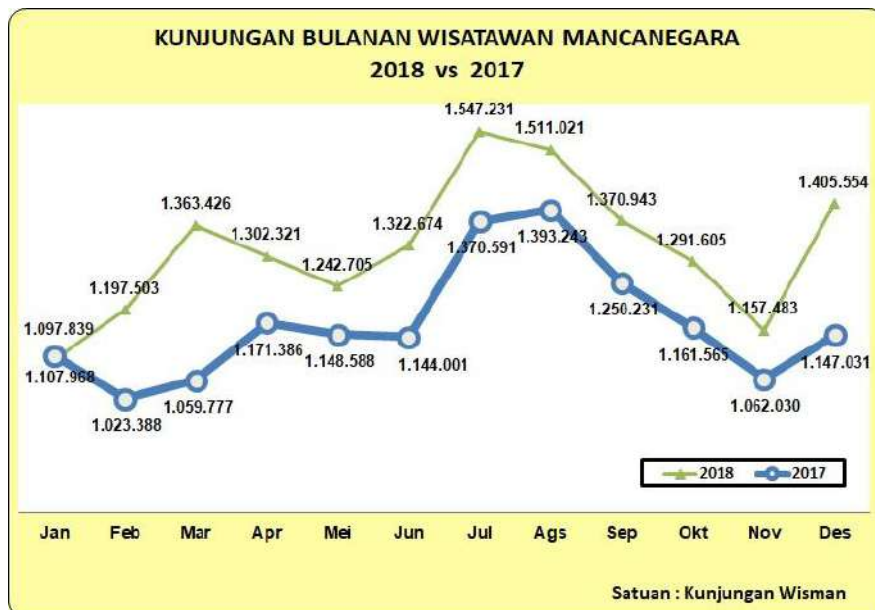


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang indah dan kaya akan pariwisata. Beberapa tahun terakhir, pariwisata Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Hal itu terjadi karena semakin banyak turis mancanegara yang mengunjungi destinasi pariwisata yang ada di Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pariwisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan rekreasi. Sementara *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)*, mendefinisikan pariwisata sebagai fenomena social, budaya dan ekonomi yang memerlukan pergerakan individu ke Negara atau tempat diluar lingkungan mereka biasanya untuk tujuan pribadi, bisnis atau professional (United Nations World Torism Organization, 2008).

Berdasarkan data yang diambil dari web Kementerian Pariwisata Indonesia (<http://www.kemenpar.go.id>), kunjungan turis mancanegara dari tahun 2017-2018 mengalami kenaikan sebanyak 225.873 pengunjung, yang mana pada 2017 berjumlah 14.039.769 turis, dan pada tahun 2018 meningkat dengan jumlah 14.265.642 turis (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2018). Seperti yang digambarkan pada tabel dibawah ini:



Gambar 1.1 Data Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Pada tahun 2019 pemerintah menargetkan jumlah kunjungan turis mancanegara ke Indonesia mencapai 20 juta orang. Jumlah target tersebut lebih banyak dibandingkan jumlah turis mancanegara tahun lalu yang berjumlah lebih dari 14 Juta orang. Berdasarkan laporan kinerja Kementerian Pariwisata Indonesia, saat ini tercatat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan September 2019 berjumlah 1.557.712 kunjungan atau bisa dibayangkan mengalami peningkatan sebesar 3,09% dibandingkan periode yang sama bulan September 2018 yang berjumlah 1.511.021 kunjungan. Di sisi lain pada 2018, sektor pariwisata Indonesia tercatat dengan pertumbuhan tertinggi peringkat ke-9 di dunia, versi *The World Travel & Tourism Council (WTTC)* (Gewati, 2019). Martina & Adimulya (2013) menambahkan bahwa berdasarkan survey yang dilakukan oleh *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* pada tahun 2010, jumlah kunjungan internasional telah mencapai angka 940 milyar dan

menghasilkan keuntungan sebesar US\$ 919 milyar. Diprediksi angka kunjungan internasional di tahun 2020 akan meningkat menjadi 1.56 milyar.

Pariwisata sebagai industri semakin berkembang. Pariwisata dinilai oleh banyak pihak memiliki arti penting sebagai salah satu alternatif pembangunan, terutama bagi negara atau daerah yang memiliki keterbatasan sumber daya alam. Di Indonesia sendiri, pariwisata telah menunjukkan peran yang nyata dalam memberikan kontribusi terhadap beberapa bidang seperti bidang ekonomi, sosial maupun budaya. Dalam berita yang dimuat dalam *kompas.com* - 23/03/2019 Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa salah satu yang paling efektif mendongkrak devisa Indonesia adalah pariwisata (Gewati, 2019). Potensi pariwisata merupakan salah satu keberhasilan pembangunan. Menurut data yang diambil dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pariwisata memberikan sumbangan sebesar 9,5% *Product Domestic Bruto* (PDB).

Industri pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia (Furkan, Sudiarta, & Agusdin, 2016). Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta devisa Negara. Hal tersebut dapat dilihat dari data statistic yang menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan asing yang melakukan kunjungan internasional (*international visitor*) meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Pariwisata sendiri merupakan sektor yang sangat dinamis yang sangat terbuka terhadap persaingan global

dengan ditandai oleh transformasi konstan (Wahab dan Cooper, 2001, dalam Sintes & Sundbo (2007).

Prof Salah Wahab dalam Yoeti (1996) mengemukakan bahwa pariwisata merupakan salah satu jenis industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyedia lapangan pekerjaan, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya (Yoeti, 1996). Selain itu, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dengan cinderamata, penginapan atau hotel serta transportasi. Secara garis besar WTO (*World Tourism Organization*) membagi pariwisata ke dalam tujuh kelompok besar, yaitu: *hotels and lodging services, food and beverage-serving services, passenger transport services, travel agency, tour operator, and tourist guide services, dan miscellaneous tourism services* (Kusmayadi, 2004).

Banyaknya wisatawan yang berkunjung di Indonesia, tidak terlepas dari inovasi dan ide baru yang dimunculkan oleh orang-orang hebat dibalik industri pariwisata. Inovasi diyakini menjadi suatu hal yang penting dilakukan dalam industri pariwisata, yang mana nantinya dapat mewujudkan kesuksesan industri tersebut. Industri pariwisata secara konstan didorong untuk dapat memodifikasi dan memperbaharui layanan dan produk agar dapat bertahan dalam lingkungan (Ottenbacher M. C., 2007). Oleh karena itu, seperti di industri manufaktur atau jasa lainnya, perusahaan yang bergerak dibidang industri pariwisata perlu berinovasi untuk bertahan hidup, karena jika tidak maka penawaran mereka cenderung menjadi usang dan tidak memiliki permintaan.

Selain itu pentingnya sektor pariwisata dalam perekonomian diakui dengan baik oleh akademisi, lembaga dan pemerintah (Teixeira & Meneses, 2011). Pariwisata juga merupakan sektor yang sangat kompetitif (Wahab dan Cooper, 2001; Sintes & Sundbo, 2007; WTO, 1999 dalam Sintes, Cladera, & Ros (2005). Oleh karena itu, beberapa penelitian mengakui bahwa untuk bertahan dan tumbuh dipasar, perusahaan pariwisata harus inovatif (Keller, 2006; Weiermair, 2006; Sundbo et al., 2007 dalam Teixeira (2011)).

Menurut Van de Ven (1986 dalam Etikariena & Windiarsih (2017)), inovasi merupakan suatu bentuk penerapan ide baru ataupun pengembangan oleh individu yang melibatkan dirinya dalam interaksi pada suatu susunan organisasi. Ide baru tersebut dapat berupa sebuah penggabungan ide-ide sebelumnya, sebuah rencana untuk memenuhi tantangan saat ini, atau sebuah pendekatan khusus yang dipersepsikan baru oleh individu yang terlibat di dalamnya. Ada berbagai macam bentuk inovasi yang dinaungi industri pariwisata seperti inovasi produk, strategi, pasar, dan proses yang mana bisa dilakukan dengan kerjasama atau individual, hal tersebut tergantung pada komitmen yang telah diputuskan (Furkan, Sudiarta, & Agusdin, 2016).

Scott & Bruce (1994) menyebutkan istilah inovasi pada tingkat individu sebagai *individual innovative behavior*, yang selanjutnya diterjemahkan sebagai perilaku inovatif. Selain itu pada lingkup industri dan organisasi disebut sebagai perilaku kerja inovatif (*innovative work behaviour*) yang mana diartikan sebagai pengenalan, penciptaan dan pengaplikasian gagasan-gagasan baru secara sengaja dalam suatu pekerjaan, kelompok, atau organisasi untuk memperoleh keuntungan

dalam kinerja suatu pekerjaan, kelompok atau organisasi (Janssen, 2000). Selain itu de Jong & Den Hartog (2008) mendefinisikan perilaku kerja inovatif atau *Innovative Work Behaviour* (IWB) adalah perilaku individu yang memiliki tujuan guna mencapai tahap pengenalan atau berusaha mengenalkan ide, proses, produk atau prosedur yang baru dan berguna di dalam pekerjaan, kelompok maupun organisasi.

Perilaku kerja inovatif dinilai sebagai perilaku yang berbeda dengan kreativitas (de Jong & Den Hartog, 2008). Kreativitas hanya akan berhenti pada generasi ide, sedangkan perilaku kerja inovatif akan terus berlanjut sampai bagaimana ide bisa dipromosikan dan diimplementasikan dipasar. Janssen (2000) menambahkan bahwa untuk saat ini kemampuan berinovasi dan mengimprovisasikan produk, *service*, dan proses kerja merupakan hal yang krusial dalam organisasi. Perilaku kerja inovatif karyawan mengarah pada kemampuan individu guna menciptakan sebuah ide-ide dan sudut pandang baru, yang nantinya diubah menjadi inovasi (Kuvaas, 2014). Selain sangat bergantung pada kondisi yang diciptakan oleh organisasi sebagai faktor eksternal, perilaku kerja inovatif ini juga sangat dipengaruhi oleh individu karyawan. Organisasi yang memiliki suasana kerja inovatif biasanya akan lebih mudah merespon tantangan yang akan muncul dari lingkungannya dengan cepat dan lebih baik, sedangkan organisasi yang kurang inovatif malah sebaliknya.

Drucker (1985, dalam Furkan, Sudiartha, & Agusdin (2016)) menambahkan bahwa perilaku inovatif sebagai usaha untuk menciptakan tujuan yang memiliki fokus pada perubahan dalam dunia bisnis maupun sosial. Selain itu, perilaku

inovatif mampu meningkatkan kinerja perusahaan karena tidak hanya mengubah hasil outcome dari perusahaan, namun juga termasuk ke proses dan prosedur yang ada di perusahaan. Pada dasarnya, perilaku inovatif merupakan kemampuan individu melakukan perubahan cara kerja dalam bentuk mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas maupun pekerjaannya. Organisasi cenderung berperilaku inovatif guna memecahkan berbagai permasalahan yang mungkin akan timbul serta meningkatkan kinerja dan efektifitas dalam menghadapi kompetitor di masa mendatang.

Penelitian Enz dan Siguaw menunjukkan bahwa inovasi secara signifikan dipengaruhi oleh individu-individu yang luar biasa, yang mereka sebut "*best practice champions*" (Ottenbacher & Gnoth, 2005). Individu tersebut terbukti memiliki kesetaraan kepemimpinan dan keterampilan memecahkan masalah, serta mendukung dan memimpin proyek. Selanjutnya Ottenbacher M. C. (2007) menemukan bahwa aspek-aspek yang terkait dengan pasar seperti daya tarik pasar, daya tanggap pasar, dan sinergi pemasaran merupakan aspek penting untuk inovasi pada industri pariwisata.

1.2 Identifikasi Masalah

Pesatnya perkembangan industri membuat para pelaku industri pariwisata harus bisa mempertahankan eksistensinya supaya mampu bertahan dalam situasi yang kompetitif. Menerapkan inovasi atau ide-ide baru dalam bisnis mereka adalah salah satu caranya. Inovasi akan memberikan dampak signifikan terhadap kinerja organisasional dan finansial serta diyakini sebagai kemampuan paling kritis yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkesinambungan

Perilaku inovatif yang dimiliki karyawan akan memberikan kontribusi besar dalam persaingan perusahaan, karena nantinya karyawan akan mampu memberikan ide baru dan kreatif yang akan menaikkan nilai perusahaan.

Ditinjau dari latar belakang diatas dan berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, perilaku inovatif dipengaruhi oleh 2 faktor utama, yaitu internal dan eksternal (Ratnaningsih, 2017). Faktor internal sendiri meliputi 4 faktor yaitu, keberagaman demografi (Østergaard, Timmerman & Kristinsson, 2011 dalam Ratnaningsih, 2017), perilaku proaktif (Baumann, 2011 dalam Ratnaningsih, 2017), *self-leadership* (Carmeli, Meitar, & Weisberg, 2006 dalam Ratnaningsih, 2017), dan *self efficacy* (Jafar, 2013 dalam Ratnaningsih, 2017) sedangkan faktor eksternal meliputi gaya kepemimpinan (Ancok, 2012; De Jong & Den Hartog, 2007 dalam Ratnaningsih, 2017) dan struktur organisasi (Ancok, 2012 dalam Ratnaningsih, 2017), dan memori organisasi (Etikariena & Muluk, 2014 dalam Ratnaningsih, 2017).

Beberapa penelitian menemukan bahwa *self-leadership* dan *proactive behaviour* sama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif. Menurut (Kyoo & Lim, 2009) dalam jurnalnya yang berjudul “*The Effects of Organizational Learning Culture, Perceived Job Complexity and Proactive Personality on Organizational Commitment and Intrinsic Motivation*” mengemukakan bahwa individu yang mempunyai kepribadian proaktif cenderung memiliki karakteristik dalam tingkat tugas atau pekerjaan mereka dibandingkan individu yang pasif, individu yang proaktif dapat berinovasi dengan desain pekerjaan. Artinya, individu yang memiliki kepribadian proaktif lebih tinggi

mereka juga dapat melihat atau merasakan kompleksitas pekerjaan yang lebih tinggi (Kyoo & Lim, 2009).

Etikariena & Windiarsih (2017) dalam hasil penelitiannya yang berjudul “*The Relationship Between Proactive Personality and Innovative Work Behavior in BUMN X*” menyebutkan bahwa perilaku kerja inovatif yang ditampilkan oleh karyawan di BUMN X didasarkan pada inisiatif untuk memanfaatkan kesempatan yang ada, hingga mengubah lingkungan kerjanya menjadi lebih baik dan efisien, yang kemudian akan memberikan keuntungan baik bagi dirinya, maupun bagi organisasi. Sesuai dengan penelitian sebelumnya, dapat dikatakan bahwa kepribadian proaktif membantu karyawan dalam melakukan perilaku inovatif pada pekerjaannya (Li, dkk, 2016 dalam Etikariena & Windiarsih (2017)). Dengan kata lain, dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa *proactive behavior* berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif.

Penelitian Abraham Carmeli (2006), dengan judul “*Self Leadership Skill and Innovative Behavior at Work*” menunjukkan bahwa adanya hubungan saling mempengaruhi antara *self-leadership* dan perilaku inovatif. Selain itu temuan ini juga menunjukkan bahwa pendapatan dan masa kerja secara signifikan terkait dengan perilaku inovatif di tempat kerja. Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa *self-leadership* merupakan tentang orang yang belajar untuk memimpin diri sendiri dan orang lain. Dalam proses inovasi, jelas bahwa keterampilan *self-leadership* sangat penting untuk menampilkan perilaku inovatif.

Selain itu, berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Khasanah & Himam (2018), kepribadian proaktif positif meningkatkan perilaku inovatif kerja karyawan.

Sumber lain dengan judul "*The Relationship Between Individual and Organizational Characteristics and Nurse Innovation Behavior*" yang ditulis oleh Baumann (2011) menyebutkan bahwa perilaku proaktif (karakteristik individu) mempengaruhi perilaku inovatif dalam bekerja. Sumber lain dengan judul "*Pengaruh Proactive Personality dan Pemberdayaan Psikologis Terhadap Perilaku Inovatif Melalui Creative Self Efficacy*" juga menyebutkan hal yang sama yaitu adanya pengaruh positif antara *proactive behaviour* dan *innovative work behavior* (Helmy & Pratama, 2018).

Self-leadership yang baik akan menjadikan seseorang menjadi proaktif dan menjadi inisiatif, aktif serta lebih bertanggung jawab terhadap hidup yang ia jalani (Covey, 2009). Hal ini akan diketahui dari pemahaman individu yang mana perilaku akan bergantung dari keputusan pribadi yang dibuat berdasarkan keadaan. Selain itu ditemukan bahwa kepribadian proaktif merupakan faktor utama yang memprediksi perilaku kerja inovatif pada karyawan (Pons, Ramos, & Ramos, 2016). Individu dengan kepribadian proaktif merupakan variabel penting dalam keefektifan performa dan prestasi bagi organisasi maupun individu.

Beberapa jurnal yang ditemukan peneliti menyebutkan bahwa *innovative work behaviour* dipengaruhi oleh *proactive behaviour* dan *self-leadership* namun penulis belum menemukan jurnal yang meneliti keduanya dalam satu kesatuan maupun dalam konteks industri pariwisata. Berdasarkan penjelasan diatas, dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui mengenai pengaruh *self-leadership* dan *proactive behaviour* terhadap *innovative work behavior* karyawan di industri pariwisata Yogyakarta.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah penelitian ini hanya diberi batasan pada:

1.3.1 *Innovative Work Behaviour*

Perilaku kerja inovatif atau *innovative work behaviour* adalah keseluruhan dari tindakan individu yang mengarahkan pada pemunculan, pengenalan dan penerapan dari sesuatu baru yang dapat menguntungkan pribadi, kelompok maupun organisasi yang mana berbentuk pengembangan ide atau teknologi baru yang lebih efisien (Kleysen & Street, 2001).

1.3.2 *Self-Leadership*

Self-leadership merupakan suatu kemampuan yang dimiliki individu untuk mempengaruhi, mengarahkan, mengawasi, dan memotivasi dirinya (pola pikir dan perilakunya) untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Neck & Houghton, 2002)

1.3.3 *Proactive Behaviour*

Proactive behaviour atau perilaku proaktif adalah tindakan mengambil inisiatif untuk memperbaiki lingkungan sekitar atau membuat lingkungan baru yang lebih baik dengan menantang keadaan tetap suatu organisasi, bukan secara pasif menerima keadaan tersebut (Bateman & Crant, 1993)

1.4 Rumusan Masalah

Apakah ada Pengaruh *Self Leadership* dan *Proactive Behaviour* terhadap terhadap *Innovative Work Behaviour* Karyawan di industri pariwisata Yogyakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah Pengaruh *Self Leadership* dan *Proactive Behaviour* terhadap *Innovative Work Behaviour* Karyawan di industri pariwisata Yogyakarta

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul Pengaruh *Self Leadership* dan *Proactive Behaviour* terhadap *Innovative Work Behaviour* Karyawan di Industri Pariwisata Yogyakarta diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan dalam sarana untuk memperkaya kajian psikologi mengenai tema *Self Leadership* dan *Proactive Behaviour* terhadap *Innovative Work Behaviour* di Industri Pariwisata, selanjutnya dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi industri pariwisata untuk dapat meningkatkan pemahaman akan kapasitas dalam diri yang mana nantinya bisa membuat mereka menunjukkan perilaku kerja inovatif.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi karyawan industri pariwisata dalam penggunaan *self-leadership* dan *proactive behaviour* untuk meningkatkan perilaku kerja inovatif guna meningkatkan performa perusahaan.