

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kita ketahui bahwa era industri telah memasuki revolusi industri 4.0. Era revolusi industri 4.0 merupakan era yang ditandai dengan pemanfaatan teknologi dan informasi serta komunikasi yang lebih baik dari era yang sebelumnya. Banyak industri telah menggunakan teknologi terbaru dari sistem kecerdasan buatan, *internet of things*, dan *cloud storage* untuk memantau semua proses di perusahaan dan membuat keputusan berdasarkan informasi jarak jauh (Putri , 2021). Dahulu, industri ini dikenal dengan proses mengubah bahan mentah menjadi produk yang bisa langsung digunakan, namun, industri saat ini tidak terbatas pada itu. Ada banyak perusahaan yang berbeda, banyak di antaranya berpartisipasi dalam administrasi, komputerisasi dan inovasi, serta bisnis imajinatif, beberapa di antaranya dikuasai oleh anak muda.. Semakin bergairahnya industri di Indonesia tentunya akan semakin menarik bagi para penggiat industri untuk terus berekspansi ke wilayah-wilayah baru tersebut.

Kemajuan teknologi yang telah membuat melakukan bisnis menjadi lebih mudah, lebih murah, lebih cepat dan lebih efisien. Salah satu tren yang tumbuh paling cepat di sektor bisnis adalah perusahaan *startup*. *Startup* adalah salah satu bentuk bisnis yang paling banyak dibicarakan orang. Sudah banyak *startup* di Indonesia yang berhasil membuktikan kesuksesannya di kancah internasional, antara lain GO-jek, Traveloka, dan Tokopedia, mereka hampir mencapai status *startup Unicorn* (Newsletter, 2015).

Startup merupakan industri yang baru terbentuk, umumnya bergerak di bisnis teknologi dan informasi yang dikembangkan melalui internet, istilah *startup* tidak berlaku pada semua bidang bisnis yang baru didirikan (Cahyono, 2018). *Startup* merupakan suatu organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis baru untuk mendapatkan keuntungan yang besar (Blank, 2014). Sedangkan pendapat dari tokoh yang lain menyatakan *startup* merupakan organisasi lain atau bisnis baru yang berkembang untuk bertahan (Salamzadeh & Kesim, 2015).

PT Sujud Global Media merupakan perusahaan yang memiliki mimpi besar, dimana didalamnya diisi anak-anak muda yang memiliki semangat tinggi dan energi positif, Sujud group memiliki beberapa produk berupa perlengkapan ibadah umat muslim dan juga merambah ke bidang kecantikan atau *skincare*. Sujud group didirikan pada tahun 2020. Perusahaan ini didirikan oleh Muhammad Yogi Ramadhan,. Terletak di Jl. Padma Jl. Waras No.94, Panggung Sari, Sari Harjo, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Visi dari perusahaan ini sendiri yaitu menjadi perusahaan global yang lestari melalui produk *market fit* dengan memberikan pelayanan terbaik untuk membuat pelanggan bahagia. Sujud group memiliki karyawan yang berjumlah 75 dan dalam penelitian ini karyawan yang memenuhi kriteria yaitu 60 karyawan.

Berbicara terkait beberapa masalah yang dialami oleh PT Sujud Global Media Yogyakarta tidak terlepas dari sumber daya manusia yang ada. Pada dasarnya kinerja para karyawan belum optimal dan masih dapat ditingkatkan. Oleh karena itu perilaku inovatif pada PT Sujud Global Media tergolong rendah dimana perilaku inovatif

penting bagi perusahaan dan karyawan berkontribusi pada perusahaan. Perilaku inovatif penting bagi karyawan dan organisasi untuk dapat mempertahankan superioritas di dalam persaingan juga meningkatkan kinerja pribadi atau bisnis dalam perusahaan. Salah satu faktor yang diyakini dapat meningkatkan perilaku inovatif yaitu adanya persepsi karyawan terhadap dukungan organisasi. Pada konteks organisasi, dukungan yang diterima karyawan dari perusahaan tempat mereka bekerja sangat penting untuk meningkatkan perilaku inovatif karyawan. Oleh karena itu, organisasi harus terus memberikan dukungan organisasi secara penuh kepada karyawannya, karena karyawan yang merasa mendapat dukungan dari organisasi tempatnya bekerja akan cenderung memberikan kinerja terbaiknya dan dapat meningkatkan perilaku inovatifnya. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku inovatif yang ada di PT Sujud Global Media Yogyakarta

Dikutip dari data *Startupranking.com* (2020), Indonesia tercatat sebagai negara ke-5 didunia dengan jumlah *startup* terbanyak sebesar 2.222. Namun demikian, untuk dapat bertahan dan bersaing bukanlah hal yang mudah bagi perusahaan *startup*. Dikutip dari catatan situs *Forbes.com*, 90% *satrtup* yang diciptakan didunia gagal (www.forbes.com, 2015). Survei yang dilakukan oleh *TirtoId* melaporkan bahwa terdapat 9 dari 10 perusahaan *startup* yang mengalami kegagalan (Bhaskara, 2016).

Studi dari *Forbes* menunjukan bahwa kurangnya inovasi merupakan salah satu penyebab kegagalan perusahaan (Patel, 2015). Dikutip dari *warta ekonomi.co.id* (2019), pengamat ekonomi sekaligus CEO PT Duta Sukses Dunia, Yudi Candra, mengatakan dari sekitar 1.500 hingga 1.700 perusahaan *startup* di Indonesia 99%

mengalami kegagalan, salah satu faktor yang menyebabkan kegagalan perusahaan *startup* adalah kurangnya inovasi. Hasil ini menunjukan bahwa inovasi merupakan kunci penting bagi perusahaan *startup* untuk bertahan. Selama ini persaingan global semakin ketat, dimana banyak negara berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi dan inovasi (Menristekdikti, 2018). Salah satu caranya bisa dengan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan untuk turut serta dalam proses inovasi (Ancok, 2012). Pesatnya perkembangan dunia bisnis saat ini telah mendorong perusahaan untuk tetap kompetitif perusahaan dituntut untuk menciptakan inovasi-inovasi baru.

Menurut Gradiannisa dan Salendu (2014), Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam memastikan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan, karena implementasi inovasi bergantung pada kontribusi semua karyawan. Inovasi sumber daya manusia adalah kekuatan pendorong utama di balik mempertahankan kinerja dan kesuksesan perusahaan yang unggul dibandingkan bisnis lain (Elmanurwan & Sawitri, 2018). Hal tersebut juga sejalan dengan survei yang dilakukan Deloitte (2018) pada 10.455 millennial, 32% responden menganggap bahwa inovasi merupakan keterampilan yang harus dimiliki karyawan demi terwujudnya keberhasilan jangka panjang organisasi.

Inovasi sudah menjadi persyaratan yang harus dipenuhi organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan agar dapat mempertahankan statusnya di mata konsumen. Hal ini membuat inovasi sekarang hadir menjadi seperti sebuah kebutuhan bagi organisasi. *World Economic Forum* (2018) melaporkan tendensi permintaan

keterampilan kerja yang berubah di tahun 2018-2022. Berdasarkan laporan tersebut, proses inovasi, pemecahan masalah, dan ide akan terus menjadi keterampilan yang dibutuhkan bagi pekerja mulai dari tahun 2018 hingga 2022. Inovasi tetap menjadi peringkat pertama keterampilan profesional yang dibutuhkan oleh perusahaan. Dapat disimpulkan inovasi adalah keterampilan yang sangat penting dimiliki oleh karyawan dalam suatu organisasi saat ini dan di masa depan. Menurut Widiyanti dan Sawitri (2018), yang menyatakan salah satu cara untuk menghasilkan inovasi dalam perusahaan yaitu dengan cara memunculkan perilaku inovatif pada karyawan.

Perilaku inovatif merupakan pengenalan gagasan baru dan berguna, serta berbagai perilaku yang diperlukan dalam pengembangan, pemrosesan, dan implementasi ide-ide dengan tujuan meningkatkan kinerja pribadi atau bisnis (De Jong & Den Hartog, 2010). Sedangkan menurut De jong dan Hartog (dalam Runhaar et al. 2013) menyatakan bahwa perilaku inovatif lebih diarahkan untuk menghasilkan, memperkenalkan dan mengaplikasikan suatu hal baru yang memberikan manfaat untuk organisasi.

Dari beberapa pendapat ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku inovatif merupakan perwujudan dari perilaku karyawan yang lebih terfokus pada pembangkitan, pengenalan, dan praktik ide-ide yang berasal dari suatu masalah. Ini membuat ide itu berguna, menyebarkannya ke anggota lain, dan akhirnya menghasilkan munculnya, pengenalan, dan penggunaan sesuatu yang baru. baru dan berguna di semua tingkat organisasi.

Aspek-aspek dari perilaku inovatif menurut De Jong dan Hartog (2010) antara lain: 1) Aspek *Opportunity exploration*, yaitu berkaitan dengan upaya untuk mengeksplorasi peluang atau cara atau cara alternatif yang dapat meningkatkan pelayanan atau kualitas produk serta memecahkan masalah yang muncul dalam sebuah organisasi; 2) Aspek *Idea generation*, yaitu kemampuan untuk membangun atau menciptakan cara-cara baru untuk memanfaatkan peluang yang telah ditemukan; 3) *Championing*, yaitu dimana karyawan harus memiliki keahlian untuk meyakinkan kepada atasan bahwa inovasi atau ide baru yang dibuat memiliki potensi yang besar untuk memajukan perusahaan; 4) *Application*, yaitu ide-ide yang telah berhasil dan disetujui selanjutnya diimplementasikan atau dipraktekan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Yuniasanti, dan Prahara (2017) terhadap 35 pekerja PT. A bagian penjualan mengungkapkan bahwa 30 karyawan (85,714%) menunjukkan perilaku inovatif tingkat rendah, sedangkan sisanya 5 karyawan (14,186%) menunjukkan tingkat sedang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan terus menunjukkan perilaku inovatif tingkat rendah. Menurut penelitian Sari dan Ulfah (2013) tentang perilaku inovatif, karyawan dalam bisnis masih menunjukkan tingkat perilaku inovatif yang relatif rendah. Hal itu serupa dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh Triwahyuni (2020) menunjukkan bahwa karyawan tersebut masih membutuhkan perilaku kerja yang inovatif dengan lima karyawan *startup*. Hal ini dikarenakan mereka masih belum mampu memunculkan konsep-konsep baru yang dapat mereka gunakan dalam pekerjaannya.

Peneliti mengambil data di lapangan untuk mendapat gambaran data yang sebenarnya. Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 7-8 November 2022 dengan 6 karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta yang sesuai kriteria penelitian yaitu karyawan yang sudah bekerja minimal 1 tahun berusia 18- 40 tahun, terdiri atas laki-3 laki dan 3 perempuan. Karyawan yang diwawancara merupakan perwakilan dari setiap divisi yaitu divisi marketing, *content creator*, *front office*, *general affairs*, admin dan Umum. Pada pertanyaan wawancara mengenai aspek *opportunity exploration*, karyawan divisi admin yang bertanggung jawab menyelesaikan laporan dan pembukuan yang ada setiap harinya, karyawan di divisi ini menunjukan minat yang lemah dalam mencari peluang baru dan lebih memilih untuk fokus pada tugas sehari-hari mereka. Mereka juga kurang tertarik untuk mengejar kesempatan baru atau mengambil risiko dalam bekerja, karena dalam tugasnya mereka yang duduk terus sepanjang beekrja dan berhadapan dengan laporan dan pembukuan sehingga karyawan merasa tidak ada waktu untuk mengeksplor ide-ide baru.

Pada aspek *idea generation*, karyawan divisi marketing dan *content creator* yang mempunyai tanggung jawab untuk mencari cara baru untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan itu mengaku kesulitan dalam mengembangkan ide-ide baru yang inovatif dan kreatif. Beberapa diantaranya mengaku kurang berani untuk mengusulkan ide-ide yang mungkin dianggap “luar biasa” atau “tidak realistik”. Selain itu, beberapa karyawan juga mengaku kurang mendapat dukungan dari rekan kerja atau atasan dalam mengembangkan ide-ide mereka. Mereka juga merasa kurang dihargai dan tidak dianggap penting dalam proses pembuatan keputusan.

Pada aspek *championing* karyawan divisi general affairs yang bertanggung jawab untuk memastikan perusahaan beroperasi dengan lancar dan menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang berhubungan dengan perusahaan mengatakan bahwa mereka kurang memiliki komunikasi yang efektif dari pihak manajemen kepada karyawan mengenai tujuan dan strategi perusahaan. Selain itu, beberapa karyawan juga mengeluhkan masalah internal seperti kurangnya koordinasi antar item dan kurangnya dukungan rekan kerja. Hal ini menyebabkan karyawan merasa kurang termotivasi dan tidak merasa sepenuhnya terlibat dalam proses pencapaian tujuan perusahaan.

Pada aspek *application* karyawan menyatakan bahwa mereka kesulitan mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka miliki dalam pekerjaan sehari-hari. Mereka juga merasa kurang terlatih dan tidak memiliki akses yang cukup ke sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan aplikasi, dan juga karyawan mengeluhkan kurangnya dukungan dari atasan dan rekan kerja dalam mengatasi masalah di perusahaan.

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 7-8 November 2022 diatas dan didukung data penelitian sebelumnya, karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta belum memiliki perilaku inovatif di tempat kerja atau perilaku inovatif di perusahaan tersebut tergolong rendah sehingga cukup sulit untuk mereka bisa menemukan inovasi untuk diimplementasikan di tempat pekerjaanya.

Banyak orang yang mengartikan perilaku inovatif dan kreativitas sebagai hal yang sama. Padahal perilaku inovatif dan kreativitas adalah hal yang berbeda. Kreativitas hanya akan berhenti ketika ide-ide dihasilkan, berbeda dengan perilaku

inovatif yang akan berlanjut sampai tahap dimana ide-ide tersebut implementasikan (De Jong et al, 2010).

Dari sudut pandang pekerja, efektivitas perilaku kerja inovatif berhubungan dengan pengamatan pekerja dalam mengantisipasi permasalahan pekerjaan dan respon rekan kerja terhadap alternatif solusi atau ide yang diajukan (De Jong & Hartog 2010). Seperti yang dinyatakan Janssen, Van de Vliert, dan West (2004) menyatakan bahwa perilaku kerja inovatif dapat menghasilkan adanya konflik yang bersifat konstruktif, kesuksesan berinovasi, dan sikap kerja yang positif. Juga adanya peningkatan kerja, kepuasan, kesejahteraan karyawan, hubungan interpersonal yang lebih baik, dan peningkatan pertumbuhan pribadi. Oleh karena itu, dampak perilaku kerja inovatif akan memberikan dampak yang positif yang menjadi penting untuk menjadi perhatian organisasi.

Menurut Rosyiana, I (2019), menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku inovatif pada karyawan yaitu (1) Personal, dan (2) Lingkungan. Faktor personal terdiri dari *perceived organizational support* dan kompetensi kerja, dan faktor lingkungan sendiri terdiri dari budaya inovatif dan kontrak psikologis karyawan.

Peneliti memilih faktor personal atau *perceived organizational support* karena pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuki Gradiannisa & Alice Salendu (2014) telah ditunjukkan secara eksperimental bahwa persepsi dukungan organisasi memiliki kontribusi pada perilaku inovatif terhadap karyawan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin positif persepsi dukungan organisasi seseorang

maka semakin tinggi juga perilaku inovatif orang tersebut dan sebaliknya. Selain itu, berdasarkan data hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan pada tanggal 7-8 November 2022 di PT Sujud Global Media Yogyakarta pada 6 orang karyawan, didapat bahwa sebagian karyawan yang ada di PT Sujud Global Media Yogyakarta belum memiliki perilaku inovatif yang baik atau tergolong masih rendah. Pada konteks organisasi, dukungan yang diterima karyawan dari perusahaan tempat mereka bekerja sangat penting untuk meningkatkan perilaku inovatif karyawan. Oleh karena itu, organisasi harus terus memberikan dukungan organisasi secara penuh kepada karyawannya, karena karyawan yang merasa mendapat dukungan dari organisasi tempatnya bekerja akan cenderung memberikan kinerja terbaiknya dan dapat meningkatkan perilaku inovatifnya. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memilih POS sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif.

Perceived organizational support (POS) adalah keyakinan umum yang dimiliki karyawan mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi mereka dan peduli dengan kesejahteraan mereka (Rhoades & Eisenberger, 2002). *Perceived organizational support* merupakan hal yang mencerminkan nilai organisasi dalam kontribusi karyawan dan kepedulian terhadap kinerja karyawan, dan juga merupakan alat penting untuk membantu organisasi membangun hubungan baik dengan karyawan dan memotivasi karyawan agar bekerja lebih keras (Sun, 2019).

Menurut Mujiasih (2015) menyatakan karyawan yang merasa bahwa kontribusi mereka telah dihargai atau diakui dan merasa bahwa perusahaan atau organisasi peduli dengan kesejahteraan mereka akan meningkatkan semangat kerjanya. Persepsi

dukungan organisasi menunjukkan adanya perlakuan yang baik dari organisasi yang menciptakan kewajiban umum, berdasarkan norma timbal balik dari karyawan untuk peduli terhadap organisasi mereka dan memperlakukan organisasi mereka dengan baik sebagai pengembaliannya (Sun,2019). Menurut Rhoades & Eisenberger (2002) POS memiliki 3 aspek yaitu: *fairness*, *supervisor support*, dan *organizational rewards and job conditions*.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat kita simpulkan bahwa *perceived organizational support* (POS) merupakan keyakinan umum yang dimiliki para karyawan sehubungan dengan sejauh mana organisasi menghargai komitmen mereka dan sering memikirkan kemakmuran mereka sehingga menghasilkan hubungan timbal balik antara karyawan dan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap 6 perwakilan karyawan setiap divisi di PT Sujud Global Media 3 dari 6 karyawan memiliki POS yang kurang baik. Hal tersebut ditunjukan dengan aspek *fairness*, karyawan merasa organisasi belum memberikan perlakuan yang adil dalam hal mengutarakan pendapat juga dalam hal pembagian jam kerja yang sebagaimana sudah ditetapkan oleh perusahaan. Pada aspek *supervisor support* karyawan merasa belum mendapatkan dukungan ketika akan melakukan suatu hal yang baru berhubungan dengan pekerjaan. Pada aspek *organizational rewards and job conditions*, karyawan merasa bahwa kesejahteraan mereka belum terpenuhi secara menyeluruh, serta merasa kurang dalam pembagian bonus ketika mendapat pekerjaan tambahan, dan upah yang diberikan tidak sesuai. Berdasarkan hasil wawancara tersebut kepada 6 karyawan dari perwakilan

setiap divisi di PT Sujud Global Media Yogyakarta memiliki permasalahan pada POS yang kurang baik, maka dari itu menjadi dasar peneliti memilih POS yang berpengaruh pada perilaku inovatif.

Penelitian terdahulu mengenai POS yang dilakukan oleh Yuki Gradiannisa dan Alice Salendu (2014) menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi dukungan organisasi dan perilaku inovatif di tempat kerja pada karyawan PT X. Menurut Asih dan Dewi (2017), karyawan yang mempersepsikan organisasi tempatnya bekerja mampu memberikan dukungan, menghargai setiap kontribusi dari para karyawan dan peduli terhadap kesejahteraan karyawan, maka akan menghasilkan hubungan timbal balik yang baik antara karyawan dengan organisasi. Hubungan baik yang terjalin antara karyawan dengan organisasi tempatnya bekerja dapat meningkatkan kinerja pada karyawan terutama dapat meningkatkan perilaku inovatif pada karyawan.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara *perceived organizational support* (POS) dengan perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta?

Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian lainnya. Penelitian mereka sebelumnya meneliti POS dan perilaku inovatif, tetapi perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti akan mengeksplorasi hubungan antara keduanya. Selain itu, lokasi dan subjek penelitian juga berbeda. Sebuah penelitian sebelumnya telah menguji hubungan antara keduanya, yaitu meneliti hubungan antara POS dengan perilaku inovatif pada karyawan, akan tetapi teori dan aspek, subjek dan lokasi yang

diungkapkan penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, selanjutnya hal ini dapat menjadi pembanding dari penelitian sebelumnya.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *perceived organizational support* (POS) dengan perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta.

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya bagi ilmu psikologi.

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi data dan sebagai informasi yang dapat disampaikan kepada masyarakat umum, dan dapat meningkatkan ragam keilmuan di bidang psikologi industri dan organisasi, terutama penelitian yang mengangkat fenomena mengenai hubungan antara *perceived organizational support* (POS) dan perilaku inovatif di tempat kerja pada karyawan di industri *startup*.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat tentang pentingnya perilaku inovatif kepada karyawan khususnya karyawan yang bekerja diperusahaan PT Global Media Yogyakarta, sehingga dapat

menghasilkan ide atau inovasi untuk memecahkan masalah yang ada untuk dipecahkan di perusahaan.

