

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia dalam hidupnya dipengaruhi oleh budaya dimana dia berada, seperti nilai-nilai, keyakinan dan perilaku sosial atau masyarakat yang kemudian menghasilkan budaya sosial atau budaya masyarakat. Hal yang sama juga akan terjadi bagi para anggota organisasi dengan segala nilai, keyakinan dan perilakunya dalam organisasi kemudian menciptakan budaya organisasi. Wheelen dan Hunger dalam Nimran (1997), secara spesifik mengemukakan sejumlah peranan penting yang dimainkan oleh budaya organisasi, yaitu: 1. Membantu menciptakan rasa memiliki jati diri bagi anggota, 2. Dapat dipakai untuk mengembangkan keikatan pribadi dengan organisasi, 3. Membantu stabilitas organisasi sebagai suatu sistem social, 4. Menyajikan pedoman perilaku, sebagai hasil dan norma-norma perilaku yang sudah terbentuk.

Menurut Sweeny & McFarlin (2002: 334) mengemukakan bahwa budaya secara ideal mengkomunikasikan secara jelas pesan-pesan tentang bagaimana kita melakukan sesuatu atau tindakan, berperilaku di sekitar sini. Dari pemikiran tersebut dapatlah diinterpretasikan bahwa budaya memberikan arahan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku, bersikap, bertindak dalam suatu komunitas. Kata 'here' dalam pengertian di atas mengacu kepada suatu komunitas tertentu, baik itu berbentuk organisasi, perusahaan, atau masyarakat.

Pembahasan mengenai budaya organisasi mulai marak diperbincangkan pada awal tahun 1980an setelah Pettigrew menulis jurnal dengan judul “*On Studying Organizational Cultures*” dan diterbitkan oleh *Administrative Science Quarterly*. Tulisan tersebut merangsang para ahli organisasi dan praktisi bisnis untuk lebih memahami budaya organisasi dan pada tahun yang sama banyak perusahaan berlomba-lomba menciptakan budaya organisasi untuk mendukung pergerakan bisnisnya. Definisi budaya organisasi yang diajukan oleh Pettigrew yaitu budaya organisasi sebagai sistem makna yang diterima secara terbuka dan kolektif yang digunakan dalam satu kelompok orang tertentu pada satu waktu tertentu (Sobirin, 2002).

Menurut Robbins (1999) budaya organisasi adalah sistem nilai bersama dalam suatu organisasi yang menentukan tingkat bagaimana para karyawan melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi. Budaya organisasi juga didefinisikan sebagai suatu nilai-nilai yang mempedomani sumber daya manusia dalam menghadapi permasalahan eksternal dan usaha memahami nilai-nilai yang ada serta mengerti bagaimana mereka harus bertindak dan bertingkah laku. Dari berbagai pengertian yang telah dikemukakan tersebut, dapatlah dinyatakan bahwa budaya ini merupakan cara hidup termasuk di dalamnya cara berpikir, bertindak dan sebagainya dalam suatu komunitas tertentu organisasi/ perusahaan/masyarakat, sehingga membedakan karakteristik suatu komunitas dengan yang lainnya.

Menurut Schein (1992:12) salah satu teoritis organisasi dan manajemen memberikan definisi formal terhadap budaya organisasi bahwa budaya perusahaan sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang diterima, diciptakan atau

dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi belajar mengatasi atau menanggulangi masalah-masalah yang timbul akibat adaptasi eksternal atau integrasi internal yang sudah berjalan dengan cukup baik, sehingga perlu diajarkan kepada anggota-anggota organisasi baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan, dan merasakan berkenaan dengan masalah-masalah tersebut. Ndraha (2003:4) mengemukakan bahwa budaya perusahaan (corporate culture) merupakan aplikasi dari budaya organisasi (organizational culture) terhadap badan usaha atau perusahaan.

Studi budaya khususnya budaya inovasi yang dilakukan oleh beberapa peneliti terhadap pentingnya budaya inovasi pada masyarakat bagi pembentukan iklim inovasi dan ekonomi, diantaranya: 1) Penelitian tentang Corporate Culture Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk, yang menunjukkan bahwa Budaya perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan dan terbukti berdampak positif terhadap perkembangan citra Perusahaan (Santhi, 2011). 2) Penelitian tentang Budaya Organisasi Dalam Daur Hidup PT.BlueBird Sebagai Suatu Organisasi (studi pada PT.BlueBird jakarta), yang menunjukkan bahwa budaya organisasi dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan ancaman dari pesaing (Meliala, 2009). 3) Penelitian tentang Budaya Inovasi Sebagai Elemen Utama Pembentuk Sistem Inovasi Daerah di (Studi di Provinsi NTB dan Kalsel), yang menunjukkan bahwa strategi menumbuhkan budaya inovasi berdampak positif dengan adanya SIDa (sistem inovasi daerah) di NTB dibuktikan dengan meningkatnya populasi sapi betina produktif dari 38% menjadi 42% dari target

44% Tahun 2013 dan di KALSEL berdampak positif sebagai pendongkrak perekonomian daerah (Asmara, 2012).

Hasil penelitian yang dilakukan Santhi (2011), Meliala (2009) dan Asmara (2012) menunjukkan arti pentingnya nilai budaya organisasi dalam mempengaruhi perilaku dan sikap individu. Hasil penelitian tersebut memberikan indikasi bahwa terdapat hubungan antara individu maupun kelompok dengan budaya organisasi, dimana individu yang sesuai dengan budaya organisasi memiliki kecenderungan untuk mempunyai komitmen dan loyalitas tinggi pada organisasi, dan juga memiliki intensitas tinggi untuk tetap tinggal dan bekerja di organisasi, sebaliknya individu yang tidak sesuai dengan budaya organisasi cenderung untuk mempunyai komitmen dan loyalitas yang rendah, akibatnya kecenderungan untuk meninggalkan organisasi tentu saja lebih tinggi.

Budaya inovasi dapat diinterpretasikan secara luas dan bervariasi dengan berbagai cara. Budaya inovasi merupakan pemberian solusi baru yang dapat memberikan nilai pada pelanggan. Budaya inovasi sebagai fenomena psikologi dan sosial budaya, dimana kedua aspek tersebut dapat merupakan kunci keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi (Daghfous, Petrof & Pons, 1999). Budaya inovasi lebih merupakan aspek budaya organisasi yang mencerminkan tingkat keterbukaan terhadap gagasan baru. Inovasi ada dua macam, yaitu : inovasi yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental (Scot & Bruece, 1994), 1). Semua perilaku individu yang diarahkan untuk menghasilkan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal 'baru', yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi adalah perilaku inovatif, Inovasi yang sesuai dengan perilaku inovatif adalah inovasi incremental, Dalam

hal ini, yang melakukan inovasi bukan hanya para ahli saja tetapi semua karyawan yang terlibat dalam proses inovasi tersebut (Wess & Farr, dalam De Jong & Kemp, 2003). Bryd & Bryman (2003) mengatakan bahwa ada dua dimensi yang mendasari perilaku inovatif yaitu kreativitas dan pengambilan resiko.

Porcini, chief design officer di PepsiCo, berargumen bahwa budaya inovasi sejati bukanlah tentang menciptakan "hal besar berikutnya" untuk menangkap kembali perhatian konsumen yang menghilang, dia berpendapat bahwa perusahaan seharusnya berfokus untuk berhubungan dengan konsumen dalam hubungan yang lebih bermakna. Porcini mengatakan bahwa "Pemikiran desain" bukanlah sebuah pekerjaan, ia adalah gaya hidup', Sangat penting bagi perusahaan yang mau menumbuhkan budaya inovasi, Untuk membiasakan kolaborasi di antara departemen-departemen yang berbeda di perusahaan, mulai dari pemasaran, iklan, sampai ke penjualan, dan pengembangan produk baru. Lebih lanjut Porcini berkata, usaha kecil menengah (UMKM) lebih mampu berkolaborasi seperti itu daripada perusahaan besar, karena mereka cenderung memiliki lebih sedikit orang dan birokrasi sehingga memudahkan inovasi-inovasi itu akan tumbuh lebih cepat. Hubungan dan kerjasama antar seluruh bagian perusahaan akan memastikan bahwa ketika anda meluncurkan produk baru , Anda akan memberikan pesan holistic (it4ukm.blogspot.com).

Karakteristik UMKM di Indonesia, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh AKATIGA, *the Center for Micro and Small Enterprise Dynamic* (CEMSED), dan *the Center for Economic and Social Studies* (CESS) pada tahun 2000, adalah mempunyai daya tahan untuk hidup dan mempunyai kemampuan

untuk meningkatkan kinerjanya selama krisis ekonomi. Hal ini disebabkan oleh fleksibilitas UMKM dalam melakukan penyesuaian proses produksinya, mampu berkembang dengan modal sendiri, mampu mengembalikan pinjaman dengan bunga tinggi dan tidak terlalu terlibat dalam hal birokrasi (<http://infoukm.wordpress.com>). Dalam penelitian yang dilakukan wijayanti dan puspitasari (2005), diperoleh hasil bahwa sebagian besar jenis inovasi yang dilakukan oleh UMKM adalah inovasi produk, yaitu penciptaan produk-produk baru untuk dijual.

Pada dekade belakangan ini perhatian pada pengusaha kecil dan menengah (UMKM) baik di yang bersifat home industri, perdagangan maupun jasa, dalam bentuk kajian di Jawa Timur terus berkembang. Keadaan ini timbul sebagai akibat dari adanya kecenderungan bahwa pengusaha (wirausaha) kecil dan menengah menjadi kelompok yang marginal dalam kontelasi sosial ekonomi. Padahal peran usaha kecil dan menengah (UMKM) khususnya di Jawa Timur cukup besar, khususnya dilihat dari serapan tenaga kerja. Fakta menunjukkan bahwa ternyata pengusaha (wirausaha) kecil dan menengah lebih mampu bertahan selama krisis ekonomi. Hal ini memberikan keyakinan bahwa pengembangan ekonomi lokal dengan berbasis kerakyatan harus dilakukan untuk mendorong terbangunnya struktur perekonomian yang lebih tangguh dan stabil. Namun demikian dari beberapa kajian literatur tentang usaha kecil dan menengah (UMKM) khususnya di bidang industri garmen/konveksi belum begitu banyak atau jarang (<Http://Depkop.go.id/>, 2012). Perkembangan pada Naura Collection dalam kurun waktu 3 tahun belakangan ini mengalami suatu kemajuan yaitu semakin

bertambahnya unit/ cabang dari Naura Collection, dengan demikian menunjukkan bahwa Naura Collection sebagai UMKM tidak hanya bisa bertahan melainkan dapat berkembang.

Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan kajian dengan memfokuskan pada UMKM di bidang garmen/konveksi. Dipilihnya Naura Collection yang berada di kota probolinggo karena penulis terbantu akan letak Naura Collection yang tidak jauh dari tempat tinggal supaya mempermudah dalam mengumpulkan data dan juga penulis mengacu pada pernyataan dari teori Larsen and Lewis, (2007:11) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Adapun judul kajian dimaksud adalah **“Analisis Budaya Inovasi Dalam Menciptakan Perilaku Inovatif Karyawan Pada Naura Collection (Studi Kasus pada naura Collection Probolinggo)”**.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan non-positivistik. pendekatan non-positivistik yaitu memandang organisasi sebagai sebuah konstruksi sosial yang terdiri dari interaksi orang-orang yang terdapat di organisasi tersebut, dengan lain perkataan organisasi merupakan sebuah budaya karena terdapat *social interaction* antara masyarakat yang terdapat didalam organisasi dan non-positivistik dimulai dari suatu fenomena yang selanjutnya dialami untuk menghasilkan teori, tujuannya ialah untuk memahami makna atas pengalaman seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa pengalaman bukan kenyataan empirik yang bersifat obyektif, melainkan pelajaran yang bisa dipetik dari peristiwa yang dilalui seseorang, kebenaran diperoleh lewat

pemahaman secara holistik, dan tidak semata tergantung pada data atau informasi yang teramati, melainkan pula mendasarkan pada informasi yang tidak tampak dan digali secara rinci akal sehat (*common sense*) bisa menjadi landasan mencari kebenaran-kebenaran bersifat unik, dan tidak bisa berlaku secara umum dan diperoleh lewat proses induktif (Kattsoff, 2004).

1.2 Rumusan Masalah

Untuk lebih mempermudah penelitian ini nantinya, maka penulis akan fokus pada permasalahan yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “ *Bagaimanakah Budaya Inovasi Dalam Menciptakan Perilaku Inovatif Karyawan di Naura Collection Probolinggo*”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui budaya inovasi yang ada pada perusahaan sehingga budaya inovasi pada perusahaan tersebut dapat terukur secara ilmiah.

1.4 Batasan Masalah

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini sangat penting, karena akan menjadi batasan atau fokus pada variabel-variabel yang diteliti dan menjadi pedoman kerja bagi peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga mencegah terjadinya kesimpangsiuran terhadap proses penelitian.

Penelitian akan dibatasi dengan:

1. Lokasi dan variabel penelitian. Lokasi yang dimaksud adalah Naura Collection Kecamatan Kedopok Probolinggo, Jl. Raya Mastrip No. 125

Kedopok Probolinggo. Sedangkan variabel penelitian ini adalah:

(a) Budaya Inovasi, (b) perilaku Inovatif.

2. Subjek penelitian ini adalah: (a) pemilik perusahaan, dan
(b) para pekerja (karyawan).

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan tentang budaya inovasi pada Naura Collection Probolinggo.

2. Bagi pihak fakultas ekonomi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbangan pemikiran yang konstruktif dalam usaha sebagai bahan tambahan civitas akademika kampus UIN Maulana Malik Ibrahim.

3. Perusahaan

Dari penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam rangka mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan dan juga sebagai konsep baru perusahaan.

4. UMKM

Dari Hasil Penelitian ini dapat dijadikan literatur bagi UMKM untuk belajar dan mengembangkan usahanya.