

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan meliputi latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara praktis dan teoritis serta struktur organisasi penelitian.

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia terus mengalami peningkatan jumlah penduduk sampai 24,92 persen dalam kurun waktu 25 tahun (BPS, 2015). Hal tersebut terjadi pula di kota-kota besar seperti Kota Bandung. Menurut Badan Statistik Kota Bandung, jumlah penduduk pada tahun 2014 meningkat sebanyak 866 jiwa/ km² dari tahun sebelumnya (BPS, 2015). Sumber daya manusia yang dimiliki Kota Bandung tersebut dapat menghasilkan sesuatu yang baru di dalam industri kreatif. Bandung merupakan kota yang memiliki potensi paling besar untuk mengembangkan industri kreatif dibandingkan dengan kota lainnya (Simatupang, et al., 2008). Sampai tahun 2014 telah berdiri ratusan outlet industri kreatif dan memperkerjakan kurang lebih 334.244 tenaga kerja di Kota Bandung (Herawati & Rudatin, 2014).

Menurut Pires (2012) industri kreatif adalah penggunaan kreativitas, pengetahuan tentang budaya dan kekayaan intelektual untuk menghasilkan produk dan layanan dengan makna sosial dan budaya. Kemudian UNESCO mendefinisikan industri kreatif sebagai sektor kegiatan terorganisir yang tujuan utamanya adalah memproduksi atau reproduksi, promosi, distribusi dan atau komersialisasi barang, jasa dan kegiatan yang bersifat budaya seni dan warisan (Simatupang, et al., 2008). Departemen Perdagangan Republik Indonesia telah memetakan industri kreatif kedalam 14 subsektor industri, diantaranya yaitu sektor periklanan (*advertising*), arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*craft*), desain, pakaian (*fashion*), video, film dan fotografi, permainan interaktif (*game*), musik, seni pertunjukan, penerbitan, layanan komputer dan piranti lunak (*software*), televisi & radio (*broadcasting*), serta riset dan pengembangan (R&D) (Herawati

& Rudatin, 2014). Berdasarkan 14 subsektor industri tersebut, industri *fashion* merupakan salah satu sektor yang paling unggul (Herawati, Rudiatin, & Akbar, 2014).

Keunggulan industri *fashion* di Kota Bandung ini ditandai oleh jumlah FO (*factory outlet*) dan distro (*distribution store*) yang semakin banyak (Barlian, Maria, Danil, & Hasri Dianta, 2014). Perkembangan industri *fashion* di Bandung tidak hanya dilihat dari jumlah *outlet* yang berdiri, namun dapat dilihat pula dari segi kualitas produk, metode produksi, pemakaian alat-alat baru serta metode penjualan dan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pasar. Perkembangan industri *fashion* ini akhirnya mengakibatkan persaingan dalam konteks perusahaan maupun organisasi (Oukes, 2010). Industri atau perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan dengan perkembangan industri *fashion* saat ini dan kurang mampu memenuhi permintaan pasar maka tidak akan diminati oleh konsumen. Strategi untuk bertahan dan menghadapi perkembangan bisnis yang semakin kompetitif ini, suatu industri maupun perusahaan harus menerapkan perilaku inovatif dalam bisnis mereka (Oukes, 2010; Etikariena & Muluk, 2014). Organisasi dengan karyawan yang inovatif akan mampu menghadapi tantangan-tantangan lingkungannya. Janssen (2004) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai upaya menciptakan, mengenalkan dan mengaplikasikan ide-ide baru dalam lingkungan kerja, kelompok maupun organisasi sehingga menghasilkan sebuah keuntungan. Perilaku inovatif ini mampu mendorong suatu usaha untuk berhasil dan mencapai tujuannya (Li, Liu, Liu, & Wang, 2016; Morsy, 2015). Menurut Saurmann & Cohen (2008) perilaku inovatif seorang pekerja akan muncul ketika industri maupun perusahaan tersebut berfokus pada motivasi karyawannya. Menurut Chen dkk. (2010) motivasi kerja merupakan elemen penyusun kreativitas dalam suatu pekerjaan. Motivasi intrinsik merupakan dorongan dalam diri individu yang mendasarkan kesenangan dan kenikmatan dalam melakukan suatu kegiatan (Ryan & Deci, 2000). Motivasi intrinsik muncul ketika individu tertarik dan senang dengan aktivitas yang dilakukan, bukan karena dorongan dari luar (Isen & Reeve, 2005). Individu dengan motivasi intrinsik diperkirakan membawa perubahan yang positif terhadap inovasi suatu organisasi (Amabile, 1985). Mereka akan lebih bertanggung jawab dan senang ketika melakukan suatu pekerjaan, hal ini merupakan salah satu pendorong munculnya perilaku inovatif (Jong & Hartog, 2008).

Selain itu, individu dengan suasana hati dan perasaan positif seperti kepuasan hidup juga diketahui mendorong perilaku inovatif diwujudkan dengan semangat usaha yang tinggi di tempat kerja (Glaeser, Kolko, & Saiz, 2001). Menurut Pavot dan Diener kepuasan hidup merupakan komponen kognitif dari *subjective well being* (Jawahar & Liu, 2016). Kepuasan hidup mengacu pada kepercayaan individu bahwa kehidupannya berjalan dengan baik (Lucas & Diener dalam Diener, 2009). Kepuasan hidup ini diketahui telah menghasilkan banyak pengaruh positif terhadap kinerja dan produktivitas seperti peningkatan karir dan keberhasilan (Audretsch & Belitski, 2015). Menurut Baron (2015) manfaat ini perlu dimiliki oleh seorang pengusaha. Hernaus (2015) menambahkan bahwa kepuasan hidup mampu meningkatkan performa yang baik bagi karyawan dalam pekerjaan mereka.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui secara ilmiah pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif yang di moderasi oleh kepuasan hidup pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif yang dimoderasi oleh kepuasan hidup pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dikemukakan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.
2. Mengetahui pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku inovatif yang dimoderasi oleh kepuasan hidup pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yang diuraikan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat untuk pengembangan di bidang keilmuan psikologi, khususnya mengenai konsep motivasi intrinsik dan kepuasan hidup serta perilaku inovatif.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman bagi pembaca untuk memahami konsep dari motivasi intrinsik dan kepuasan hidup serta perilaku inovatif.
- b. Penelitian ini akan bermanfaat bagi individu untuk mengetahui pentingnya perilaku inovatif bagi pelaku industri kreatif di Kota Bandung agar mampu secara aktif bersaing dalam lingkungan kerja maupun menciptakan peluang usaha.

E. Struktur Organisasi Proposal Penelitian

Sistematika proposal penelitian ini dibagi menjadi tiga bab sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini merupakan landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian. Bab ini menjelaskan konsep mengenai motivasi intrinsik, kepuasan hidup dan perilaku inovatif. Kemudian pada bab ini terdapat kerangka berpikir, asumsi dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengambilan data, instrumen penelitian yang digunakan serta teknik analisis data.

4. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
Bab ini berisi mengenai interpretasi dan analisis data. Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh serta cara analisis yang digunakan sehingga diperoleh sebuah data yang mampu mendukung atau membantah hipotesis penelitian.
5. **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**
Bab ini berisi mengenai kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dipaparkan pada BAB IV. Sedangkan rekomendasi merupakan anjuran yang diberikan kepada pengguna hasil penelitian atau peneliti selanjutnya mengenai hal-hal yang seharusnya diperbaiki ketika melakukan penelitian lanjut