

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Persaingan yang tinggi dalam sebuah perusahaan menuntut untuk memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan mempunyai loyalitas yang tinggi sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. Pentingnya loyalitas karyawan adalah untuk memberikan ruang untuk tumbuh, kreatifitas, dan penghargaan secara adil, memberi karyawan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan tanggung jawab, dengan tujuan yang ditetapkan perusahaan (Imaniyah, Firdaus, Agung 2022). Apabila dalam suatu perusahaan, karyawan memiliki loyalitas yang rendah ketika melaksanakan pekerjaannya maka perusahaan tersebut mengalami kerugian yang disebabkan karena tidak bekerja dengan seluruh kemampuan yang dimiliki (Imaniyah, Firdaus, Agung, 2022). Loyalitas karyawan merupakan sikap positif karyawan terhadap perusahaan tempat bekerja. Pegawai dengan sikap loyalitas yang tinggi dapat bekerja tidak hanya untuk dirinya sendiri namun juga untuk kepentingan diperusahaan. Sikap mental karyawan akan diperlihatkan kepada perusahaan yaitu karyawan akan selalu setia kepada perusahaan, walaupun perusahaan naik atau turun merupakan definisi dari loyalitas (Citra, 2019). Di era globalisasi saat

ini dengan pasar tenaga kerja yang variatif, menjaga loyalitas karyawan menjadi semakin penting, karena karyawan memiliki peran utama dalam setiap kegiatan operasional perusahaan (Purnamasari dan Sintaasih, 2019).

Terlebih, saat ini perusahaan-perusahaan memiliki karyawan yang sebagian besar adalah generasi milenial dan Z yang memiliki karakter-karakter yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Terdapat banyak kelebihan yang dipunyai Generasi milenial dan Z salah satunya adalah mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*) (Bencsik, Csikos, dan Juhez, 2016). DeRosa (2018) bahkan mengungkapkan bahwa semakin cepat perusahaan mulai bersiap untuk mengelola generasi Z maka semakin baik posisi mereka untuk bersaing di pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif.

Tetapi, generasi milenial dan Z juga menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia (Putra, 2017). Generasi milenial dan Z dianggap sebagai generasi yang tidak memiliki komitmen organisasi yang kuat (Wardhani, Quarniawati, dan Putra, 2020). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan Deloitte pada tahun 2018 dikutip dari [shiftindonesia.com](http://shiftindonesia.com) ditemukan fakta bahwa karyawan milenial dan Generasi Z memiliki loyalitas pada perusahaan yang rendah. Pada survei ini sebanyak 43% karyawan berencana meninggalkan pekerjaan mereka dalam waktu dua tahun ke depan, hanya 28% yang berencana bertahan untuk waktu lebih dari lima tahun.

Tetapi, generasi milenial dan Z juga menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia (Putra, 2017). Generasi milenial dan Z dianggap sebagai generasi yang tidak memiliki komitmen organisasi yang kuat (Wardhani, Quarniawati, dan Putra, 2020). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan Deloitte pada tahun 2018 dikutip dari [shiftindonesia.com](http://shiftindonesia.com) ditemukan fakta bahwa karyawan milenial dan Generasi Z memiliki loyalitas pada perusahaan yang rendah. Pada survei ini sebanyak 43% karyawan berencana meninggalkan pekerjaan mereka dalam waktu dua tahun ke depan, hanya 28% yang berencana bertahan untuk waktu lebih dari lima tahun.

Menurut Francis dan Hoefel (2018 dalam Laksono, 2020) generasi milenial dan Z memiliki sifat yang unik dalam hal loyalitas, mereka lebih menuntut perusahaan untuk memberikan apa yang mereka butuhkan agar mereka loyal kepada perusahaan tersebut. Generasi z atau milenial saat ini banyak juga yang mencari tempat atau wadah untuk mereka menuangkan sebuah ide maupun prestasi. Iqbal (2019) menunjukkan bahwa iklim kreatif terkait dengan preatasi kreatif terlepas dari budaya atau budaya organisasi, ini menyiratkan bahwa iklim kreatif lebih cocok untuk kerja kreatif dan dapat juga mengarah pada perolehan keunggulan yang kompetitif. Penelitian Dewi (2016), Iqbal (2019) dan Trang (2016) yang menyatakan bahwa iklim organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas karyawan. Penelitian dari Utami (2019) menyatakan bahwa iklim kreatif berpengaruh penting terhadap loyalitas. Organ

(2020) menyatakan bahwa meningkatnya iklim kreatif dapat mempengaruhi loyalitas.

Selain iklim kreatif, dukungan organisasi penting untuk generasi milenial dan z untuk tetap bertahan disebuah organisasi maupun perusahaan. Dukungan organisasi yang diberikan oleh atasan terhadap karyawan mampu mencerminkan rasa peduli dan secara pribadi seorang karyawan akan merasa dihargai atas pekerjaannya (Supriadi, Satrya, dan Priyati, 2021). Dukungan organisasi atasan yang diberikan dapat berupa sebagai apresiasi secara lisan dan peluang berkomunikasi secara intensif atas capaian pekerjaan yang telah diberikan (Siswanti dan Pratiwi, 2020). Artinya, dukungan organisasi yang diberikan mampu memberikan dampak yang begitu besar bagi karyawan untuk menyelesaikan tugasnya sehingga dalam mengerjakan akan lebih cepat selesai dan berimbas pada peningkatan kinerja karyawan (Ekowati dan Finthariasari, 2021). Karyawan yang merasa diberi dukungan oleh perusahaan cenderung memiliki mindset untuk memajukan perusahaannya. Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Malanuwa, Ibrahim, Yakup, dan Karundeng (2023), Nuswantoro (2021) dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Salah satu karakter dari generasi milenial dan z adalah perilaku inovatif mereka. Perilaku inovatif didefinisikan sebagai keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pengenalan dan penerapan dari suatu yang baru dan menguntungkan kepada organisasi. Menurut Hadi (2020) Perilaku inovatif

dilakukan untuk mendatangkan hasil baru yang menguntungkan. Ide tersebut datang dari pihak individu yang membawanya, mengembangkan dan dapat memodifikasinya. Generasi milenial dan z dikenal sebagai generasi yang inovatif, mereka memiliki ide-ide baru dan menyukai hal-hal baru. Pada dasarnya perilaku inovatif akan mendorong individu untuk melakukan perubahan cara kerja dengan mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya. Perilaku inovatif dapat ditumbuhkan dengan lebih memperhatikan pemberdayaan organisasi agar dapat meningkatkan perilaku inovatif (Taradita, 2019). Dari literatur ditemukan bahwa perilaku inovatif ini juga bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas seseorang (Dio, 2021). Dalam penelitian Sambentiro, Tumbel, dan Makuan (2023) menunjukkan bahwa perilaku inovatif sangat berpengaruh positif terhadap suatu loyalitas. Hasil penelitian Indriyani dan Fathimah (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara perilaku inovatif terhadap loyalitas. Penelitian yang dilakukan oleh Aryoni (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh perilaku inovatif yang signifikan terhadap konsumen.

Loyalitas rendah dikalangan karyawan generasi milenial maupun z menunjukkan adanya gap fenomena. Hal ini dikarenakan tidak ada perusahaan yang menginginkan loyalitas yang rendah. Dari gap fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh faktor-faktor yang telah

disebutkan yaitu iklim kreatif, dukungan organisasi terhadap loyalitas melalui perilaku inovatif sebagai variabel intervening.

Penelitian ini akan menguji kembali pengaruh iklim kreatif, dukungan organisasi, dan perilaku inovatif terhadap loyalitas karyawan berdasar gap fenomena yang peneliti temukan. Penelitian secara khusus akan menguji peran mediasi dari perilaku inovatif, karena dalam beberapa penelitian sebelumnya penulis menemukan perilaku inovatif karyawan ternyata dipengaruhi juga oleh iklim kreatif dan dukungan organisasi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan yang sudah dijelaskan sebelumnya rumusan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut: loyalitas iklim dukungan perilaku

1. Apakah iklim kreatif berpengaruh positif terhadap loyalitas?
2. Apakah dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas?
3. Apakah perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap loyalitas?
4. Apakah iklim kreatif berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif?
5. Apakah dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif?
6. Apakah perilaku inovatif dapat memediasi iklim kreatif terhadap loyalitas?
7. Apakah perilaku inovatif dapat memediasi dukungan organisasi terhadap loyalitas?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan yang ada diperumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui iklim kreatif berpengaruh positif terhadap loyalitas.
2. Untuk mengetahui dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas.
3. Untuk mengetahui perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap loyalitas.
4. Untuk mengetahui iklim kreatif berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif.
5. Untuk mengetahui dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif.
6. Untuk mengetahui perilaku inovatif dapat memediasi iklim kreatif terhadap loyalitas.
7. Untuk mengetahui perilaku inovatif dapat memediasi dukungan organisasi terhadap loyalitas.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapatkan dalam penulisan ini yaitu:

1. Teoritis

Sebagai sarana menambah pengetahuan penulis dalam penerpan ilmu pengetahuan berdasarkan kasus yang terjadi.

2. Praktis

Sebagai bahan dalam melihat pengaruh iklim kreatif serta dukungan organisasi terhadap loyalitas didalam sebuah organisasi ataupun perusahaan.