

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pasal 1 ayat 3 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang pariwisata menjelaskan pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pembangunan kepariwisataan dalam pasal 6 dijelaskan bahwa untuk mewujudkan pelaksanaan pembangunan melalui kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Sektor pariwisata merupakan kegiatan perekonomian yang menjadi andalan potensial dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah luas dan daya tarik wisata seperti banyaknya keindahan alam, aneka warisan sejarah dan budaya serta kehidupan masyarakat (etnis). Dengan begitu sektor pariwisata memerlukan pengembangan melalui membangun semua fasilitas, seperti pengembangan transportasi dan komunikasi, pembangunan hotel atau penginapan, pembangunan jalan, industri kerajinan dan industri produk konsumen, dan fasilitas lain yang mendukung (Mudrikah dkk., 2014)

Caretourism menjelaskan bahwa sektor pariwisata merupakan sekumpulan unit produksi dalam industri berbeda yang menyediakan barang dan jasa khususnya dibutuhkan oleh para pengunjung. Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki potensi wilayah luas dengan daya tarik wisata cukup besar, banyaknya

keindahan alam, aneka sejarah budaya, dan kehidupan etnis masyarakat (Kemenpar, 2018)

Pariwisata adalah salah satu bidang potensi dan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan dengan memanfaatkan berbagai sumber daya dalam segala aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung (Bahrudin, 2017). Sumber pendapatan pariwisata berperan penting dalam perkembangan ekonomi negara dan berkontribusi dalam penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta mengembangkan usaha yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia (Universitas Indonesia, 2018)

Kebijakan pembangunan dalam sektor pariwisata perlu diperkuat dan diberdayakan sebagai pilar ekonomi negara, karena pariwisata memiliki posisi strategis dalam kebijakan pembangunan. Beberapa tahun kedepan sektor ekonomi tidak lagi mengandalkan sektor minyak dan gas sebagai penyumbang devisa, sebab cadangan minyak dan gas akan habis pada saatnya dan tidak dapat tergantikan kembali. Oleh karena itu, pariwisata menjadi kunci yang diharapkan sebagai penyumbang devisa terbesar dibandingkan dengan sektor lainnya (Kemenpar, 2018).

Kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2018 sebesar 5.25% dengan capaian 100%, jumlah penerimaan devisa tercapai sebesar 229.50 triliun rupiah dengan capaian 102.91% (Kemenpar, 2018). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur, kunjungan wisatawan mancanegara pada November 2019 mengalami penurunan 29,53% dari periode

tahun sebelumnya yakni November 2018. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Desember 2019 juga mengalami penurunan sebesar 22,79% dibandingkan dengan Desember 2018. Kedatangan wisatawan mancanegara ke Provinsi Jawa Timur tahun 2019 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2018, hal tersebut perlu menjadi perhatian pihak terkait agar jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terus naik (BPS Jawa Timur, 2020)

Provinsi Jawa Timur memiliki 229 pulau yang terbagi atas 29 kabupaten dan 9 kota. Annisa (2013) menyatakan bahwa Provinsi Jawa Timur memiliki potensi objek pariwisata yang besar dimana dapat memberikan kontribusi ekonomi. Namun pada kenyataannya, pelaku industri pariwisata memandang bahwa potensi alam di wilayah Jawa Timur belum dieksplorasi dengan baik. Hasil penelitian dari Kumala, dkk (2017) menunjukkan bahwa terdapat beberapa wilayah di Jawa Timur yang memiliki potensi pariwisata namun belum di berdayakan dan ditingkatkan. Oleh karena itu pemerintah dapat mengembangkan sektor pariwisata alam seperti pantai, taman, atau wisata buatan guna meningkatkan pariwisata di Jawa Timur (Kumala dkk., 2017).

Persaingan sektor ekonomi sering terjadi pada industri pariwisata, terdapat beberapa tujuan wisata dengan berbagai layanan dan penawaran dalam skala global. Agar fokus pada tujuan pariwisata dan menarik minat kelompok wisatawan yang menjadi target, pariwisata berorientasi pada inovasi sebagai syarat untuk menciptakan hal baru dan meningkatkan tujuan tersebut. Secara umum, industri pariwisata membutuhkan layanan dan produk yang inovatif (Genç & Genç, 2017).

Pariwisata pada umumnya berbasis lingkungan untuk mempertahankan daya saing destinasi. Perusahaan pariwisata akan memperoleh keuntungan apabila mengembangkan pariwisata secara inovatif, karena area disekitar lingkungan pariwisata akan mempengaruhi penyediaan layanan. Namun, jika area lingkungan pariwisata memberikan dampak yang merugikan, perusahaan tidak akan mengembangkan pariwisata secara inovatif (Divisekera & Nguyen, 2018)

Area sekitar lingkungan pariwisata dapat berupa hotel, penginapan, restoran, toko oleh-oleh, dan lainnya. Area tersebut merupakan fasilitas utama bagi para wisatawan untuk menikmati pariwisata yang ada. Ottenbacher (2007) mengatakan bahwa bisnis perhotelan diharapkan untuk memodifikasi dan memperbarui manajemen mereka untuk memenuhi perubahan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran mereka. Hotel dan restoran diharapkan dapat mempertahankan tingkat penjualan meskipun tetap menggunakan konsep lama, namun diharapkan untuk sedikit mengubah dan meningkatkannya.

Industri pariwisata didasarkan pada penyedia layanan dan hubungan langsung dengan konsumen untuk melayani sepenuhnya kebutuhan barang dan jasa. Pelayanan dilakukan oleh tenaga kerja karyawan secara keseluruhan karena tenaga kerja karyawan merupakan aset penting bagi perusahaan. Karyawan memiliki peran utama sebagai penggagas inovasi organisasi yang merupakan sumber daya berharga bagi perusahaan modern. (Chen dkk., 2010)

Penggunaan inovasi dalam sektor pariwisata berguna untuk meningkatkan daya saing perusahaan melalui peningkatan produktivitas, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkenalkan produk-produk baru. Namun, pariwisata sendiri

memiliki beberapa faktor lain yang menimbulkan tantangan baru bagi perusahaan. Konsumen pariwisata menjadi pandangan dasar atas berkembangnya inovasi dan menentukan keberhasilan perusahaan pariwisata untuk mengatasi perubahan permintaan konsumen (Meneses & Teixeira, 2011). Inovasi produk atau layanan yang dihasilkan sektor pariwisata tampak terlihat oleh wisatawan sehingga dapat menjadi faktor dalam keputusan pembelian (Hjalager, 2010).

Sumber daya manusia, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan sektor pariwisata memainkan peran penting dalam munculnya inovasi, serta merupakan faktor utama untuk memunculkan inovasi perusahaan pariwisata dan perhotelan. Tenaga kerja atau karyawan yang berpendidikan dan terampil sangat penting untuk mewujudkan inovasi perusahaan, karena tenaga kerja seperti itu lebih mungkin untuk menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru, mengadopsi perubahan teknologi dan organisasi baru (Divisekera & Nguyen, 2018).

Inovasi mengacu pada proses membawa ide pemecahan masalah baru yang mulai digunakan. Gagasan untuk mengatur ulang, memotong biaya, memasukkan sistem anggaran baru, meningkatkan komunikasi atau merakit produk dalam tim juga didefinisikan sebagai inovasi. Inovasi merupakan peningkatan, penerimaan dan realisasi ide, proses, produk, atau layanan baru (Hjalager, 2010).

Drucker (2002) menerangkan hasil penelitiannya bahwa keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan bergantung pada inovasi yang berkelanjutan. Hal tersebut menyebabkan inovasi menjadi syarat mendasar bagi organisasi dalam lingkungan perusahaan yang rumit dan kompetitif. Organisasi diharuskan

membangun kemampuan inovasi berbasis pengetahuan, karena inovasi pengetahuan merupakan faktor utama untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam sebuah organisasi (Chang, 2018).

Inovasi merupakan salah satu cara organisasi untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang inovatif kepada masyarakat agar tetap berkompetisi dalam lingkungan bisnisnya. Organisasi dituntut untuk menyadari pembuatan proses, produk, dan prosedur baru yang merupakan hal penting bagi pertumbuhan dan produktivitas organisasi di segala sektor. Selain itu, inovasi sangat dibutuhkan organisasi agar tetap bersaing dalam era pertumbuhan teknologi saat ini. Setiap perusahaan membutuhkan inovasi yang melahirkan ide-ide baru. Kebutuhan pasar akan terpenuhi apabila ide-ide baru tersebut dimunculkan, sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya (Etikariena, 2018).

Perilaku kerja inovatif ditemukan pada seseorang yang secara aktif mencari solusi dari sebuah masalah, kebutuhan orang lain melalui ide inovatif dan memiliki dampak baik seperti seorang individu menyadari akan suatu tren yang berkembang dan kebutuhan kreatifitas untuk mengaplikasikannya (Jong, 2007). Hasil penelitian Zopiatis dan Theocharous (2018) menjelaskan bahwa perilaku inovatif karyawan perhotelan dipengaruhi secara positif oleh dukungan organisasi dan persepsi budaya inovasi organisasi untuk meningkatkan kesediaan mereka dalam mengambil risiko untuk mempromosikan ide-ide dan konsep yang kreatif dan inovatif.

Kepuasan otonomi pada individu memberikan kemungkinan kepada mereka untuk terlibat secara mandiri dan memulai dari diri sendiri pada setiap aktivitas. Kepuasan tersebut harus tetap kondusif apabila ingin perilaku kerja inovatif pada

individu tersebut dimunculkan. Karena inovasi merupakan sebuah proses yang kompleks dan berisiko dibandingkan dengan kegiatan rutin sehari-hari, oleh sebab itu mereka harus siap dalam menghadapi setiap hambatan dan kemunduran. Individu yang tidak percaya diri akan kemampuan dalam menghadapi tantangan terkait dengan upaya inovasi, mereka akan cenderung takut berada dalam situasi yang tidak menetap dan mengejar tujuan inovatif (Devloo dkk., 2014).

Efektifitas perilaku inovatif pada karyawan akan membantu perusahaan mereka dari lingkungan bisnis yang rumit. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memelihara kreativitas karyawan untuk mendapatkan ide-ide baru, membantu dalam mempromosikan ide-ide dan mengembangkan produk-produk inovatif, serta menetapkan strategi baru (Devloo dkk., 2014)

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas telah diketahui bahwa kenaikan total jumlah wisatawan pada tahun 2018 mencapai 12,58% sedangkan kenaikan total jumlah wisatawan tahun 2019 hanya mencapai 1,88%. Angka tersebut menunjukkan perbedaan yang signifikan, padahal Indonesia memiliki berbagai industri pariwisata yang beragam seperti peninggalan sejarah, wisata alam, sentra pengerajin, hotel, dan kafe. Keragaman tersebut diharapkan dapat menambah daya tarik dan nilai jual kepada wisatawan.

Hasil studi Gets dan Robinson (2003) menemukan bahwa 80% ide inisiatif yang dibutuhkan organisasi muncul dari karyawan, sedangkan 20% dihasilkan dari perencanaan inovasi yang telah ditetapkan oleh organisasi. Oleh karena itu, individu yang merasa nyaman dan menikmati aktivitas pekerjaannya lebih mudah

memunculkan dorongan dalam diri atau motivasi intrinsiknya. Motivasi intrinsik harus muncul saat perilaku inovatif dibutuhkan dalam kemunculan ide-ide yang menjanjikan, ide-ide tersebut perlu dieksplorasi lebih dalam untuk mengatasi hambatan yang mencegah realisasi keberhasilan ide-ide itu sendiri. Karena hal tersebut membuat individu lebih berorientasi pada tujuan dan gigih dalam menghadapi tantangan (Devloo dkk., 2014).

Diskusi penelitian terdahulu hanya fokus pada perilaku inovatif itu sendiri. Padahal munculnya perilaku inovatif tersebut diawali dengan kreatifitas yang dimiliki masing-masing individu (Kleysen & Street, 2001). Amabile (1998) menjelaskan kreativitas dan inovasi pada karyawan merupakan kunci utama dari munculnya inovasi organisasi yang berperan sebagai kelangsungan bisnis suatu perusahaan atau organisasi. Proses terbentuknya perilaku kerja inovatif menyangkut kegiatan yang tidak rutin dan menantang, maka dari itu harus didorong oleh peningkatan motivasi intrinsik. Karena individu yang termotivasi secara intrinsik akan cenderung untuk mengeksplorasi kognitifnya (Devloo dkk., 2014).

Hasil penelitian Chen, dkk (2010) menjelaskan bahwa individu yang memiliki skor tinggi pada motivasi intrinsik akan menunjukkan perilaku yang lebih inovatif, oleh karena itu perusahaan pariwisata harus memperkuat jenis pekerjaan yang dapat memunculkan motivasi intrinsik. Individu akan mengejar pekerjaan yang menyenangkan atau sesuai dengan dirinya untuk memenuhi aktualisasi diri, namun pekerjaan akan kurang menyenangkan apabila pihak karyawan tersebut hanya berorientasi pada gaji.

Penelitian Devloo, dkk (2014) memberikan hasil bahwa motivasi intrinsik setidaknya memediasi secara parsial hubungan antara *self-determination* dengan perilaku kerja inovatif. Hasil penelitian Nasir, dkk (2018) menunjukkan perilaku kerja inovatif memediasi pengaruh motivasi intrinsik terhadap *job performance* secara parsial. Penelitian dari Zhang dan Bartol (2017) menyatakan bahwa motivasi intrinsik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kreativitas.

Nasir, dkk (2018) membenarkan bahwa motivasi intrinsik merupakan dasar dari individu yang menunjukkan perilaku inovatif mereka selama menyelesaikan tugas. Dengan menjadi bahagia dan gembira di tempat kerja, seseorang mungkin akan merasakan kebebasan untuk menciptakan dan mencoba ide-ide baru atau mengeksplorasi dan menerapkan lebih banyak cara atau metode baru.

Reaksi positif yang muncul dari motivasi intrinsik dijelaskan oleh Amabile (1996) adalah ketika seseorang tertarik akan suatu hal, tantangan, dan kepuasan yang berasal dari individu itu sendiri karena pengaruh eksternal tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Penelitian sebelumnya memberikan hasil bahwa pengaruh eksternal yang menonjol pada individu dapat merusak motivasi intrinsik mereka (Amabile, 2012).

Beberapa faktor telah diteliti untuk melihat pengaruh terhadap perilaku inovatif. Faktor internal individu seperti kepribadian memberikan efek sedang pada fase dalam proses inovasi (Etikariena, 2018). Feist dan Baron (2003) berpendapat bahwa setiap individu tentunya memiliki kepribadian yang berbeda-beda, dari perbedaan tersebut perlu dipelajari lebih lanjut mengenai pengaruh kepribadian pada

keaktivitas untuk mengetahui hubungan kepribadian dan perilaku inovatif (Abdullah dkk., 2016)

Kepribadian merujuk pada hal unik yang dimiliki oleh individu atau karakteristik yang membedakan setiap individu. Oleh sebab itu, pikiran, emosi, dan perilaku bukanlah kepribadian namun sifat yang mendasari unsur-unsur tersebut. Kepribadian mengisyaratkan tentang bagaimana seseorang akan bertindak atau merespon keadaan yang berbeda (Olakitan, 2011). Anderson (dalam Woods, dkk., 2018) berpendapat bahwa perberdaan individu dalam sifat-sifat kepribadian merupakan anteseden penting dari perilaku kerja inovatif.

Hasil penelitian dari Olakitan (2011) membuktikan terdapat hubungan positif yang signifikan antara sifat kepribadian dengan perilaku inovatif pengusaha di Nigeria. Entrepreneur yang memiliki tingkat ekstraversi yang tinggi menunjukkan perilaku inovatif lebih tinggi juga daripada tingkat ekstraversi yang lebih rendah. Mereka lebih antusias dan memiliki rasa ingin tahu. Selain itu, entrepreneur dengan tingkat keterbukaan lebih tinggi juga menunjukkan perilaku lebih inovatif karena mereka dapat mengabaikan pengalaman masa lalu agar menghasilkan sesuatu yang baru.

Hasil penelitian dari Yesil dan Sozbilir (2013) memberikan saran bahwa pihak hotel perlu mempertimbangkan kepribadian karyawannya terkait perilaku inovatif yang diharapkan dan beberapa masalah yang muncul. Kepribadian karyawan tersebut perlu dipertimbangkan demi pengembangan karir dan organisasi terkait. Karakteristik kepribadian yang relevan diperlukan organisasi guna meningkatkan potensi dan kemampuan inovatif mereka.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Chen, dkk (2010) memiliki keterbatasan yakni hasil penelitian tersebut tidak dapat digeneralisasikan ke daerah lain sebab berlokasi di Taiwan, dengan begitu mereka memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan di daerah lain dalam lingkup pariwisata. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan konteks yang sama namun berlokasi di suatu daerah di Indonesia.

### **1.3 Batasan Masalah**

#### **1.3.1 Tipe Kepribadian Big Five**

Model kepribadian Big five dibangun dengan pendekatan yang sederhana untuk melihat karakter kepribadian seseorang yang paling penting dalam hidupnya. Goldberg (1981:1992) mengilustrasikan arti dari lima faktor kepribadian sebagai berikut: Sifat pencemas (*Neuroticism*) diartikan dengan kepekaan emosi atau perasaan negatif seperti kecemasan, sedih, mudah tersinggung, dan gugup. Keterbukaan (*Openness*) berkaitan dengan keterbukaan wawasan dan orisinalitas ide individu. Ekstraversi (*Extraversion*) dapat ditemui pada individu yang memiliki semangat dan antusiasme. Kemufakatan (*Agreeableness*) ditemui pada individu yang memiliki ciri ketulusan dalam berbagi, kehalusan perasaan, fokus pada hal positif pada orang lain. Kesungguhan (*Conscientiousness*) merupakan cerminan individu yang sungguh-sungguh dalam melakukan tugas, bertanggung jawab, dapat diandalkan, dan menyukai keteraturan dan kedisiplinan (Ramadhani, 2012).

### **1.3.2 Motivasi Intrinsik**

Amabile (1996) menyatakan bahwa reaksi positif yang muncul dari motivasi intrinsik seorang individu adalah ketertarikan pada suatu hal, kesenangan, tantangan, dan kepuasan yang berasal dari individu yang tidak memiliki pengaruh eksternal. Karena pengaruh eksternal yang menonjol dapat merusak motivasi intrinsik mereka. Individu dengan tingkat motivasi intrinsik yang tinggi berusaha memilih tugas kerja yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan keterampilan baru, melatih kreativitas, dan sepenuhnya terlibat dalam pekerjaan. Individu cenderung memperhatikan lingkungan kerja yang mempengaruhi reaksi dari motivasi intrinsiknya, mereka akan mencari pekerjaan yang memunculkan motivasi intrinsiknya.

### **1.3.3 Perilaku Inovatif**

Kleysen dan Street (2001) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai seluruh tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh level organisasi. Sesuatu yang baru dan menguntungkan meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi, perubahan prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan relasi kerja atau penerapan dari ide-ide baru atau teknologi untuk proses kerja secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektifitas mereka.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh dari lima tipe kepribadian terhadap perilaku inovatif yang dimediasi oleh motivasi intrinsik pada karyawan yang bekerja di sektor pariwisata.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tipe kepribadian terhadap perilaku inovatif yang dimediasi oleh motivasi intrinsik.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat penelitian ini dari segi teoritis yakni untuk memberikan wawasan baru dan informasi ilmiahh psikologi di Indonesia, terutama dalam konsep pengaruh tipe lima kepribadian, peran mediasi motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif pada karyawan industri pariwisata.

##### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat penelitian ini yakni untuk pembaca hasil penelitian agar menambah wawasan serta gambaran praktis mengenai konsep pengaruh dari lima tipe kepribadian, peran mediasi motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif pada karyawan industri pariwisata. Penelitian ini juga dapat memberikan referensi bagi perusahaan mengenai perilaku inovatif yang dalam praktiknya memiliki dampak positif, terutama dalam mengelola inovasi perusahaan pariwisata di Indonesia.