

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Era digitalisasi yang berkembang pesat saat ini menimbulkan dampak terhadap ketatnya persaingan yang terjadi antar perusahaan. Perkembangan teknologi informasi dan teknologi digital telah memicu cara baru bagi organisasi dalam menjalankan bisnis. Kemajuan teknologi yang telah tercapai menjadikan kegiatan-kegiatan bisnis menjadi lebih mudah, murah, cepat dan efisien. Tren sektor bisnis yang sedang berkembang dengan pesat salah satunya adalah perusahaan *start-up*. *Start-up* merupakan perusahaan baru atau perusahaan rintisan yang sedang bertumbuh untuk dapat bertahan (Salamzadeh & Kesim, 2015).

Berdasarkan laporan tahunan *start-up* di Indonesia yang dikeluarkan oleh Daily Social dan Tech in Asia tahun 2016, ada beberapa sektor *start-up* digital di Indonesia diantaranya yaitu *Financial Technology (FinTech)*, *E-Commerce*, *On-Demand Services*, *Media/Social Media Online*, *Travel*, *games*, *Education Technology (EduTech)*, *Software as a Service (SaaS)*, dan *Advertising*. Pada penelitian ini, penulis memilih *start-up* dengan sektor *E-commerce*, *On-Demand Services*, *Travel*, dan *Software as a Service (SaaS)*. *Start-up* dengan sektor *e-commerce* yaitu merupakan layanan jual beli online dimana *start-up* bertindak sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Kemudian untuk sektor *On-Demand Services* yaitu *start-up* yang memberikan pelayanan sesuai dengan

permintaan masyarakat, seperti transportasi online yang saat ini sedang berkembang di kalangan masyarakat. Sedangkan untuk sektor *travel* merupakan jenis *start-up* digital yang memberikan jasa ketika akan melakukan perjalanan baik dalam negeri maupun luar negeri, jasa yang diberikan dapat berupa pembelian tiket perjalanan seperti pesawat, kereta, dan transportasi lainnya serta memberikan pelayanan berupa jasa untuk memudahkan dalam mencari serta melakukan pemesanan untuk tiket maupun tempat penginapan yang dituju. Kemudian yang terakhir ada *start-up* sektor *Software as a Service (SaaS)* yaitu *start-up* digital yang bergerak dalam penyedia perangkat lunak (*software*) berbentuk layanan khusus berlangganan, yang biasanya digunakan sebagai bentuk layanan *customer services* dalam perusahaan.

Perusahaan perlu melakukan suatu inovasi yang dapat dikembangkan untuk tetap bertahan dalam persaingan di era digitalisasi saat ini. Salah satu syarat bagi perusahaan agar dapat terus bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat adalah memiliki keunggulan kompetitif, yang mana salah satu cara untuk mendapatkannya adalah dengan terus melakukan inovasi. Inovasi sangat penting bagi kinerja perusahaan dan keberlanjutan keunggulan bersaing yang dimiliki (Smith et al., 2005). Sehingga karyawan yang inovatif sangat diperlukan agar perusahaan selalu dinamis untuk mencapai target yang telah ditentukan. Untuk itu, salah satu cara supaya perusahaan dapat memenangkan persaingan yaitu dengan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan untuk turut serta dalam proses inovasi (Ancok, 2012).

Kreatif dan inovatif seringkali dipandang sebagai suatu hal yang sama. Akan tetapi kedua hal tersebut memiliki pengertian yang berbeda namun keduanya masih saling berkaitan. Menurut Suryana (2003:10), kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Yang mana kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam mengatasi permasalahan ketika menghadapi peluang. Sedangkan inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang (Suryana, 2003:10). Jadi kreativitas merupakan kemampuan berpikir akan sesuatu yang baru sedangkan inovasi yaitu kemampuan untuk menerapkan ide dari kreativitas untuk mengambil sebuah peluang.

Wahono dan Abdullah (2010) berpendapat bahwa inovasi merupakan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing karena tujuan utama dari inovasi yaitu untuk memenuhi permintaan sehingga produk-produk inovasi adalah salah satu yang bisa digunakan sebagai keunggulan dalam bersaing bagi perusahaan. Perilaku inovasi karyawan merupakan faktor penting bagi keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam lingkungan bisnis yang cukup dinamis (Yuan and Woodman, 2010). Menurut De Jong dan Hartog (2008), perilaku inovatif karyawan merupakan tindakan individu yang mampu mengenalkan ide baru yang berguna mengenai proses, produk, atau prosedur kepada kelompok kerja atau perusahaan. Perilaku kerja inovatif adalah suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja dalam mengenalkan dan mengaplikasikan ide, proses, produk, maupun prosedur yang baru ataupun adaptasi dalam peran kerja kelompok atau organisasi yang secara signifikan di desain untuk memberikan manfaat pada performa kerja

kelompok, organisasi, maupun lingkungan dengan skala yang lebih luas (West dan Farr, dalam Hatta Hanan Maria, 2016:87).

Rendahnya perilaku inovatif pada karyawan karena beberapa faktor seperti kurangnya informasi yang didapat oleh karyawan untuk menghasilkan perubahan positif serta kurangnya ide-ide kreatif untuk dapat dikembangkan. Hal ini tidak terlepas dari kurangnya dukungan sesama rekan kerja dalam menciptakan suatu perilaku inovatif, dan tidak adanya tututan dari perusahaan untuk berperilaku inovatif (Rio Nardo, Susi Evanita & Syahrizal, 2018:210).

Dewasa ini, gelombang persaingan di antara perusahaan *start-up* semakin meningkat di Indonesia. Menurut data dari StartUpRanking.com (2020), Indonesia tercatat sebagai negara ke-5 di dunia dengan jumlah *start-up* terbanyak yaitu sebesar 2.222. Survei yang dilakukan oleh Tirtoid melaporkan bahwa terdapat 9 dari 10 perusahaan *start-up* yang mengalami kegagalan (Bhaskara, 2016). Studi dari Forbes menunjukkan bahwa kurangnya inovasi merupakan salah satu penyebab kegagalan perusahaan *start-up* (Patel, 2015). Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi merupakan kunci penting bagi perusahaan *start-up* untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam mengikuti perubahan, sumber daya manusia pada perusahaan *start-up* dituntut supaya senantiasa menampilkan perilaku kerja inovatif yang diharapkan.

Berdasarkan pemaparan dan uraian yang dijelaskan diatas dapat diketahui bahwa karyawan di *start-up* membutuhkan inovasi, karena jika karyawan *start-up* tidak memiliki inovasi, maka *start-up* yang mereka dirikan akan gagal dan berakhir harus tutup. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan

dengan 5 orang karyawan *start-up*, menunjukkan bahwa karyawan tersebut masih membutuhkan perilaku kerja inovasi. Hal itu dikarenakan karyawan tersebut masih belum bisa menemukan ide-ide inovasi untuk diterapkan pada pekerjaannya. Tak hanya itu saja, karyawan *start-up* ini juga masih ada rasa pesimis untuk membangun hubungan dengan rekan kerja untuk melakukan kerjasama. Selain itu ada beberapa karyawan yang belum bisa untuk mengatasi permasalahan secara efektif di tempat kerja.

Sehubungan dengan isu-isu tersebut, studi mengenai perilaku kerja inovatif pada karyawan di perusahaan *start-up* menjadi penting untuk diteliti. Para peneliti memiliki keyakinan bahwa inovasi merupakan solusi dalam menghadapi setiap perubahan yang terjadi. Perilaku inovatif menekankan adanya sikap kreatif agar terjadi proses perubahan sikap dari sikap yang belum maju (tradisional) ke sikap yang lebih maju (modern). Orang yang berperilaku inovatif akan selalu berupaya agar melakukan upaya pemecahan masalah dengan cara yang berbeda-beda dengan biasanya tetapi lebih efektif dan efisien. Dimensi perilaku inovatif menurut De Jong, J., & den Hartog, (2008:6) yaitu (a) *Opportunity exploration*, mencari cara untuk meningkatkan pelayanan atau proses pengiriman saat ini atau mencoba untuk memikirkan proses kerja, produk atau pelayanan dengan cara alternatif, (b) *Idea generation*, merujuk pada pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan, (c) *Championing*, berusaha meyakinkan nilai tambah dari inovasi yang diusulkan, (d) *Application*, perilaku dalam aplikasi berkaitan dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh individu untuk dapat menerapkan ide tersebut ke dalam praktek nyata. West (2000) memaparkan beberapa ciri dari perilaku

inovatif yaitu berusaha untuk menciptakan ide-ide baru, adanya keinginan untuk menjadi efektif, berorientasi pada inovasi serta pencapaian. Menurut Li dan Zheng (2014:448), terdapat faktor individual dan faktor organisasional yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku inovatif. Faktor individual yaitu (a) *organizational commitment*, (b) *psychological capital*, Sedangkan pada faktor organisasional yaitu (a) *organizational innovation atmosphere*, (b) *leadership*, (c) *social capital*, (d) *work characteristics*.

Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) mengajukan sebuah konsep baru yang menekankan pada perspektif psikologis yaitu *psychological capital*, berasal dari manusia dan dapat diinvestasikan dan dikembangkan untuk unggul dalam kompetisi yang berkelanjutan melalui diri individu. Luthans, Youssef dan Avolio (2007), mendefinisikan *psychological capital* sebagai kapasitas positif yang dimiliki oleh setiap individu yang berguna untuk membantu individu tersebut agar dapat berkembang, yang ditandai oleh: (1) percaya diri (*self-efficacy/confidence*) untuk menyelesaikan pekerjaan, (2) memiliki pengharapan positif (*optimism*) tentang keberhasilan saat ini dan dimasa yang akan datang, (3) tekun dalam berharap (*hope*) untuk berhasil, dan (4) tabah dalam menghadapi berbagai permasalahan (*resiliency*) hingga mencapai sukses.

Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) menjelaskan secara spesifik bahwa *psychological capital* terdiri dari empat komponen yang masing-masing telah ditemukan secara empiris dapat memprediksi kinerja dan kepuasan yang lebih baik daripada komponen individu lainnya. Perets, Binyamin dan Carmeli (2011:291) mengatakan bahwa kondisi *positive psychological*, seperti konsep

psychological capital dalam ruang lingkup kerja dapat meningkatkan motivasi karyawan yang dapat menanamkan keterikatan pada perilaku kerja inovatif.

Pada kaitannya dengan perilaku kerja inovatif, *self efficacy* yang lebih tinggi memungkinkan individu untuk melihat tantangan sebagai sesuatu yang dapat diatasi. Kemudian individu dengan *optimism* yang tinggi cenderung akan bersikap positif untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Pada kaitannya dengan perilaku kerja inovatif, *hope* yang tinggi akan dapat mengerahkan segala usahanya dalam memperoleh kesuksesan. *Resiliency* yang tinggi dapat memberikan mekanisme yang dibutuhkan oleh individu dalam memecahkan masalah secara inovatif (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

Berdasarkan permasalahan diatas, maka muncul pertanyaan pada peneliti yaitu apakah ada hubungan antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan *Start-up*.

B. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan *Start-up*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pada ilmu psikologi terutama psikologi industri dan organisasi mengenai *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan *start-up*.

2. Manfaat Praktis

Jika penelitian ini terbukti maka dapat dimanfaatkan untuk program evaluasi bagi karyawan, yang berkaitan dengan *psychological capital* supaya dapat meningkatkan perilaku kerja inovatif pada karyawan *start-up*.