

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang terkait dasar penelitian seperti latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi proposal penelitian.

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan ekonomi, pengetahuan dan pembaharuan ilmu, serta teknologi mendorong hampir semua organisasi dan industri untuk turut berkembang. Salah satunya sektor industri di Kota Bandung yang mengalami perkembangan pesat (Kartika, 2016). Sampai tahun 2014, Kota Bandung tercatat telah memiliki 400 outlet industri kreatif dan mampu menyerap kurang lebih 334.244 tenaga kerja (Herawati & Rudatin, 2014).

Industri kreatif telah dipetakan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia ke dalam 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). Dari 14 subsektor tersebut, industri *fashion* merupakan salah satu industri kreatif yang paling unggul di Kota Bandung (Herawati & Rudatin, 2014). Industri *fashion* telah berubah dari kebutuhan primer manusia sebagai penutup aurat menjadi kebutuhan akan mode, gaya dan tren (Jerusalem, 2009). Berkembangnya bisnis *fashion* di Bandung ini dibuktikan dengan banyaknya pelaku industri yang membuka *factory outlet*, percetakan, sablon, dan banyaknya *distribution store* (Hsein, 2013). *Brand* dan *apparel* yang tersebar di Kota Bandung pun merupakan salah satu market yang menjadi sumber kekuatan industri *fashion* di Kota Bandung (Hsein, 2013).

Perkembangan industri di Kota Bandung ini membuat para pelaku industri kreatif harus mempertahankan eksistensinya agar mampu bertahan dalam situasi yang kompetitif. Salah satunya dengan menerapkan inovasi atau ide-ide baru dalam bisnis mereka (Shalley, Zhou & Oldham, 2004). Inovasi akan memberikan dampak signifikan terhadap kinerja organisasional dan finansial

serta diyakini sebagai kemampuan paling kritis yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkesinambungan (Handoko, 2012).

Keberhasilan dari pelaku industri kreatif mengembangkan inovasi tergantung pada kreativitas anggotanya. Hal ini sependapat dengan penelitian dari Van de Ven (dalam De Jong, 2007) bahwa inovasi dari seorang individu merupakan sarana untuk mendorong keberhasilan organisasi. Pernyataan tersebut menunjukkan inovasi individual merupakan kunci keberhasilan organisasi.

Menurut Li & Zheng (2014) seorang individu akan sukses ketika memunculkan perilaku inovatif dalam melakukan setiap pekerjaannya. Perilaku inovatif adalah tindakan menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru dalam suatu pekerjaan untuk mencapai tujuan individu maupun organisasi (Scott, Bruce, 1994; Woodman, dkk, 1993; Robert, 2001). Penerapan ide-ide baru mampu meningkatkan kinerja suatu perusahaan atau organisasi, sehingga perilaku inovatif menjadi aspek penting yang harus selalu dikembangkan (Etikariena & Muluk, 2014). Perilaku inovatif ini didukung oleh kepribadian pelaku bisnis itu sendiri (Etikariena & Muluk, 2014).

Kepribadian individu yang senang melakukan pekerjaan dan aktivitas baru cenderung menggunakan ide-ide baru dalam melakukan pekerjaan (Rossberger & Krause, 2014). Sementara individu yang lebih responsif dan senang membantu orang lain mendorong pengimplementasian ide-ide baru dalam suatu pekerjaan (Rossberger & Krause, 2014). Perbedaan kepribadian individu ini berpengaruh pada potensi untuk menghasilkan ide-ide baru yang berbeda pula (Barron & Harrington, 1981; Zhou & Shalley, 2003). Perilaku inovatif telah diteliti berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya (Jung dalam Abdullah dkk, 2016). Kepribadian menjadi salah satu faktor internal yang diprediksi mempengaruhi munculnya perilaku inovatif.

Penelitian mengenai kepribadian dan inovatif yang pernah dilakukan Amo dan Kolvereid (2005) mengukur kepribadian menggunakan teori dan instrumen yang dikembangkan oleh Pinchot pada tahun 1985. Selain teori dan instrumen Pinchot (1985), teori lain yang berkembang berkembang pada akhir abad ke-20 adalah *big five* yang dikembangkan oleh McCrae dan Costa

pada tahun 1992. Teori *big five* sebelumnya disebut sebagai model lima faktor karena hanya bersifat mengklasifikasikan kepribadian manusia. Akan tetapi teori tersebut terus dikembangkan oleh McCrae dan Costa (1992) menjadi lebih komprehensif agar dapat digunakan dalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Teori *big five* McCrae & Costa (1992) menjelaskan predisposisi yang tinggi untuk setiap tipenya dan disusun lebih sistematis (James & Mazerolle, 2002; Costa & McCrae, 1992). Teori *big five* pun telah diteliti secara longitudinal bagi anak dan dewasa, dan telah dikonfirmasi mampu mengukur kepribadian di berbagai kultur dan teknik asesmen (McCrae & Jhon, 2002; Piedmont, McCrae & Costa, 1991). Penelitian ini mengukur lima tipe kepribadian yaitu *Neuroticism*, *Extraversion*, *Openness to experience*, *Agreeableness* dan *Conscientiousness*.

Neuroticism berlawanan dengan *Emotional stability* yang mencakup perasaan-perasaan negatif, seperti kecemasan, kesedihan, mudah marah, dan tegang. *Openness to experience* menjelaskan keluasan, kedalaman, dan kompleksitas dari aspek mental dan pengalaman hidup. *Extraversion* dan *Agreeableness* merangkum sifat-sifat interpersonal, yaitu apa yang dilakukan seseorang dengan dan kepada orang lain. Sementara *Conscientiousness* menjelaskan perilaku pencapaian tujuan dan kemampuan mengendalikan dorongan yang diperlukan dalam kehidupan sosial (Jilbeen, 2014).

Tipe kepribadian *big five* telah digunakan dalam penelitian sebagai prediktor dari kreativitas oleh Wahyuni (2015) dengan hasil tipe kepribadian *extraversion* memiliki hubungan yang signifikan dengan kreativitas, sementara tipe kepribadian yang lain tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kreativitas. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan kali ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh dari tipe kepribadian terhadap perilaku inovatif. Sehingga judul dari penelitian kali ini adalah Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Perilaku Inovatif pada pelaku industri kreatif di Kota Bandung.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian terhadap perilaku inovatif pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh tipe kepribadian terhadap perilaku inovatif pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Menambah wawasan mengenai teori tipe kepribadian dan perilaku inovatif, serta apakah keduanya terdapat pada diri pelaku industri kreatif di Kota Bandung.
2. Memberikan sumbangan referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama terhadap penelitian yang berkaitan dengan tipe kepribadian dan perilaku inovatif.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini dibagi menjadi lima bab sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian yang akan dilakukan.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan teori mengenai konsep tipe kepribadian dan perilaku inovatif. Selain itu bab ini juga berisi mengenai kerangka pemikiran, asumsi dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjabaran mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari desain

penelitian, popuasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengambilan data, instrument penelitian yang digunakan dan 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 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 lanjutan.