

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, manusia secara tidak langsung dituntut untuk mampu beradaptasi dan siap menghadapi disrupsi. Cepat atau lambat segala hal akan terpaksa dan dipaksa berubah mengikuti perkembangan zaman. Begitu juga dengan gaya hidup, dimana hal tersebut berkembang sebagai dampak dari perubahan zaman, yang salah satunya dapat dicermati adalah semakin meningkatnya kebutuhan akan rekreasi. Mengeksplorasi hal-hal baru yang didapatkan dari pariwisata, hal inilah yang menjadikan pariwisata semakin mendapatkan tempat strategis dalam kehidupan manusia modern (Sugiarto, 2019). Oleh karena itu saat ini pariwisata bukan hanya menjadi sekedar gaya hidup tetapi juga kebutuhan bagi masyarakat. Berdasarkan *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), pariwisata didefinisikan sebagai fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang memerlukan pergerakan individu ke negara atau tempat di luar lingkungan mereka biasanya untuk tujuan pribadi, bisnis atau profesional (United Nations World Tourism Organization, 2010). Menurut Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata sendiri tidak hanya melekat pada masyarakat sebagai kebutuhan, tetapi juga telah menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari sumber pendapatan lain seperti migas dan pajak (Prasetya & Rani, 2014). Untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan, maka tidak akan lepas dari peran industri pariwisata di dalamnya. Sedangkan industri pariwisata menurut Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataan adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Pariwisata dipandang memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perekonomian suatu negara. Peran strategis pariwisata dalam perekonomian di suatu negara, diprediksi akan semakin meningkat pada masa-masa mendatang, karena pariwisata mampu mentransformasi diri ke dalam kelompok industri terbesar dunia, pariwisata akan memainkan peran sentral dalam meningkatkan pendapatan negara, devisa dan penciptaan lapangan kerja. Pariwisata di Indonesia juga sempat memperoleh beberapa prestasi, seperti peringkat 9 dunia, peringkat 3 di Asia, dan peringkat 1 di Asia Tenggara dengan kategori pertumbuhan pariwisata tercepat oleh *World Travel Tourism Council* (WTTC) (Sugiarto, 2019).

Sebagai salah satu negara berkembang, Indonesia mulai mempromosikan pariwisata di wilayahnya dengan tujuan mendatangkan wisatawan dari negara lain. Promosi-promosi tersebut dapat berupa menjual keragaman wisata ataupun budaya Indonesia. Hal tersebut memiliki tanggapan yang positif dari negara lain,

dibuktikan dengan banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Dimana dari tahun 2016 hingga 2018 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terus meningkat dari tahun sebelumnya, dan pada tahun 2018 kunjungan wisatawan mancanegara meningkat menjadi 15,81 juta wisatawan. Oleh karena itu industri pariwisata Indonesia pada tahun 2018 telah berkontribusi sebesar 5,25% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Kementerian Pariwisata, 2018).

Pertumbuhan ini juga dilakukan dengan tujuan mencapai target-target untuk sektor pariwisata oleh pemerintah yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RJPM) tahun 2015-2019. Meskipun telah menunjukkan sebuah pertumbuhan yang terus-menerus, namun kondisi tersebut nyatanya belum memenuhi atau mencapai target yang direncanakan oleh pemerintah dalam RPJM tersebut. Pada tahun 2018 misalnya, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang ditargetkan adalah 17 juta, tetapi realisasinya hanyalah 15,81 juta wisatawan saja. Dari tahun 2016 hingga 2018 target selalu ditingkatkan, namun realisasinya tetap kurang daripada target walaupun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya realisasi setiap tahun terus meningkat. Jumlah investasi sektor pariwisata pun juga belum mencapai target yakni US\$ 1.608,65 juta dari US\$ 2.000 juta. Oleh karena itu perlu adanya upaya yang lebih baik untuk mendorong pertumbuhan pariwisata ini.

Upaya mendorong pertumbuhan pariwisata ini dapat dilakukan dalam beberapa aspek pada industri pariwisata mulai dari akomodasi, hotel, restoran,

maupun tempat wisata itu sendiri. Seperti yang dapat dilihat pada data Badan Pusat Statistik pada tahun 2010 hingga 2018, tingkat akomodasi dan juga persediaan jumlah kamar pada hotel berbintang dan nonbintang terus meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2019). Kondisi ini menggambarkan pertumbuhan pasar yang semakin menguat dan menunjukkan semakin kompetitifnya persaingan yang dihadapi dalam industri pariwisata.

Namun pada awal tahun ini, dapat diketahui bahwa Indonesia mengalami penurunan jumlah pengunjung pariwisata dikarenakan adanya penyebaran wabah virus *corona* atau *Covid-19*. Peristiwa tersebut seringkali diikuti oleh peringatan (*travel warnings*) dari negara lain yang menyebabkan wisatawan menunda atau membatalkan kunjungannya. Hal ini dapat berpotensi kehilangan kunjungan wisatawan serta hilangnya potensi belanja wisatawan yang akan berkunjung (Kementerian Pariwisata, 2017). Badan Pusat Statistik menyatakan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia turun 7,62 persen pada Januari 2020. Penurunan tersebut jumlah kunjungan wisman hanya sebesar 1,27 juta pada Januari 2020. Jumlah itu lebih rendah dari Desember 2019 sebesar 1,37 juta kunjungan (CNN Indonesia, 2020).

Industri pariwisata selalu melibatkan berbagai faktor eksternal yang membuatnya rentan terhadap berbagai krisis yang dapat muncul secara tidak terduga (Henderson, 2007). Berdasarkan Henderson (2007) dalam industri pariwisata krisis dapat dilihat pada beberapa kategori, yaitu krisis ekonomi, politik, terorisme, sosial dan budaya, lingkungan, kesehatan, teknologi, serta krisis

komersial. Untuk itu industri pariwisata diharapkan mampu untuk menyediakan destinasi atau variasi layanan alternatif untuk dijadikan daya tarik baru bagi wisatawan. Seperti halnya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Indonesia baru-baru ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sedang gencar dalam melakukan inovasi terutama pada bagian promosi pariwisata. Perinciannya untuk subsidi diskon tiket pesawat Rp 98,5 miliar, anggaran promosi Rp 103 miliar, kegiatan kepariwisataan sebesar Rp 25 miliar, serta relasi media dan influencer Rp72 miliar (BBC Indonesia, 2020).

Anggaran sebesar Rp72 miliar tersebut direncanakan untuk memperkenalkan pariwisata Indonesia melalui *influencer* muda. Hal ini diharapkan mampu menarik wisatawan domestik maupun non-domestik melalui media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, ataupun *Twitter*. Influencer muda juga dapat membagikan pengalamannya melalui media sosial mengenai berbagai macam pariwisata di Indonesia. Selain itu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pemerintah memberikan insentif melalui diskon tiket pesawat antara 30% sampai 40% untuk 10 destinasi dalam negeri dari Maret hingga Mei 2020. Adapun 10 destinasi wisata yang dimaksud meliputi Batam, Denpasar, Yogyakarta, Labuan Bajo, Lombok, Malang, Manado, Silangit, Tanjung Pinang, dan Tanjung Pandang (CNN Indonesia, 2020). Hal ini dilakukan untuk mengatasi menurunnya tingkat perekonomian pada sektor pariwisata dikarenakan penyebaran wabah virus *corona* atau *Covid-19* tersebut.

Turbulensi yang tinggi dan perubahan yang cepat merupakan tanda bahwa industri pariwisata sedang berada pada lingkungan yang kompetitif (Alsos, Eide, & Madsen, 2014). Perubahan tersebut dapat berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang tidak dapat diprediksi, sehingga memungkinkan industri pariwisata rentan pada posisi yang tidak stabil. Inovasi menjadi penting untuk mendapatkan kembali daya saing dalam siklus ekonomi yang baru, sekaligus merupakan respon terhadap kejadian eksternal yang dianggap sebagai hambatan pertumbuhan berkelanjutan pada industri pariwisata (Alsos, Eide, & Madsen, 2014). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata saat ini tengah menghadapi persaingan yang semakin kuat. Pariwisata cenderung mudah mengalami perubahan terutama dari faktor eksternal, memberikan efek tuntutan yang lebih besar lagi bagi industri pariwisata untuk berinovasi.

Industri pariwisata secara konsisten dituntut untuk mampu memodifikasi dan memperbaharui layanan atau produknya agar dapat bertahan dalam lingkungan tersebut (Ottenbacher, 2007). Hal ini juga dikarenakan target sektor pariwisata yang juga dipatok tinggi ditengah tantangan yang tengah dihadapi. Selain itu, masa hidup produk pariwisata yang menjadi lebih pendek karena transisi pada lebih banyak produk yang berbasis pada pengalaman, Hal ini mengharuskan industri pariwisata untuk memperkenalkan produk baru yang berkualitas dengan lebih sering (Alsos, Eide, & Madsen, 2014).

Untuk itu, fokus organisasi saat ini bukan lagi perihal menjalankan bisnis layaknya biasanya atau pun mengembangkan cara-cara lama untuk digunakan.

Dewasa ini industri pariwisata dituntut untuk mampu melihat permasalahan dan menciptakan solusi dari perspektif yang berbeda dari biasanya. Iorgulescu & Răvar (2013) meneliti tentang persepsi manager hotel terkait inovasi dalam organisasinya. Penelitian ini menjelaskan bahwa 2 dari 3 manager percaya bahwa pelanggan akan membayar lebih untuk inovasi layanan yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa manager hotel memiliki pandangan bahwa inovasi sebagai faktor yang penting dalam persaingan industri dan kepuasan pelanggan (Iorgulescu & Răvar, 2013).

Organisasi yang inovatif juga akan lebih mudah menanggapi tantangan lingkungannya dengan lebih cepat dan lebih baik dibandingkan organisasi yang kurang inovatif (Damanpour & Gopalakrishnan, 1998). Dengan adanya inovasi, organisasi akan dapat merespon tantangan, dapat bertahan dan lebih mudah berkembang (Van den Ven, 1986). Karena itu, banyak organisasi mulai mempertimbangkan untuk menempatkan inovasi sebagai salah satu visi dan misi yang ingin dicapai atau kompetensi yang harus dipenuhi oleh para karyawannya.

Sumber atau jenis inovasi dapat berbeda pada setiap industri. Inovasi dapat berupa produk atau layanan yang baru sepenuhnya atau pun dikembangkan dari produk atau layanan yang sudah ada sebelumnya (Ottensmeyer, 2007). Pada industri pariwisata, konsumen, pesaing, dan industri pariwisata yang lainnya menjadi sumber informasi yang penting untuk melakukan inovasi. Dalam industri pariwisata sering kali juga inovasi dapat terjadi secara informal yang berasal dari interaksi antar individu dalam industri tersebut. Pada dasarnya industri pariwisata

bersifat dinamis. Layanan atau jasa bukan merupakan objek fisik yang berwujud dan bervariasi namun dalam satu layanan akan mengacu pada pengalaman yang berbeda untuk setiap individunya. Untuk itu, inovasi dalam industri ini menjadikan sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam proses inovasinya. Dikarenakan manusia lah yang akan memunculkan sebuah ide ataupun gagasan hingga proses menerapkannya.

Ottenbacher & Gnoth (2005) menjelaskan bahwa karyawan yang bekerja dalam industri tersebut merupakan aspek yang paling kritis dalam mengembangkan layanan baru pada industri pariwisata. Organisasi mengharapkan karyawan menggunakan kemampuan ini untuk mengusulkan layanan yang dapat meningkatkan kualitas dan kinerja layanan secara keseluruhan (Bani-Melhem dkk., 2018). Dalam perbandingan 80% dan 20%, peningkatan inovasi dalam organisasi lebih banyak diinisiasi oleh karyawan dibandingkan dari kegiatan inovasi yang telah direncanakan oleh organisasi (Getz & Robinson, 2003).

Inovasi yang terdapat pada level individu ini kemudian disebut dengan perilaku kerja inovatif. Menurut Janssen (2000) perilaku kerja inovatif adalah perilaku kerja yang kompleks dimana terdiri dari menciptakan, mempromosikan, dan menerapkan ide-ide baru dalam peran kerja, kelompok kerja atau organisasi, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi itu sendiri. Perilaku kerja inovatif sendiri berbeda dengan kreativitas, meskipun kreativitas merupakan bagian dari pada proses inovasi. Kreativitas lebih mengarah pada proses menghasilkan sebuah ide atau gagasan baru. Sedangkan, perilaku kerja inovatif

tidak hanya sekedar menghasilkan sebuah ide atau gagasan, melainkan juga melibatkan proses implementasi terhadap ide tersebut terutama pada lingkup pekerjaan (De Jong & Den Hartog, 2010).

Inovasi individu berawal dari pengenalan masalah dan kemunculan ide atau gagasan (*idea generation*) setelah itu seorang individu mencari pendukung untuk mendapatkan ide atau gagasan (*idea promotion*) yang akhirnya perilaku inovasi tersebut dapat berkontribusi atau diimplementasikan (*idea realization*) (Jong & Hartog, 2008). Pada tahap menciptakan atau pembuatan gagasan, inovasi individu dimulai dari generasi ide, produksi ide atau solusi baru, yang berupa orisinal atau diadaptasi dari produk atau proses yang ada (Kanter, 1998). Individu dalam tahap ini mendorong kapabilitas kognitif dan emosinya untuk mencari, mengidentifikasi maupun menggabungkan setiap informasi untuk mendapatkan ide yang berguna. Pada proses ini tahapan ide tidak ditemukan secara tiba-tiba melainkan perlu adanya usaha yang penuh (Amir, 2014).

Langkah selanjutnya dari proses inovasi adalah promosi ide. Ketika seseorang datang dengan ide yang baru tentang masalah terkait pekerjaan yang masih dijalankan, ia perlu mencari dukungan untuk mengimplementasikan ide melalui promosi ide, dan dia juga diharapkan merealisasikan ide-ide baru dengan mengaplikasikannya dalam peran kerja mereka, kelompok atau organisasi untuk selesaikan seluruh proses inovasi pekerjaan (Van der Vegt & Janssen, 2003). Dalam tahap mencari dukungan terhadap ide, individu perlu meyakinkan rekan kerja lainnya untuk mendukung idenya sehingga perlu gigih dalam memahami

kepentingan orang lain dan membangun dukungan orang lain (De Jong & Den Hartog, 2010).

Tugas ketiga adalah realisasi gagasan. Pencetus ide harus mengimplementasikan ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk dan proses nyata yang dapat meningkatkan profit dan efisiensi individu, kelompok, atau organisasi (Kanter, 1998). Pada implementasi ide tersebut akan melibatkan lebih banyak pihak dalam organisasi sehingga lebih kompleks (Kleysen & Street, 2001). Tantangan yang perlu diperhatikan tidak hanya pada banyaknya pihak dalam organisasi yang akan terlibat, melainkan ketersediaan sumber daya untuk mewujudkan ide tersebut juga menjadi salah satu hal yang penting.

Untuk itu, setiap tahap dalam perilaku kerja inovatif menunjukkan adanya tantangan. Individu perlu mampu menghadapinya untuk sukses dengan ide barunya (Amir, 2015). Individu dituntut untuk mampu menyesuaikan pola pikir dan perilakunya dalam memberikan respon pada setiap tahap perilaku kerja inovatif tersebut (Anderson dkk., 2004). Oleh karena itu, organisasi perlu mengetahui faktor-faktor yang mendorong perilaku kerja inovatif pada karyawan dengan memperhatikan situasi yang dihadapi pada saat proses inovasi tersebut. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku kerja inovatif, seperti kecerdasan emosional (Dincer dkk., 2011), tuntutan pekerjaan (Janssen, 2000), gaya penyelesaian masalah (De Jong & Den Hartog, 2007), gaya berkepemimpinan (Oukes, 2010), dan masih banyak lagi faktor lainnya yang sudah diteliti. Namun pada penelitian ini akan berfokus pada salah satu faktor

yang mempengaruhi perilaku kerja inovatif yaitu gaya berkepemimpinan. Gaya berkemimpinan sendiri ada berbagai macam atau jenis, seperti gaya kepemimpinan demokratis, gaya kepemimpinan spiritual, gaya kepemimpinan etis, gaya kepemimpinan transformasional, dan lain sebagainya. Namun penelitian ini akan fokus pada salah satu gaya berkepemimpinannya yakni kepemimpinan etis.

Hal ini dikarenakan semakin pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan etika bisnis, maka semakin banyak dibutuhkan pemimpin yang berperilaku etis (Yidong & Xinxin, 2013). Oleh karena itu menurut Walumbwa dkk. (2011) kepemimpinan etis telah menjadi perhatian beberapa tahun terakhir, hal ini dikarenakan secara umum penelitian sebelumnya lebih banyak mengacu pada aspek moral seperti OCB, identitas etis, atau bahkan perilaku tidak etis. Di sisi lain beberapa penelitian telah dinyatakan signifikan seperti penelitian yang dilakukan oleh Zahra (2017) yang telah menunjukkan bahwa kepemimpinan etis memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku kerja inovatif serta mampu di mediasi oleh variabel *self-efficacy*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Yidong & Xinxin (2013), juga telah menjelaskan mengenai bagaimana kepemimpinan etis mampu mempengaruhi perilaku kerja inovatif karyawan dilihat dari perspektif motivasi intrinsik. Hal ini juga didukung oleh pernyataan yang dikemukakan oleh Brown & Treviño (2006), dimana melalui sifat pribadi mereka dan perilaku kepemimpinan etis, bawahan lebih mungkin termotivasi untuk mengerahkan upaya ekstra dan lebih banyak berinovasi dalam pekerjaan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut variabel tersebut pada sektor pariwisata.

Pentingnya peran seorang pemimpin menunjukkan bahwa kualitas seorang pemimpin mempengaruhi dinamika terhadap karyawan maupun perusahaan. Hal ini berkaitan dengan berbagai keahlian, pengetahuan, pribadi, dan karakter seorang pemimpin. Selain itu juga berkaitan dengan perkembangan perusahaan yang dikelolanya (Kraut dkk., 2006). Mengingat masalah utamanya adalah bukan pada apakah pemimpin akan menggunakan kekuasaan, tetapi apakah mereka akan menggunakan suatu kekuasaan tersebut dengan bijak dan baik.

Kepemimpinan etis adalah perilaku kepemimpinan yang sesuai secara normatif yang ditunjukkan melalui tindakan pribadi dan hubungan interpersonal, selain itu promosi perilaku tersebut ke bawahan melalui komunikasi dua arah, penguatan, dan pengambilan keputusan (Brown dkk., 2005). Menurut Treviño dkk. (2003 dalam Yukl dkk., 2013) mengatakan “perusahaan dapat menggunakan kepemimpinan etis sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif karena dapat menjadi instrumen unik penting dikarenakan potensi eksekutif untuk mempengaruhi perilaku karyawan”. Ketika pemimpin etis menekankan dampak pekerjaan pada orang lain, kelompok, organisasi, dan bahkan seluruh masyarakat maka pemimpin juga akan menanamkan makna dalam pekerjaan tersebut (Brown & Treviño, 2006). Oleh karena itu para bawahan akan lebih merasakan signifikansi pekerjaan, ketika menghadapi pekerjaan yang banyak bawahan akan bersedia bersusah payah dalam menghasilkan ide-ide baru untuk berkontribusi untuk tujuan organisasi. Sebaliknya, ketika karyawan menganggap pemimpin mereka sebagai pemimpin yang tidak etis atau bertindak dari kepentingan diri sendiri dan jauh dari prinsip standar, mereka akan memilih untuk tidak

mengusulkan ide yang mungkin bertentangan dengan pemimpin.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yidong & Xinxin (2013), mengenai bagaimana kepemimpinan etis mempengaruhi perilaku kerja inovatif karyawan dilihat dari perspektif motivasi intrinsik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan etis berpengaruh positif dengan perilaku kerja inovatif, sedangkan motivasi intrinsik memediasi hubungan tersebut secara parsial. Pada perilaku kerja inovatif sendiri motivasi intrinsik telah lama dianggap sebagai elemen kunci untuk inovasi karyawan (Woodman dkk., 1993). Hal ini didukung oleh penelitian Jung dkk. (2003) yang menunjukkan bahwa karyawan yang tertarik pada tugas mereka selalu memungkinkan mereka untuk mencari cara baru atau ide baru yang lebih baik dalam melakukan banyak hal.

Di sisi lain persepsi individu terhadap kepemimpinan etis, merupakan pemimpin yang sering memberi makna pada karya, menanamkan standar moral dalam pekerjaan dan sorot dampak tugas pada pencapaian tujuan organisasi (Zhu dkk., 2004), karyawan atau bawahan mereka cenderung merasakan bekerja lebih bermakna, signifikan, dan menantang, yang pada gilirannya sangat meningkatkan motivasi intrinsik mereka (Amabile dkk., 1996). Kemudian menurut Zhu dkk. (2004), saat bawahan pemimpin etis diberi kesempatan untuk berkembang maka kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas juga menyalurkan potensi, hal itu memberikan kemungkinan bahwa mereka akan merasakan lebih banyak efikasi diri dan kompetensi, yang dimana akan memanifestasikan motivasi intrinsik mereka. Selain itu tingginya tingkat otonomi, pengaruh, dan kontrol dalam pekerjaan yang disediakan oleh kepemimpinan etis akan secara signifikan

memotivasi intrinsik karyawan (Ryan & Deci, 2000).

Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian ini kemudian fokus mengkaji pengaruh kepemimpinan etis terhadap perilaku kerja inovatif dengan motivasi intrinsik sebagai variabel mediator pada konteks karyawan industri pariwisata. Penelitian ini juga didasarkan karena belum adanya penelitian yang mengkaji hal ini dalam konteks industri pariwisata yang dinilai memiliki kompleksitas proses maupun turbulensi yang tinggi serta perubahan yang cepat dibandingkan industri lainnya, selain itu juga mengingat kondisi persaingan dalam industri pariwisata yang semakin kuat dan rentan dalam kondisi yang tidak stabil dikarenakan faktor internal maupun eksternal. Untuk itu, penelitian ini kemudian mengkaji pengaruh kepemimpinan etis terhadap perilaku kerja inovatif dengan motivasi intrinsik sebagai variabel mediator pada konteks karyawan industri pariwisata.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan urgensi permasalahan yang telah dipaparkan, yaitu semakin tingginya tingkat turbulensi, dan cepatnya perubahan pada industri pariwisata menuntut organisasi perlu mengetahui faktor apa saja yang mampu mempengaruhi atau mendorong perilaku kerja inovatif pada karyawan. Pada penelitian sebelumnya, ada beberapa faktor atau prediktor yang akan mempengaruhi perilaku kerja inovatif, baik faktor internal maupun eksternal (Etikariena & Muluk, 2014). Prediktor atau faktor internal individu diantaranya ialah, motivasi individu (Carmeli dkk., 2006), afek individu (Hennesey & Amabile, 2010), tipe kepribadian (Shalley dkk., 2004), gender, usia, etnis, dan level pendidikan

(Baunmann, 2011), kemampuan kognitif individu (Parzefall dkk., 2008), keberanian individu untuk mengambil resiko (Janssen dkk., 2004), dan lain-lain.

Sementara itu untuk prediktor atau faktor eksternal, ialah yang berhubungan dengan lingkungan pekerjaan dan pekerjaannya. Seperti kepemimpinan atasan (Janssen, 2005), peran atasan, tipe pekerjaan, relasi dalam kelompok (Scott & Bruce, 1994), komposisi kelompok kerja (West & Hirst, 2005), konflik dalam kelompok (Janssen, 2003), kompleksitas dan tuntutan pekerjaan (Gilson & Shalley, 2004), pekerjaan yang dinamis (Van der Vegt & Janssen, 2003), dan lain-lain.

Dalam prosesnya, inovasi akan menemui berbagai kendala entah dari faktor eksternal maupun internal, yang mungkin juga akan beresiko menyebabkan ketegangan di dalam organisasi. Lingkungan yang tidak menuntut saat diperlukan pada penerapan perilaku kerja inovatif, dimana lingkungan tersebut memiliki tingkat tuntutan eksternal, ancaman, dan ketidakpastian yang rendah (Niesen dkk., 2018). Untuk mengutarakan suatu ide terkadang seorang individu membutuhkan fasilitator yang mumpuni entah itu rekan kerja maupun atasan, dimana hal tersebut bertujuan agar ide dapat tersampaikan dan diterima dengan baik terlebih dahulu. Dalam hal ini pemimpin dianggap sebagai salah satu hal yang paling berpengaruh, dikarenakan penyampaian ide akan lebih mudah diutarakan ketika pemimpin atau atasan memiliki sifat yang terbuka, dan dapat dipercaya. Pemimpin juga dianggap sebagai faktor eksternal dalam mempengaruhi perilaku kerja inovatif.

Menurut Gini (2009 dalam Cieřlińska, 2007) pemimpin merupakan seseorang yang pertama kali bertanggung jawab atas proses realisasi manajemen. Khususnya, pemimpin merupakan seseorang yang membuat perencanaan dan keputusan, pengelolaan, pemantau kinerja karyawan, keuangan dan sumber daya. Setiap pemimpin memiliki tipe atau gaya kepemimpinan yang berbeda-beda. Salah satu gaya kepemimpinan yang dianggap mampu menjadi fasilitator untuk penyampaian sebuah ide ialah kepemimpinan etis. Dimana gaya kepemimpinan ini memiliki ciri-ciri orang yang bermoral ditandai dengan sifat-sifat, seperti kejujuran, integritas, *altruisme*, kepercayaan, motivasi kolektif, dan keadilan (Brown dkk., 2005), dan sebagai manajer moral diharapkan mampu untuk mempengaruhi sikap bawahannya atau karyawannya melalui gaya kepemimpinan etis (Treviño & Brown, 2004).

Menurut Brown dkk. (2005 dalam Rebecca, maribeth, & Mayer, 2012) baru-baru ini memberikan konseptualisasi baru mengenai kepemimpinan etis. Mereka menekankan pada tiga *building blocks* penting dari kepemimpinan etis, yaitu: menjadi contoh etis, memperlakukan orang secara adil, dan secara aktif mengelola moralitas. Dua *building blocks* yang pertama digambarkan pada komponen moral seseorang (*moral person*) dari kepemimpinan etis, dimana pemimpin etis memiliki karakteristik yang diperlukan, seperti adil dan jujur atau dapat dipercaya. *Building block* terakhir adalah komponen moral manager, dimana pemimpin yang beretika senantiasa mendorong perilaku normatif dan menyingkirkan perilaku tidak etis yang terdapat pada karyawannya dengan

menggunakan usaha transaksional seperti mengkomunikasikan tentang etika dan memberikan hukuman pada perilaku yang tidak etis.

Kepemimpinan etis tidak hanya dapat mengubah cara individu memandang mereka bekerja tetapi juga keyakinan dan pandangan mereka tentang konteks pekerjaan itu. Menurut Brown & Treviño (2006), melalui sifat pribadi mereka dan perilaku kepemimpinan etis, bawahan lebih mungkin termotivasi mengerahkan upaya ekstra dan lebih banyak berinovasi dalam pekerjaan. Gaya pemimpin etis yang sering memberi makna pada karya, menanamkan standar moral dalam pekerjaan dan dampak tugas pada pencapaian tujuan organisasi (Zhu dkk., 2004), bawahan cenderung merasakan bekerja lebih bermakna, signifikan, dan menantang, yang pada gilirannya sangat meningkatkan motivasi intrinsik mereka (Amabile dkk, 1996). Motivasi intrinsik sendiri juga merupakan faktor internal yang mempengaruhi perilaku kerja inovatif. Dimana kepemimpinan etis tersebut mampu mempengaruhi motivasi intrinsik karyawan yang akan menimbulkan ide-ide sebagai proses terbentuknya perilaku kerja inovatif.

Pada penelitian sebelumnya telah didapatkan hubungan yang signifikan antara kepemimpinan etis dan perilaku kerja inovatif yang di mediasi oleh motivasi intrinsik (Yidong & Xinxin, 2013). Namun saran untuk penelitian selanjutnya ialah untuk melakukan penelitian ini secara berkelanjutan yang bertujuan untuk memperbanyak studi tentang pengaruh antar variabel tersebut. Di sisi lain penelitian tersebut telah dilakukan di Negara Cina dimana negara tersebut memiliki kebudayaan dan juga kebiasaan yang berbeda dengan negara-negara

lainnya, dimana etika, tanggung jawab, inovasi sangat ditekankan (Walumbwa dkk., 2011). Oleh karena itu peneliti sebelumnya pun juga menyarankan untuk melakukan penelitian di negara lainnya. Selain itu penelitian antara perilaku kerja inovatif dan kepemimpinan etis yang di mediasi oleh motivasi intrinsik ini juga belum pernah dilakukan di industri pariwisata yang kompleksitasnya tinggi. Oleh karena itu peneliti berminat untuk melanjutkan penelitian dengan variabel terikat perilaku kerja inovatif, variabel bebas kepemimpinan etis, dan variabel mediator motivasi intrinsik pada karyawan industri pariwisata.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis memberikan batasan atas ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan. Penulis membatasi penelitian hanya pada pengaruh kepemimpinan etis terhadap perilaku kerja inovatif karyawan dimediasi oleh motivasi intrinsik.

1.3.1 Karyawan Industri Pariwisata

Karyawan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapat gaji (upah). Sedangkan industri pariwisata menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009, merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

1.3.2 Kepemimpinan Etis

Definisi kepemimpinan etis adalah perilaku kepemimpinan yang sesuai secara normatif yang ditunjukkan melalui tindakan pribadi dan hubungan interpersonal, selain itu cara menunjukkan perilaku tersebut ke bawahan melalui komunikasi dua arah, penguatan, dan pengambilan keputusan (Brown dkk., 2005). Menurut Treviño dkk. (2003) kepemimpinan etis memiliki dua pilar yang mengemukakan bahwa seorang pemimpin etis merupakan seseorang yang bermoral (*moral person*) dan manajer yang bermoral (*moral manager*). *Moral person* dicirikan dengan kepemilikan atribut moral, seperti keadilan, kejujuran dan kepercayaan. Sementara itu, mereka membuat keputusan yang berprinsip, adil, dan transparan dengan mempertimbangkan kepentingan bawahan dan organisasi. Terdapat enam dimensi menurut Brown dkk. (2005) yaitu komunikasi, kepedulian, *role model*, keadilan, kejujuran, kepercayaan.

1.3.3 Perilaku Kerja Inovatif

Perilaku kerja inovatif yang dimana terdiri dari pembangkitan, promosi, dan penerapan ide-ide baru, yang dimaksudkan peran kerja, kelompok atau organisasi, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi (Janssen, 2000). Terdapat tiga dimensi pada perilaku kerja inovatif menurut Janssen (2000), antara lain ide generation, idea promotion, dan idea realization.

1.3.4 Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik merupakan “aspek mencintai pekerjaan” yang mendorong perilaku manusia untuk terlibat dalam pekerjaan terutama karena

pekerjaan itu menarik dan mampu memuaskan diri sendiri (Amabile dkk., 1994). Motivasi intrinsik terjadi ketika secara intrinsik seseorang yang termotivasi tergerak untuk bertindak demi kesenangan atau tantangan, daripada karena tekanan eksternal, tekanan, atau imbalan. Terdapat dua dimensi dari motivasi intrinsik menurut Amabile dkk. (1994), yaitu *challenge* dan *enjoyment*.

1.4 Rumusan Masalah

- 1.4.1 Apakah kepemimpinan etis memiliki pengaruh terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri pariwisata di Malang?
- 1.4.2 Apakah kepemimpinan etis memiliki pengaruh terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri pariwisata di Malang dengan motivasi intrinsik sebagai variabel mediator?

1.5 Tujuan Penelitian

- 1.5.1 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kepemimpinan etis terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri pariwisata di Malang.
- 1.5.2 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kepemimpinan etis terhadap perilaku kerja inovatif karyawan industry pariwisata di Malang dengan motivasi intrinsik sebagai variabel mediator.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang kajian ilmu psikologi industri dan organisasi terkait dengan pengaruh pengaruh kepemimpinan etis

terhadap perilaku kerja inovatif dengan motivasi intrinsik sebagai moderator pada karyawan di sektor industri pariwisata.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk memahami bagaimana kepemimpinan etis mempengaruhi perilaku kerja inovatif karyawan dalam prespektif motivasi intrinsik terutama di sektor pariwisata.
- b. Penelitian ini memberikan manfaat bagi para pemimpin untuk menggunakan gaya kepemimpinan etis dalam meningkatkan perilaku kerja inovatif karyawan.
- c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian selanjutnya, khususnya penelitian tentang pengaruh kepemimpinan etis terhadap perilaku kerja inovatif karyawan.