

## Bab 1 Pendahuluan

### Latar Belakang Masalah

Revolusi industri mengubah praktik kerja manusia serta bagaimana cara mereka bertahan hidup. Manusia adalah kekuatan pendorong di balik semua bentuk kontrol industri karena mereka adalah fondasi peradaban global. Era Industri 4.0 didasarkan pada gagasan otomasi yang mengacu pada proses kerja tanpa membutuhkan tenaga manusia. Anggapan tersebut saat ini sedang mendapat serangan, khususnya dari revolusi industri yang akan berdampak buruk bagi tenaga kerja Indonesia. Gagasan *Society 5.0* (*Society 5.0*) merupakan gagasan yang mengakar pada manusia serta dapat menyeimbangkan kemajuan ekonomi dan stabilitas sosial berbasis teknologi. Menurut gagasan ini, manusia akan tetap eksis sebagai inti (*core*) masyarakat dan akan terkurung di era digital. (Rizali & Trisakti, 2020)

Manusia membutuhkan keterampilan dan keindahan yang melampaui kemampuan orang biasa untuk menciptakan ide baru dan memiliki nilai estetika. Definisi tersebut menggunakan beberapa kata serupa, antara lain kreativitas, keterampilan, dan bakat. Jika sumber daya intelektualitas yang kita miliki digunakan seefektif mungkin, hal ini akan memberikan sebuah penghidupan bagi seluruh elemen masyarakat. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan konsep "Industri Kreatif Indonesia", menjadi sebuah gagasan industri yang berfokus pada budaya, kreativitas, lingkungan serta warisan budaya dalam upaya memperkuat sektor kreatif Indonesia. (Kamil, 2015)

Dalam industri kreatif, karyawan sering kali terlibat dalam proyek-proyek yang memerlukan kreativitas tinggi dan keterlibatan emosional yang mendalam. Oleh sebab itu, *Job Embeddedness* hadir sebagai variabel yang mampu memungkinkan karyawan untuk merasa terhubung secara mendalam dengan pekerjaan dan perusahaannya, menciptakan rasa keterikatan

yang kuat. Hal ini dapat berdampak positif pada kreativitas karyawan, karena karyawan yang merasa nyaman dalam pekerjaan mereka cenderung lebih termotivasi untuk berkontribusi secara kreatif dan berinisiatif dalam menciptakan solusi yang inovatif. Maka dari itu, penting memahami dan memelihara *Job Embeddedness* menjadi krusial dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas karyawan dalam industri kreatif (Karatepe, 2016a).

N. A. Sari dkk., (2022) mendefinisikan konsep *Job Embeddedness* sebagai faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana suatu perusahaan memperlakukan karyawannya dan menggambarkan hubungan antara masyarakat dan individu-individu yang bekerja di lingkungan di mana mereka merasa terkurung oleh lingkungan mereka. *Job Embeddedness* dan hubungannya dengan berbagai faktor di Indonesia sangat penting mengingat variabel ini juga temuan yang relatif baru, dan apabila diteliti lebih lanjut, akan sangat bermanfaat untuk menentukan perilaku karyawan. (Sutampi dkk., 2019).

*Job Embeddedness* dijelaskan pula sebagai jaringan sosial yang mendorong orang terutama karyawan, untuk mempertahankan pekerjaan mereka karena berbagai faktor yang mendukungnya untuk bertahan, seperti hubungan sosial dan kecocokan pekerjaan, dibandingkan dengan banyaknya hal yang harus dikorbankan jika seorang karyawan keluar dari perusahaan. (Sutampi dkk., 2019).

Meskipun kesesuaian nilai-nilai organisasi dengan karyawan sangat penting untuk menciptakan kecocokan karyawan dengan organisasi dan lingkungan kerja mereka, rasa memiliki pada diri sendiri atau *job embeddedness* juga sangat penting. (Mitchell dkk., 2001). Ia mendeskripsikan *Job Embeddedness* sebagai berikut: “*Job Embeddedness is like a net or a web in which an individual can become stuck.*” Mereka yang sangat terikat memiliki banyak

hubungan sosial yang sangat dekat, yang berdampak pada perilaku mereka dalam mempertahankan pekerjaan mereka.

Selain ketidakcocokan, kurangnya hubungan dengan perusahaan menyebabkan kurangnya *Job Embeddedness* yang membuat kreativitas pada karyawan rendah (Karatepe, 2016). Jika karyawan merasa tidak terhubung satu sama lain atau tidak merasa memiliki kedekatan yang kuat dengan organisasi atau komunitas mereka, hal ini bisa dikatakan sebagai gejala yang menunjukkan rendahnya *job embeddedness*. (Mitchell dkk., 2001).

Menurut (Lee dkk., 2004), pegawai yang telah dibebani tugas dan tanggung jawab kerjanya akan merasa cocok dengan pekerjaan dan budaya organisasinya, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan motivasinya menuju kinerja kreatif. Selain itu, karyawan yang telah melekat pada pekerjaannya akan menjalankan peran utama dan tambahannya dengan lebih baik, yang mungkin mengarah pada pengembangan tingkat kinerja inovatif organisasi (Karatepe, 2016; Lee dkk., 2004). Karena *Job Embeddedness* menciptakan sejumlah besar hubungan, perasaan kecocokan dengan pekerjaan dan aset berharga yang mungkin terganggu akibat perpindahan karyawan, karyawan menjadi termotivasi untuk bekerja dengan cara yang lebih kreatif.

Menurut teori ini, karyawan dengan tingkat *Job Embeddedness* yang tinggi sering kali melibatkan diri mereka dalam bisnis organisasi dan menjalin hubungan mendalam dengan individu lain seperti kolega dan administrator. Hasilnya, mereka saling berbagi pengetahuan dan karyawan akan mencapai prestasi tingkat kreativitas yang lebih tinggi dalam pekerjaannya (Karatepe, 2016).

Atas dasar dari penjabaran di atas, menjadi penting kreativitas dimiliki setiap karyawan. . Kreativitas menurut Hughes dkk., (2018) adalah kemampuan untuk menciptakan solusi baru dari suatu problematika. Kreativitas karyawan diperlukan untuk penyelesaian tugas dan pemecahan masalah dalam kegiatan organisasi untuk menghasilkan ide, saran, perilaku inventif, dan nilai-nilai yang mendukung tujuan organisasi. Karyawan harus merespons secara kreatif dalam keadaan rentan dan berisiko dengan memberikan emosi, fokus, dan ketekunan mereka untuk menghadapi dinamika perusahaan.

Kreativitas karyawan dalam industri kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan inovasi, produktivitas, dan kelangsungan organisasi. Karyawan di industri kreatif sering diharapkan untuk menciptakan solusi baru dan berbeda untuk menyelesaikan masalah atau menghasilkan produk yang unik dan menarik perhatian konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas karyawan memainkan peran krusial dalam meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan ketahanan organisasi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan dalam industri kreatif untuk membangun budaya mencipta dan kreativitas kerja yang mendorong karyawan untuk berinovasi dan berkontribusi secara kreatif (Kusuma dkk., 2021).

Menurut David Campbell 1986 dalam Angkadjaja, kreativitas adalah kapasitas untuk menghasilkan hasil baru atau terobosan yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam arti lain menarik, unik, dan bermanfaat bagi masyarakat. Kapasitas untuk menangani masalah yang rumit, berpikir kreatif, dan menemukan cara baru untuk mencapai tujuan adalah semua komponen kreativitas. Campbell juga berpendapat bahwa siapa pun dapat belajar dan menumbuhkan kreativitas, bukan hanya beberapa individu brilian terpilih. Campbell menyoroti pentingnya menciptakan lingkungan di tempat kerja yang mendorong kreativitas, di mana anggota staf diizinkan untuk bereksperimen dan gagal saat memunculkan ide-ide baru.

Kreativitas menjadi penting pada karyawan di bidang industri kreatif, karena menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam menciptakan produk atau layanan yang inovatif dan menarik perhatian pasar. Karyawan di industri kreatif seringkali diharapkan untuk menciptakan solusi baru dan berbeda untuk menyelesaikan masalah atau menghasilkan produk yang unik dan menarik perhatian konsumen. Dilansir dari unairnews.com aktivitas kreatif tidak hanya dipengaruhi oleh internal karyawan, tetapi juga oleh perusahaan. Lingkungan kerja harus menawarkan orang kesempatan untuk meningkatkan kreativitas mereka.

Kreativitas adalah sikap yang memiliki kemampuan untuk menerima perubahan dan kebaruan, menemukan ide, dan melihat fleksibilitas terhadap kebiasaan. Kreativitas juga merupakan proses di mana orang kreatif bekerja keras untuk menghasilkan ide dan gagasan baru, yang kemudian digunakan untuk mengubah dan menyempurnakan karya mereka. (Bai dkk., 2016). Kreativitas karyawan adalah fenomena tingkat individu yang digambarkan sebagai pembuatan ide-ide inovatif yang didasarkan pada konsep yang sudah ada dan menawarkan solusi baru. (Ogbeibu dkk., 2018).

Kinerja karyawan dalam organisasi pada akhirnya akan meningkat sebagai hasil dari kemampuan orang-orang kreatif untuk membangun hal-hal baru, seperti solusi atas kesulitan dan hambatan dalam bekerja. Hal ini dapat menstimulus karyawan supaya bekerja lebih efisien untuk memenuhi pekerjaan serta tanggung jawab mereka. Namun, faktor manusia dan organisasi yang dapat mendorong atau menghambat kreativitas di tempat mereka bekerja terus memengaruhi bagaimana hubungan antara kreativitas dan kinerja berjalan (Ismail dkk., 2019).

Berdasarkan data statistik yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di tahun 2019, Indonesia memiliki 19,2 juta orang dari 126,5 juta orang yang bekerja di bidang tenaga ekonomi kreatif yang artinya 15,21% tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang kreatif.

Distribusi tenaga kerja ekonomi kreatif berdasarkan subsektor tahun 2019 didominasi oleh kuliner dengan total 49,54%. Persebaran pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat sebagai berikut. 3 besar subsektor ekonomi kreatif didominasi musik 31,36% kuliner 13,94% seni pertunjukan 12,47%. Yang sebagian besar berada di kota Bandung dengan persentase 17,59%.

Dilansir detik.com Kota Bandung masuk daftar kota kreatif versi UNESCO, Ibu kota Provinsi Jawa Barat ini adalah tempat yang penuh dengan inovasi dan kreativitas. Berkat banyaknya inisiatif yang dimotori oleh pemuda Bandung, Bandung secara teratur menyelenggarakan berbagai lokakarya, konferensi, dan festival. Situs UNESCO menyebutkan bahwa 56 persen aktivitas ekonomi Bandung berasal dari *fashion*, desain grafis, dan media digital. Kota Bandung telah menjadi anggota Jaringan Kota Kreatif UNESCO sejak tahun 2015.

Bandung terkenal dengan sebutan kota *fashion* karena melahirkan banyak pengusaha kreatif di bidang industri kreatif. Salah satu produk *fashion* adalah pakaian berbahan kaos dari beberapa produsen di Kota Bandung (Irjayanti & Azis, 2023). Ketiganya antara lain kerajinan tangan (*handicraft*), kuliner dan *fashion*. Disbudpar Sri Susiagawati, Direktur Dinas Ekonomi Kreatif Kota Bandung (Ekrafi), mengatakan hal itu dipengaruhi oleh struktur demografi Kota Bandung yang 68 persennya berusia di bawah 40 tahun. Selain itu, faktor sejarah seperti kota kreatif juga berperan besar. Dengan demikian, Kota Bandung memiliki banyak produk kerajinan, kuliner, dan *fashion*. Ketiga subsektor ini banyak menyumbang PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kota Bandung.

Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2009), industri kreatif adalah cabang ekonomi yang ditimbulkan dari hasil kerja karyawan berupa keterampilan, kreativitas, dan bakat orang untuk menciptakan kekayaan dan kesempatan kepada seluruh masyarakat untuk bisa bekerja. Sektor bidang ini berfokus pada peningkatan kreativitas dan daya kreatif individu.

Menurut Gramedia.com, terdapat 14 industri kreatif di Indonesia. Yakni percetakan dan penelitian pengembangan, layanan komputer dan software, desain, permainan interaktif, seni dan budaya, kerajinan, seni dan budaya, arsitektur, musik, film, dan televisi.

Organisasi Kekayaan Intelektual Dunia (WIPO) telah merilis Indeks Inovasi Global 2022. Dan dijelaskan bahwa Indonesia naik menjadi peringkat ke-75 dengan nilai 27,9 yang sebelumnya berada di peringkat ke-87 pada tahun 2021. Indonesia disusul oleh Georgia dan Jamaika yang masing-masing berada di peringkat ke-74 dan ke-76. Di tingkat regional, Indonesia berada di peringkat ke-13. Meliputi hasil tersebut, Indonesia berada di bawah negara-negara ASEAN lainnya yaitu Filipina, Vietnam, Malaysia, Singapura dan juga Thailand.

Jika mengacu pada data data tersebut kreativitas pada industri kreatif negara kita masih tergolong kategori rendah, maka dalam hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih membutuhkan upaya lebih untuk meningkatkan kreasi inovasi dari berbagai industri, khususnya industri kreatif.

Pada penelitian sebelumnya (Karatepe, 2016) berhasil membuktikan bahwa *job embeddedness* dapat meningkatkan *creative performance* karyawan. Hal ini kongruen dengan teori *job embeddedness* itu sendiri yakni menjadi variabel kunci yang mengkorelasikan variabel *on-the-job* dan *off-the-job* terhadap *employee outcomes*. Pada penelitian lainnya yang ditulis oleh (Shah dkk., 2020) menjelaskan bahwa *job embeddedness* memiliki dampak positif terhadap *creative work performance* individu. Hasil ini kongruen dengan teori (Karatepe & Vatankhah, 2014) yang menjelaskan bahwa *creative performance* individu bisa menjadi tinggi apabila disertai dengan fasilitas *job embeddedness* yang menunjang.



Dengan realisasi ini, penelitian ini menyelidiki bagaimana *Job Embeddedness* mempengaruhi kinerja kreatif karyawan. Selain potensi kontribusi yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini juga dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan industri kreatif dalam memperoleh dan mempertahankan karyawan berbakat yang diharapkan menunjukkan tingkat kinerja kreatif yang lebih tinggi.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh *Job Embeddedness* terhadap kreativitas pada pekerja industri kreatif di Kota Bandung?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh *Job Embeddedness* terhadap kreativitas pada pekerja industri kreatif di Kota Bandung.

### **Kegunaan Penelitian**

#### ***Kegunaan Teoritis***

Secara teoritis, penelitian ini diperlukan dengan tujuan dapat memberi manfaat sebagai perkembangan keilmuan serta kajian psikologi, terkhusus psikologi industri serta organisasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi rujukan lebih lanjut bagi penelitian mendatang yang akan meneliti terkait *Job Embeddedness* dan kreativitas.

#### ***Kegunaan Praktis***

Secara praktis, hasil daripada penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk individu pada pekerja di Kota Bandung, terutama yang bergerak di bidang industri kreatif. Agar mereka dapat lebih meningkatkan keterikatan diri mereka dengan pekerjaannya serta meningkatkan kreativitas di kalangan industri kreatif. Sehingga mereka yang merasa tidak yakin



dengan kreativitasnya menjadi sadar bahwa semakin seseorang merasa terikat dengan pekerjaannya maka semakin meningkat pula kreativitas dari pada setiap individu.

