

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perubahan zaman yang diiringi oleh perkembangan teknologi adalah suatu hal yang dialami manusia. Kenyataan tersebut dapat dilihat melalui perubahan perusahaan-perusahaan yang ada di dunia, mereka terus berevolusi dan menciptakan hal-hal baru. Contohnya erat di dekat kita, seperti tersedianya toko belanja secara *online*. Siapa yang dapat mengira perusahaan fisik yang didukung oleh teknologi dapat melejit jauh di era digitalisasi seperti sekarang ini. Perusahaan *online* ini disebut sebagai *e-commerce* yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia sejak masuknya media sosial. Beberapa perusahaan berlomba-lomba mengkolaborasikan sistem penjualan mereka dan memasarkannya tidak hanya secara langsung namun juga secara *online*. Namun beberapa perusahaan yang tidak dapat beradaptasi dengan teknologi juga mengalami penurunan penjualan bahkan terpaksa hingga dinyatakan gulung tikar.

Ketika banyak perusahaan yang mengalami gulung tikar, berbeda halnya dengan layanan media sosial dan *e-commerce* yang bertindak tanggap untuk mengatasi kendala dengan menciptakan layanan penjualan *online* di Indonesia. Sehingga masyarakat tidak perlu khawatir untuk berbelanja atau untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Bagi para penjual, mereka tetap dapat melanjutkan bisnis mereka dengan adanya fitur digital penjualan. Mereka dapat membuka toko, menjual produk, memasarkan produk hingga mendapatkan laba

dari hasil penjualan secara *online*. Hal ini menjadi salah satu bentuk keunggulan perusahaan agar dapat bertahan walaupun dalam kondisi yang cukup buruk. Keunggulan kompetitif perusahaan adalah mereka yang dapat bertindak secara tanggap dan adaptif terhadap perubahan terutama di era digitalisasi seperti sekarang. Banyak perusahaan yang tidak dapat bertahan karena mereka kurang cepat menerapkan perilaku inovasi sehingga terpaksa harus dinyatakan gulung tikar.

Kita dapat melihat dari sudut pandang positif yang menjadikan kemajuan teknologi sebagai peluang untuk menciptakan perilaku inovasi. Contohnya yaitu membuka toko secara mudah, memasarkan produk penjualan dan menyediakan produk layanan barang maupun jasa secara *online*. Dengan adanya teknologi juga dapat mengembangkan bakat atau kemampuan diri dengan mengambil informasi, dapat melihat topik-topik hangat yang sedang dibahas oleh masyarakat serta menganalisis bagaimana kebutuhan pasar yang dapat dijadikan sebagai pemicu mendapatkan peluang bisnis baru. Selain itu, toko tersebut dapat bekerjasama dengan pihak lain untuk mengembangkan fitur-fitur maupun perilaku inovasi lainnya.

Beberapa fenomena tadi merupakan salah satu bentuk perilaku inovasi yang diciptakan manusia. Maka dari itu, kita menyadari bersama bahwa manusia merupakan salah satu aset yang penting bagi perusahaan. Kita perlu menghargai keberadaannya, memperhatikan dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, kita perlu mengupayakan hal-hal tersebut melalui perilaku inovasi. Hal tersebut dapat dicapai salah satunya dimulai

dengan adanya perbaikan dari diri manusia itu sendiri dan beberapa faktor pendukung lainnya.

Perilaku inovasi menurut (Dulaimi, 2022) didefinisikan sebagai upaya untuk menciptakan perubahan yang terarah dan terfokus pada potensi ekonomi dan sosial suatu perusahaan. Definisinya menghubungkan pentingnya dalam lingkungan bisnis, konsep penemuan dan kewirausahaan. Agar penemuan kreatif dapat dianggap sebagai inovasi, penemuan tersebut harus diimplementasikan dan berhasil dikomersialkan, yaitu diubah menjadi produk yang dapat mengakses pasar. Oleh karena itu, penemuan dapat menjadi aktivitas individu yang dapat dilakukan di mana saja, sedangkan inovasi lebih banyak dianggap sebagai aktivitas kerja sama tim, yang disebut aktivitas sosial dan kolektif (Guan, 2016), yang terjadi dalam organisasi yang memiliki kombinasi berbagai unsur, seperti pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya, untuk menghasilkan inovasi yang sukses. Inovasi merupakan konsep multidimensi yang mengintegrasikan dimensi-dimensi ilmu kognitif, karena melibatkan kegiatan pembelajaran dan produksi pengetahuan, organisasi, karena hal ini melibatkan berbagai upaya yang diperlukan untuk mengubah pengetahuan menjadi artefak, dan dimensi ekonomi, karena siklus inovasi hanya dapat diselesaikan dengan mencocokkan artefak yang dihasilkan dengan kebutuhan dan permintaan pasar.

Beberapa faktor pendukung untuk perilaku inovasi di antaranya gaya kepemimpinan kreatif dan iklim inovasi. Studi sebelumnya (M. Hughes et al., 2018) mengatakan bahwa kepemimpinan kreatif merupakan bentuk kepemimpinan yang sesuai untuk kegiatan pengembangan inovasi perusahaan. Bentuk kepemimpinan

ini dapat menstimulasi karyawan dalam mengupayakan kreativitas dan juga inovasi diri. Maka diharapkan perusahaan saat ini mampu memberikan perhatian besar untuk mengejar inovasi, dan para pemimpin memerlukan banyak kreativitas untuk menghadapi lingkungan untuk pengambilan keputusan yang semakin kompleks. Keinginan organisasi akan kreativitas juga mengajukan persyaratan baru bagi para pemimpin (Zhang, 2017). Pemimpin kreatif mampu mendukung bawahan untuk melakukan berbagai bentuk kegiatan inovatif, menyediakan sumber daya yang diperlukan dan pengetahuan profesional, mendukung inovasi karyawan dan mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam banyak kegiatan inovatif, yang semuanya dapat mendorong perkembangan perusahaan yang sehat (Wen, 2017). Hal ini menjadi landasan teori yang akan dilakukan oleh penulis untuk melakukan penelitian.

Sedangkan untuk iklim inovasi merupakan suatu proses yang melaluinya nilai ekonomi atau sosial diambil dari pengetahuan dan berkembang melalui penciptaan, difusi dan transformasi pengetahuan untuk menghasilkan produk atau proses baru atau hal yang ditingkatkan secara signifikan (Raykov, 2014). Di penelitian (Liao, 2017) berpendapat bahwa iklim inovasi mendorong performa kerja di dalam organisasi dan oleh sebab itu memerlukan kepemimpinan yang dapat mendukung dan mendorong pembelajaran serta dapat memfasilitasi akses setiap individu terhadap sumber daya yang dibutuhkan. Dari sudut pandang para peneliti ekonom, (Anderson, Potocnik, & Zhou, 2014) mempelajari inovasi berarti mempelajari insentif ekonomi yang dapat mendorong inovasi serta seberapa jauh pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi dan daya saing suatu perusahaan.

Hal ini merupakan komponen penting bagi setiap organisasi yang mampu menerapkan inovasi sebagai bentuk keunggulan kompetitif dan acuan peningkatan performa kerja (Shanker et al., 2017). Di dalam jurnal (Shanker et al., 2017) lebih menitik beratkan kepada kunci dan pengaturan inovasi yang dibangun karena adanya iklim inovasi yang sesuai sehingga ide maupun saran tercipta diantara karyawan. Perilaku kerja inovasi ini saling keterkaitan antara menghasilkan ide, promosi ide, dan realisasi ide. Maka dari itu, kepemimpinan maupun iklim inovasi sangat berperan penting terhadap perilaku inovasi.

Menurut (Shanker et al., 2017) menjelaskan bahwa perilaku inovatif ini dapat meningkatkan efektivitas pekerjaan sehingga menciptakan perusahaan yang unggul. Tentu hal ini dapat membuat suatu perusahaan memiliki nilai dari keunggulan kompetitif yang dapat membedakan dari pesaing lainnya. Didukung oleh (De Jong, 2010) yang berpendapat bahwa karyawan memegang peranan penting untuk memiliki perilaku inovasi sehingga dapat membuat profitabilitas, pertumbuhan dan nilai pasar perusahaan. Hal ini diperkuat oleh (Anderson, Potocnik, & Zhou, 2014) perspektif interaksionis kreativitas organisasi dapat menjelaskan interaksi kompleks antara individu dan situasi kerja mereka di berbagai tingkat organisasi. Dari sudut pandang para ekonom, mempelajari inovasi berarti mempelajari insentif ekonomi yang dapat mendorong inovasi dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi dan daya saing.

Dengan melakukan penelitian ini, ada beberapa manfaat bagi perusahaan. Peneliti sebelumnya (Kozio, 2020) berhasil membuktikan bahwa manajemen senior atau pemimpin perusahaan yang memberikan dukungan dan menyediakan

kelengkapan sumber daya dapat meningkatkan ketrampilan, kinerja, inovasi serta solusi kreatif. Hal itu demikian terjadi karena kepemimpinan dikatakan sebagai komponen prediktor kreatifitas dan inovasi perusahaan. Dikatakan oleh peneliti jurnal lain (M. Hughes et al., 2018) yang mengungkapkan bahwa kreativitas dan inovasi mendorong perkembangan dan mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Jurnal dari (Afsar & Umrani, 2020) pemimpin yang kreatif akan mampu menginspirasi setiap karyawan dengan menghubungkan masa depan mereka dengan masa depan organisasi dan mendorong mereka untuk terlibat dalam perilaku kerja inovatif dengan mengembangkan rasa visi bersama dan rasa memiliki yang kuat terhadap organisasi. Jurnal (Dulaimi, 2022) memberikan bukti bahwa kepemimpinan mempunyai pengaruh positif terhadap iklim inovasi dan mendorong kinerja bisnis.

Dengan adanya penjabaran tersebut, maka penulis mengambil topik yang sangat menarik ini untuk diangkat menjadi bahan penelitian tugas akhir. Belum tentu semua hal tadi sudah diterapkan secara keseluruhan di semua perusahaan yang ada di Indonesia. Maka, penulis ingin menganalisis lebih lanjut mengenai topik ini di salah satu perusahaan yang ada di Indonesia yaitu Perusahaan Dazzle. Melalui latar belakang perusahaan yang berbasis teknologi dan perilaku inovasi yang diterapkan para pekerjanya, sehingga sesuai untuk dijadikan objek penelitian ini. Alasan lain pemilihan perusahaan Dazzle ini, yaitu adanya kesesuaian spesifikasi kuesioner yang akan disebarakan terhadap objek penelitian dan keterjangkauan lokasi penelitian. Perusahaan Dazzle juga bergerak pada retail teknologi yang menjual produk-produk *gadget*. Selain itu, teknologi berkembang secara cepat sehingga

mitra yang bergabung juga memiliki produk-produk terbaru maka diperlukan inovasi yang cepat agar mampu memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan retail teknologi lainnya. Karyawan Dazzle penting untuk memiliki perilaku inovasi dikarenakan untuk menggait kepuasan customer, meningkatkan penjualan dengan meningkatkan inovasi cara penjualan, mencapai target dan juga tujuan perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah Kepemimpinan Kreatif akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Inovasi?
2. Apakah Iklim Inovasi akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Inovasi?

1.3. Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah yang memberi pemahaman definisi masing-masing variabel dalam penelitian ini:

1. Kepemimpinan Kreatif merupakan bentuk kepemimpinan yang sesuai untuk kegiatan pengembangan inovasi perusahaan dan bentuk kepemimpinan ini dapat menstimulasi karyawan dalam mengupayakan kreativitas dan juga inovasi diri. (D. J. Hughes et al., 2018)
2. Iklim Inovasi merupakan sesuatu yang mendorong performa kerja di dalam organisasi dan oleh sebab itu memerlukan kepemimpinan yang dapat mendukung

dan mendorong pembelajaran serta dapat memfasilitasi akses setiap individu terhadap sumber daya yang dibutuhkan. (Liao, 2017)

3. Perilaku Inovasi diartikan sebagai perilaku yang seringkali memainkan peran positif dalam mencapai kinerja tinggi atau mendorong inovasi antar individu dan lintas organisasi (Kaisa, 2016)

1.4. Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan dari penulisan penelitian ini :

1. Untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan kreatif terhadap perilaku inovasi di Perusahaan Dazzle Cabang Gejayan Yogyakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh iklim inovasi terhadap perilaku inovasi di Perusahaan Dazzle Cabang Gejayan Yogyakarta

1.5. Manfaat Penelitian

Penulis berharap melalui penelitian ini, dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu :

Manfaat teoritis :

1. Mengidentifikasi ilmu pengetahuan yang sudah teruji sebelumnya mengenai *Creative leadership, innovation climate and innovation behaviour: the moderating role of knowledge sharing in management* yang diteliti oleh Pinghao Ye, Joseph Tan dan Liqiong Liu pada tahun 2020 dan menganalisis penerapannya jika dilakukan disalah satu perusahaan di Indonesia.

2. Menganalisis hipotesis yang diangkat menjadi topik penelitian mengenai pengaruh kepemimpinan kreatif dan iklim inovasi terhadap perilaku inovasi. Di dalam jurnal (D. J. Hughes et al., 2018) dua hipotesis ini memberikan hasil positif berpengaruh paling kuat dan positif. Hipotesis yang paling kuat yaitu Kepemimpinan Kreatif berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Inovasi dan Iklim Inovasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Inovasi.

Manfaat praktis :

1. Memberikan hasil dan saran bagi perusahaan atau objek penelitian
2. Mengembangkan perilaku inovasi karyawan pada Perusahaan Dazzle
3. Meningkatkan kepemimpinan kreatif dan iklim inovasi yang dibutuhkan untuk mendukung perilaku inovasi pada Perusahaan Dazzle
4. Sebagai bahan rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini mencakup pembahasan mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II ini menjelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III ini menjabarkan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian populasi dan sampel, jenis data penelitian metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengujian instrument, dan metode analisis data

BAB IV ANALISIS DATA

Bab IV ini menjabarkan mengenai analisis data, pengujian data di setiap variabel, uji hipotesis, hingga hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab V ini menjabarkan mengenai saran dan kesimpulan dari hasil penelitian

