecahan masalah dengan cara yang beda dari biasanya tetapi lebih efektif dan efisien. Widiyanti (2018) menyatakan bahwa karyawan merupakan aset penting dalam perusahaan untuk menghasilkan sebuah inovasi. Sejalan dengan hal tersebut, ia juga mengatakan bahwa salah satu arah dalam menciptakan perusahaan yang inovasi adalah dengan memunculkan perilaku inovasi pada karyawan.

Ada 3 faktor utama yang mempengaruhi perilaku inovasi yaitu faktor internal, faktor pekerjaan, dan faktor konstektual (Hammond, Neff, Farr, Schwall, & Zhao, 2011). Faktor internal antara lain tipe kepribadian, gaya individu dalam memecahkan masalah, dan motivasi. Kemudian,

faktor pekerjaan yang dapat mempengaruhi perilaku inovasi antara lain tuntutan dalam pekerjaan dan karakteristik pekerjaan. Sedangkan, faktor kontekstual yang mempengaruhi munculnya perilaku inovasi terdiri dari kepemimpinan, dukungan, dan iklim psikologis.

Berdasarkan uraian diatas, faktor iklim psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovasi karena Iklim psikologis merupakan persepsi seseorang tentang apa yang diberikan organisasi. Jika karyawan menganggap apa yang diberikan organisasi bermanfaat bagi kebutuhannya maka mereka akan merasa bahwa organisasi benar-benar memperhatikan kebutuhannya (Susanty, 2013). Lewin (1992) menyatakan bahawa iklim psikologis memiliki kaitan dengan iklim organisasi. Dalam hal ini, iklim organisasi mampu merefleksikan keyakinan dan makna psikologis dari karyawan kepada lingkungan dan berusaha untuk mewujudkannya. konteks organisasi, kondisi dari persepsi terhadap karyawan dalam iklim organisasi (Sundgern, Dimenas, Gustafsson & Selart, 2005). Maka, iklim organisasi merupakan persepsi anggota karyawan yakni sebagai individual dan kelompok serta berhubungan dengan organisasi. Persepsi orang mengenai apa yang ada di dalam lingkungannya berbeda antara sejumlah individu dengan individu lainnya (Susanty, 2013)

Penelitian yang dilaksanakan oleh Solomon, Winslow, dan Tarabishy (2004) menemukan bahwa iklim organisasi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi perilaku inovasi individu.. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena sesuai dengan pendapat Imran, Saeed, Haq

dan Fatima (2010) mengemukakan bahwa iklim organisasi memberikan pengaruh terhadap perilaku inovasi sehingga dapat di artikan bahwa semakin baik iklim organisasi maka semakin tinggi perilaku inovasi.

Berdasarkan hasil wawancara karyawan Cv.X Yogyakarta mengaku bahwa karyawan belum merasakan iklim organisasi yang dapat menumbuhkan ide inovasi yang sesuai kebutuhan perusahaan. Wawancara dilakukan dengan mengacu pada aspek iklim organisasi yang sudah di tentukan oleh peneliti. Hal ini ditunjukkan bahwa karyawan belum ingin mencari cara untuk meningkatkan kinerja dan belum berani mengambil keputusan untuk pemecahan masalah yang sedang terjadi di perusahaan. Dalam ini, karyawan tidak berani memberikan ide atau saran pada atasannya karena takut idenya tidak diterima oleh atasannya. Selain itu, karyawan mengaku bahwa atasan jarang memberi penghargaan atas pekerjaan dari atasannya sendiri. Tanpa di beri dukungan, karyawan merasa sendiri jika mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas. Kurangnya dukungan dari atasan terhadap karyawan yang dimana karyawan memiliki peranan yang baik dalam bekerja serta karyawan merasa nyaman dalam bekerja meskipun tanpa paksaan dari atasannya sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa karyawan Cv.X Yogyakarta belum merasakan iklim organisasi yang baik sehingga karyawan kesulitan mendapatkan cara ataupun teknik pemecahan masalah pada atasannya. Kondisi tersebut tentunya menjadi tantangan besar bagi Cv.X Yogyakarta untuk membangun iklim organisasi yang baik bagi karyawan dan juga atasannya sendiri.

Iklm organisasi adalah persepsi anggota organisasi menyangkut hal yang berkaitan dengan lingkungan internal organisasi, mempengaruhi sikap, perilaku, dan kinerja anggota organisasi (Wirawan, 2008). Susanty (2013) mengemukakan bahwa iklim organisasi merupakan bentuk bagaimana persepsi individu di dalam organisasi mengenai lingkungan kerjanya.

Dari beberapa teori yang telah dikemukakan di atas, dimana para ahli memiliki konsep iklim organisasi yang berbeda-beda. Namun ada beberapa kata kunci dalam defenisi iklim organisasi yang perlu mendapat penjelasan yakni : (1) Persepsi. Dimana iklim organisasi merupakan presepsi anggota organisasi yakni sebagai individual dan kelompok serta berhubungan dengan organisasi. Presepsi orang mengenai apa yang ada di dalam lingkungannya berbeda antara sejumlah individu dengan individu lainnya. (2) Hal yang ada atau terjadi dalam lingkungan internal organisasi. Presepsi orang mengenai apa yang ada atau apa yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi. (3) Praktik rutin. Presepsi anggota organisasi dalam pengertian presepsi rutin anggota organisasi mengenai apa yang terjadi secara rutin dalam organisasi. (4) Sikap dan perilaku organisasi. Presepsi orang mengenai lingkungan organisasi mempengaruhi sikap orang. (5) Memperbaharui kinerja organisasi. Iklim organisasi mempengaruhi produktivitas anggota dan selanjutnya mempengaruhi efektivitas dan efisiensi organisasi.

Stringer (2002) menyatakan enam aspek dari iklim organisasi yaitu struktur, standar, tanggung jawab, penghargaan, dukungan, dan komitmen.

Struktur merupakan Merupakan tingkat paksaan yang dirasakan karyawan karena adanya peraturan dan prosedur yang terstruktur atau tersusun. Tujuan organisasi, tingkatan tanggung jawab, nilai-nilai organisasi. Hal ini penting diketahui oleh karyawan agar mereka tahu apa yang sesungguhnya diharapkan dari mereka dan mereka memberikan kontribusi yang tepat bagi organisasi. Selanjutnya, standar merupakan tingkat pengawasan yang diberlakukan organisasi dan dirasakan oleh karyawan. Dimana kualitas dan bentuk pengawasan, pengarahan dan pembimbingan yang diterima dari atasan ke bawahan. Selanjutnya, Tanggungjawab berkaitan dengan tingkat kepuasan karyawan yang berkaitan dengan kekaryawannan dalam organisasi. Perasaan terhadap suasana kerja yang bersahabat dan lebih ditekankan pada kondisi keramahan atau persahabatan dalam kelompok yang informal, serta hubungan yang baik dengan rekan kerja, penekanan pada pengaruh persahabatan dan kelompok sosial informal. Selanjutnya, Penghargaan merupakan tingkat penghargaan yang diberikan atas usaha karyawan. Karyawan dihargai sesuai dengan kinerjanya. Menurut Stringer (2002) pemimpin harus lebih banyak memberikan pengakuan dari pada kritikan untuk membantu karyawan meraih puncak prestasi. Kesempatan berkembang menggunakan penghargaan dan peningkatan kinerja. Selanjutnya Dukungan Berkaitan dengan dukungan kepada karyawan di dalam melaksanakan tugas-tugas organisasi. Hal-hal yang terkait dengan dukungan dan hubungan antar sesama rekan kerja yaitu perasaan saling menolong antara pimpinan dan karyawan, lebih ditekankan pada dukungan yang saling membutuhkan antara atasan dan bawahan. Selanjutnya

Komitmen berkaitan dengan perasaan bangga akan keberadaan dalam organisasi dan kesetiaan yang ditunjukkan selama masa kerjanya. Derajat kelayakan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Perasaan komitmen kuat berasosiasi dengan loyalitas personal. *Level* rendah komitmen artinya karyawan merasa apatis terhadap organisasi dan tujuannya..

Perilaku inovasi digambarkan sebagai sebuah perilaku yang berbeda dengan kreativitas, dimana kreativitas akan berhenti pada generasi ide, sedangkan perilaku inovasi akan berlanjut hingga bagaimana ide tersebut di implementasikan (De Jong & Den Hartog, 2010). Inovasi itu sendiri merupakan proses pengembangan ide-ide baru yang dapat dilaksanakan oleh sebuah organisasi, misalnya sebagai produk baru atau proses baru. Sebagai dasar dari proses ini terletak pada penciptaan ide. Organisasi harus kreatif untuk menghasilkan ide-ide asli dan organisasi hanya bisa melakukan itu, dengan memberikan karyawan iklim yang mengakui kebutuhan untuk terus-menerus melahirkan ide dan memungkinkan karyawan untuk menjadi kreatif. Inovasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan dari karyawan tersebut, namun juga dipengaruhi oleh iklim organisasi. Individu harus membuat iklim organisasi yang mempromosikan perkembangan kemampuan yang diperlukan untuk berinovasi (Fernandez dan Moldogaziev, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Solomon, Winslow, dan Tarabishy (2004) menemukan bahwa iklim organisasi adalah faktor esensial yang mungkin mempengaruhi perilaku inovasi pada individu. Hal ini disebabkan karena iklim organisasi merefleksikan keyakinan dan

psychological meanings dari setiap karyawan kepada lingkungannya dan berusaha mewujudkannya (Schneider & Reichers dalam Octara & Salendu, 2013).

Hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku inovasi dikatakan saling berkaitan salah satunya juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh El-Manurwan dan Sawitri (2017), bahwa perilaku karyawan sudah mengarah pada menciptakan mengolah dan mengimplementasikan ide – ide baru dengan *output* berupa produk, teknologi, prosedur dan proses kerja yang bertujuan untuk meningkatkan keefektifitasan kinerja anggota organisasi dan memberikan keuntungan bagi organisasi. Menurut Hartini (2012), inovasi yang tinggi akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Inovasi digunakan sebagai alat untuk meningkatkan performa dan efisiensi seseorang selama pekerja tersebut menganggap bahwa perilaku kerja inovatif yang dijalankannya akan berdampak positif pada kinerjanya (Cingoz & Akdogan, 2011).

Iklim organisasi yang positif akan cenderung meningkatkan keinginan karyawan untuk berperilaku inovasi. Menurut Damirch, Rahimi, & Seyyedi (2011), iklim organisasi mempersiapkan inovasi pekerja dengan memberikan dorongan dan perubahan situasi yang fleksibel, hal tersebut membuka jalan pekerja untuk memecahkan masalah dari sudut pandang lain.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti mengajukan rumusan masalahnya yaitu “apakah ada hubungan antara iklim organisasi dengan

perilaku inovasi pada karyawan Cv.X Yogyakarta?”. Sejalan dengan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Hubungan iklim organisasi dengan perilaku inovasi pada karyawan Cv.X Yogyakarta”.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan uraian tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku inovasi pada karyawan Cv.X Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. 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 inovasi karyawan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber rujukan bagi siapa saja yang akan meneliti lebih lanjut mengenai iklim organisasi maupun perilaku inovasi karyawan pada suatu perusahaan.

b. Manfaat Praktis

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