

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi dunia seperti sekarang ini yang ditandai dengan semakin berkembangnya persaingan pada bidang industri menjadi sebuah tantangan utama yang harus dihadapi berbagai bidang usaha. Maka dalam persaingan ini, organisasi perlu untuk membuat strategi bersaing. Strategi perlu diciptakan oleh organisasi agar mampu mendominasi persaingan pasar. Perusahaan yang kurang mampu untuk mengerti minat pasar akan berdampak pada beralihnya konsumen kepada perusahaan lain yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan kepuasan konsumen saat ini (Yuki & Alice, 2014).

Untuk negara Indonesia sendiri setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah perusahaan entah itu berskala kecil ataupun berskala besar, tentunya hal tersebut semakin memperketat persaingan industri yang semakin banyak dan kompetitif. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada sensus ekonomi tahun 2016, dapat diketahui bahwa terdapat 26,7 juta perusahaan yang telah berdiri di Indonesia. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan hasil sensus Ekonomi sebelumnya yakni pada tahun 2006 yaitu sebanyak 22,7 juta perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat sekitar 4 juta perusahaan baru dalam kurun waktu 10 tahun di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2017).

Jumlah perusahaan dari tahun ke tahun yang semakin meningkat seharusnya dapat menjadi dorongan motivasi bagi perusahaan untuk semakin

berpikir lebih dalam bagi kepentingan kemajuan perusahaan. Namun kenyataannya, dilansir dari *katadata.co.id* Kamis, 10 Oktober 2019 bahwa peringkat daya saing Indonesia dalam laporan *Global Competitiveness Index (GCI) 2019* yang baru dirilis oleh *World Economic Forum (WEF)* mengatakan bahwa Indonesia turun peringkat dari posisi 45 di tahun 2018 menjadi peringkat 50 pada tahun 2019. Tidak hanya penurunan peringkat, skor daya saing Indonesia juga turun 0,3 poin ke posisi 64,6. Selain itu Skor terburuk Indonesia dialami pada pilar yang ke-12 terkait inovasi yang hanya memperoleh skor 37,7 skor tertinggi 100. Hal tersebut menandakan bahwa kualitas sumber daya manusia masih tertinggal dalam hal berbagai pilar khususnya hal inovasi (Agustiyanti, 2019).

Jika dulu industri adalah suatu hal yang dilakukan untuk mengolah barang mentah menjadi barang siap pakai, tetapi industri sekarang bukan cuma sebatas itu, banyak industri-industri yang mengalami berkembang dan menjadi industri mandiri sendiri diantaranya industri jasa, teknologi, digital, retail, kreatif, properti, kuliner. Dengan demikian, sektor industri di Indonesia semakin beragam tentunya akan menambah daya tarik dunia industri akan semakin beranekaragam persaingan dilapangan (Agustiyanti 10 Oktober 2019).

Menurut Suryadana (2009) pada sektor industri kuliner dewasa ini perusahaan menuntut pemahaman secara mendasar terhadap masakan zaman dulu atau tradisional klasik, di bidang kuliner prinsip makanan klasik dalam seluruh program perdagangan sangat diperhatikan, selain makanan klasiknya hal yang harus diperhatikan dalam dunia industri kuliner dewasa ini yaitu dalam hal pemahaman mendalam terhadap struktur komposisi bahan, cita rasa, nilai

kesehatan dan terakhir fokus pada pasar bertanggung jawab untuk kerja secara kelompok, pelestarian lingkungan, kompetisi yang menonjolkan kreativitas.

Daya tarik kuliner di Yogyakarta adalah rasa yang enak yang khas makanan Yogyakarta, cara penyajian serta pelayanan yang tradisional tapi tetap kekinian dan bumbunya yang masih banyak menggunakan bumbu-bumbu asli, keberagaman makanan dapat dijumpai baik yang tradisional dan modern ada di Yogyakarta salah satunya adalah Bale Roso Resto Yogyakarta yang bergerak dibidang kuliner, Bale Roso Resto Yogyakarta berdiri sejak tanggal 10 Maret 2014 berlokasi di Jl. Prambanan-Piyungan Km 4,8 Madurejo Sleman, sampai saat ini Bale Roso Resto sudah memiliki 2 cabang yaitu Jl. Kaliurang Km 11 Gadingan Sleman dan Jl. Godean Km 10 Sidoagung, Sleman. Bale Roso Resto merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Industri Kuliner restoran rumah makan yang berkonsep tradisional tetapi tetap kekinian dengan duduk secara lesehan dan tempatnya yang cukup luas bersih dengan menu-menu seperti Ikan bakar, ikan goreng, ayam bakar, ayam goreng, kepiting dan cumi-cumi. Dalam struktur perusahaan sebagai pucuk pimpinan dipimpin langsung oleh Bapak Mardiono sebagai owner restoran selanjutnya dibawahnya terdapat general manager dan chef manager untuk mengelola Bale Roso Resto secara keseluruhan, selanjutnya ada manager area yang bertujuan untuk mengelola masing-masing restoran, seperti koki, pramusaji, kasir, bagian dapur, delivery. Rata-rata karyawan percabang sekitar 40-45 orang dalam setiap tempatnya.

Akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman dan keanekaragaman bentuk makanan, maka para pelaku bisnis kuliner ini khususnya di Bale Roso Resto sendiri juga mulai mengembangkan makanan yang inovatif dan memiliki

strategi tersendiri untuk dapat bersaing dengan jenis kuliner yang lainnya selain itu sumber daya manusia juga harus memiliki kualitas profesionalisme kerja yang baik antara konsumen, atasan serta rekan kerja diperusahaan.

Pada penelitian yang dikemukakan oleh Kandampully & Duddy (1999) di dalam persaingan inilah, maka organisasi perlu untuk membuat strategi bersaing, strategi perlu diciptakan oleh organisasi agar mampu mendominasi pasar ditengah persaingan. Selain itu Yuki & Alice (2014) mengatakan bahwa sebuah perusahaan atau organisasi perlu untuk mengaplikasikan inovasi supaya mampu bersaing dan mencapai keberhasilan pada persaingan pasar.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa industri kuliner akan terus tumbuh dalam seluruh pasar dunia, industri kuliner meningkat secara cepat dikarenakan adanya globalisasi dibidang teknologi internet yang sangat cepat sehingga memberikan peluang terhadap industri kuliner sekarang ataupun dimasa mendatang selain itu sejalan dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kualitas makanan yang dikonsumsinya maka perusahaan senantiasa meningkatkan kapasitas untuk melakukan dan menciptakan hal-hal baru atau inovasi-inovasi baru sesuai dengan tuntutan dunia industri kuliner (Suryadana, 2009).

Menurut Jong & Hartog (2008). Perilaku Inovatif didefinisikan sebagai bentuk perilaku individu yang bermaksud untuk melakukan terobosan inisiatif dalam peran kerja dan organisasi kelompok melalui proses, produk, ide, atau prosedur yang bermanfaat dan baru yang berguna untuk mencapai tujuan bersama. Kleysen & Street (2001). Perilaku inovatif diartikan sebagai keseluruhan tindakan seseorang yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi.

Aspek-aspek yang membentuk *Perilaku Inovatif* Menurut Jong & Hartog (2008) terdapat 4 aspek dalam pengukuran perilaku inovatif ditempat kerjayaitu: *opportunity exploration* (eksplorasi peluang) artinya Awal dari proses inovasi seringkali ditentukan oleh kesempatan: menemukan sebuah peluang, masalah yang muncul atau teka-teki yang perlu dipecahkan. Eksplorasi peluang termasuk adalah mencari cara untuk meningkatkan pelayanan atau mencoba untuk memikirkan proses kerja dan produk atau pelayanan dengan cara alternatif.

*Idea generativity* (generativitas ide), *Idea generation* merupakan tahap pertama dalam pemanfaatan sebuah peluang. Untuk dapat berinovasi, selain mengetahui adanya peluang/kesempatan, kemampuan untuk membangun cara-cara baru untuk memanfaatkan peluang. *Idea generation* merujuk pada pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan ide-ide yang dihasilkan dapat berkaitan dengan produk, pelayanan atau proses baru.

*Championing* aspek penting lainnya ketika suatu ide telah dihasilkan. Kebanyakan ide-ide itu perlu di lakukan dan dijual. Kerjasama sering kali dibutuhkan untuk menerapkan inovasi ini adalah bagaimana mendapatkan power dengan menjual ide ke rekan potensial (pemimpin, pelanggan, dan lain-lain).

*Application* (aplikasi) Selanjutnya ide yang telah didukung tersebut perlu di wujudkan atau diimplementasikan dan dipraktekkan. Implementasi dapat berarti meningkatkan produk atau prosedur yang telah ada, atau membangun hal yang baru. Usaha yang keras dan sikap yang berorientasi hasil diperlukan dari karyawan untuk mewujudkan ide tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Yuniasanti, dan Prahara (2017) terhadap 35 karyawan PT. A bagian penjualan menunjukkan bahwa

karyawan yang memiliki perilaku inovatif tingkat rendah sebanyak 30 orang (85,714%) dan sisanya 5 orang (14,286%) dalam tingkat sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku inovatif pada karyawan masih rendah. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuki & Alice (2014) terhadap 52 orang pada PT.X dengan presentase sebesar (59.09%) memiliki tingkat persepsi dukungan organisasi yang termasuk pada kategorisasi rendah.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 26 September 2019 bersama Manager area Bale Roso Resto bagian Perencanaan Pengembangan Sumber Daya Manusia mengungkapkan bahwa salah satu hal yang masih diperbaiki dan menjadi perhatian di Bale Roso Resto adalah permasalahan Sumber Daya Manusia khususnya masalah kualitas pelayanan dan profesionalisme kerja karena hal tersebut masih menjadi kendala karyawan-karyawan yang direkrut dari desa masih memiliki pemikiran jangkauan kurang luas terhadap cara atau terobosan-terobosan dalam menghadapi konsumen ataupun teman kerja di Bale Roso Resto sendiri, karena kurangnya Inovasi tersebut sehingga tidak jarang ada konsumen yang protes terhadap masalah pelayanan dan tidak sedikit juga gesekan sosial antar karyawan Bale Roso Resto Yogyakarta karena kurangnya pemahaman inovasi cara bersosial yang benar.

Selain itu berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 18 November 2019 dengan Tujuh karyawan Bale Roso Resto Yogyakarta diperoleh data sebanyak lima dari tujuh orang karyawan yang menunjukkan tanda-tanda perilaku inovatif yang rendah. Pada Dimensi *Opportunity Exploration*, kelima karyawan tersebut mengeluh belum mampu menemukan sebuah peluang inovasi atau kesempatan dalam melakukan inovasi dalam pekerjaan. Selain itu pada

dimensi *Idea Generation*, kelima karyawan mengungkapkan sebenarnya karyawan sudah memiliki berbagai ide-ide baru terkait proses kerja namun masih belum mampu memperjuangkan ide tersebut karena kurangnya niatan sudah terbiasa dengan sistem bekerja yang selama ini mereka kerjakan. Ketidakmampuan memperjuangkan ide yang dimiliki termasuk kedalam dimensi *Championing*, kelima karyawan mengatakan bahwa mereka kurang interaktif dan reaktif untuk mengaplikasikan ide-ide tersebut karena alasan mereka takut salah dan terkena teguran sesama karyawan lain, sehingga pada akhirnya karyawan tersebut tidak mampu mengaplikasikan ide yang telah dibuat yang merujuk pada dimensi *Aplication*, Padahal setiap perusahaan dituntut agar dapat terus berinovasi demi bertahan didalam persaingan yang semakin ketat dan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Kanter (2002) mengatakan bahwa industri-industri di Indonesia seharusnya bisa untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas agar dapat bersaing secara optimal antar industri-industri yang lain. Dengan demikian, perlu inovasi-inovasi secara bijak dan terus-menerus supaya dapat menghasilkan sebuah kinerja perusahaan yang lebih baik sehingga dapat terus maju dan berkembang karena inovasi merupakan solusi dalam menghadapi setiap perubahan yang terjadi.

Menurut Dess & Picken (2000) didalam persaingan sebuah organisasi perlu untuk mempertahankan superioritas dengan kunci yaitu melakukan inovasi. Sebuah perusahaan yang mampu untuk mengaplikasikan dan juga mampu untuk memiliki inovasi akan dapat terdukung dalam mencapai keunggulan bersaing dan mampu mempertahankan eksistensinya (Koc & Ceylan, 2007). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Han & Srivastava, (1998). menjelaskan bahwa

sebuah perusahaan organisasi yang dinilai memiliki kinerja yang baik pada dasarnya menerapkan inovasi sebagai unsur penting didalamnya.

Perilaku Inovatif dapat muncul karena berbagai faktor. Faktor pertama, Persepsi Dukungan Organisasi, Eisenberger & Rhoades (2002) mendefinisikan persepsi dukungan organisasi adalah sebuah persepsi individu mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi yang telah diberikan, mengendalikan segala hal di organisasi yang berkaitan dengan pemberian dukungan dan memperhatikan kesejahteraan karyawan yang telah memberikan kinerja yang baik kepada organisasi sehingga diberi penghargaan yang dapat memenuhi kebutuhan sosioemosionalnya, yang kedua Kepemimpinan Transformasional Menurut Robbins, Stephen P & Judge, Timothy A. (2013). kepemimpinan transformasional adalah seorang pemimpin yang mengungkapkan perhatiannya kepada persoalan-persoalan yang pengikutnya dengan cara memberikan dorongan dan semangat untuk mencapai tujuan.

Faktor ketiga Budaya Organisasi, menurut Stanislavov & Ivanov (2014) Budaya Organisasi adalah adanya keberadaan asumsi dan perilaku di dalam organisasi yang terurai dalam beberapa elemen yaitu simbol-simbol, ritual-ritual, sistem pengendalian, struktur kekuasaan, struktur organisasi, cerita-cerita dan rutinitas.

Faktor keempat Persepsi terhadap lingkungan kerja, Persepsi terhadap lingkungan kerja menurut Sedarmayanti (2009) adalah cara pandang karyawan terhadap lingkungan sekitar dimana mereka bekerja yang berkaitan dengan bahan, metode dalam bekerja, alat kerja serta pengaturan kerja baik individu maupun kelompok.



Berdasarkan pemaparan di atas disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu, persepsi dukungan organisasi, kepemimpinan transformasional, budaya organisasi, dan persepsi terhadap lingkungan kerja. Terkait dengan penelitian ini maka peneliti memfokuskan kajiannya pada faktor persepsi dukungan organisasi sebagai faktor prediktor yang mampu mempengaruhi perilaku inovatif. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Yuki & Alice (2014) pada karyawan PT.X, menemukan bahwa ada hubungan antara persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovatif. Artinya semakin tinggi persepsi dukungan organisasi, semakin tinggi pula perilaku inovatif karyawan. Sebaliknya, semakin rendah persepsi dukungan organisasi, semakin rendah pula perilaku inovatif karyawan.

Persepsi merupakan anggapan yang didapatkan individu melalui lima indera kemudian di telaah (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian di evaluasi sehingga seseorang individu tersebut memperoleh makna (Robbins, 2003). Selain itu Arisona & Sagita (2008) juga menjelaskan bahwa persepsi adalah bagaimana seseorang dapat melihat, memilih, mengamati, menafsirkan, mengartikan informasi yang masuk, mengorganisasikan, dan pola stimulus dalam lingkungan sekitar atau mengartikan sesuatu hal secara menyeluruh yang belum di barengi oleh kesadaran, dengan didahului proses pengindraan, serta objek dan subjeknya belum terbedakan dari ke yang lain.

Menurut Eisenberger & Rhoades (2002) Dukungan Organisasi adalah sebuah upaya untuk memberikan perhatian, penghargaan, dan peningkatan kesejahteraan bagi karyawan sesuai dengan jerih payah kontribusi dirinya bagi

perusahaan. Selanjutnya menurut Hutchinson (1987) Dukungan Organisasi bisa juga dipandang sebagai sebuah komitmen organisasi pada diri seseorang individu.

Randall *et al.* (1999), menyatakan bahwa sebuah organisasi yang mendukung adalah organisasi yang merasa salut dan bangga terhadap mereka pekerja, memberi imbalan dengan adil, dan mengikuti kebutuhan pekerjanya. Dukungan Organisasi merupakan sebuah hal yang paling dasar hubungan pergantian yang dijelaskan dalam sebuah prinsip sosial atau ekonomi (Blau, 1964).

Persepsi Dukungan Organisasi yaitu seluruh kepercayaan karyawan mengenai sejauhmana organisasi peduli terhadap kesejahteraan pada karyawan dan menghargai jerih payah karyawan. Kepercayaan menyeluruh yang dimaksud adalah ada hal secara tetap dari para karyawan mengenai berbagai penilaian dari organisasi yang diberikan kepada mereka dan berbagai tindakan yang dapat dilakukan organisasi baik yang menguntungkan ataupun merugikan (Eisenberger & Rhoades, 2002). Selain itu, Robbins (2008) menyatakan bahwa Persepsi Dukungan Organisasi adalah tingkat sejauh mana karyawan percaya bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli dengan kesejahteraan mereka.

Bicara mengenai Persepsi Dukungan Organisasi, adapun aspek dari Persepsi Dukungan Organisasi menurut Eisenberger dan Rhoades (2002) yaitu keadilan, dukungan atasan, penghargaan kontribusi karyawan. Patterson, Kerrin & Roissard (2009) menjelaskan bahwa faktor individual, sumber daya dari luar diri, dan ruang lingkup organisasi dapat memberikan pengaruh pada inovasi sumber daya manusia yang berperan didalam organisasi. Pada faktor individu

terdiri dari elemen-elemen dari dalam diri yang saling berkelanjutan membentuk perilaku inovatif.

Dukungan dari organisasi memiliki peran penting terhadap inovasi karyawan, dimana karyawan yang secara aktif diberikan dukungan oleh organisasi tempat bekerja, maka karyawan akan cenderung memberikan kinerja yang baik untuk ikut serta membantu organisasi dalam memaksimalkan pembentukan inovasi dan memberikan usaha untuk dapat melaksanakan inovasi tersebut (Patterson, Kerrin & Roissard, 2009). Eisenberger, Fasolo & LaMastro (2006) melakukan penelitian pada sebuah pabrik baja pada dua sampel yaitu pekerja *part-time* dan karyawan manajerial, hasil dari penemuan tersebut adalah ketika sebuah organisasi suportif dalam memberikan dukungan pada karyawan, maka dengan sendirinya karyawan akan memberikan balas budi berupa kontribusi inovasi yang tinggi kepada organisasi.

Selanjutnya, hasil dari penelitian Janssen (2004) yang menyatakan bahwa tanpa adanya dukungan organisasi seperti keadilan dan prosedural yang diberikan organisasi ke karyawan, maka karyawan akan beradaptasi dengan situasi yang kurang baik seperti dengan cara berinovasi dalam perubahan berpikir, lingkungan, metode kerja dan prosedur dengan harapan meningkatkan kualitas dalam organisasi dan karyawan. Namun resiko seperti ini akan memberikan dampak yang negatif yaitu dapat menurunkan inisiatif-inisiatif inovasi karyawan, meningkatkan ketidakpuasan kerja dan meningkatkan *stress* pada karyawan. Selain itu dampak negatif yang ditimbulkan adalah dapat menurunnya omset di organisasi yang akan berdampak kearah yang lebih luas.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, hal ini merupakan urgensi bagi organisasi untuk menerapkan dukungan organisasi menjadi sebuah kerangka utama yang diperlukan karyawan. Karyawan yang merasa mendapat dukungan dari organisasi maka cenderung akan berusaha untuk memberikan kinerja yang paling optimal dan secara berarti atau signifikan berusaha untuk meningkatkan perilaku inovatif dalam bekerja. Hal ini yang menyebabkan, penelitian mengenai kedua variabel ini perlu untuk diteliti, disaat hal-hal yang mengenai perilaku inovatif di tempat kerja menjadi topik yang sering di perbincangkan di bidang industri dan menjadi fokus utama bagi organisasi untuk dapat mengembangkannya agar tetap bisa mempertahankan daya saing dan mendominasi pasar.

Dari latar belakang diatas dapat diformulasikan rumusan permasalahan yang berkaitan dengan ini yaitu: apakah terdapat hubungan antara persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan bale roso resto Yogyakarta ?.

## **B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi Dengan Perilaku Inovatif Pada Bale Roso Resto 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 inovatif karyawan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber rujukan bagi siapa saja yang akan meneliti lebih lanjut mengenai persepsi dukungan organisasi maupun perilaku inovatif karyawan pada suatu perusahaan.

b. Manfaat Praktis.

1) Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perilaku inovatif dan persepsi dukungan organisasi sehingga dapat menambah pengetahuan mahasiswa dan khalayak umum tentang hal tersebut.

2) Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada perusahaan bahwa persepsi dukungan organisasi pada perusahaan akan berpengaruh terhadap perilaku inovatif karyawan, sehingga hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu sumber informasi tentang hal apa yang seharusnya dibenahi pada perusahaan.