

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

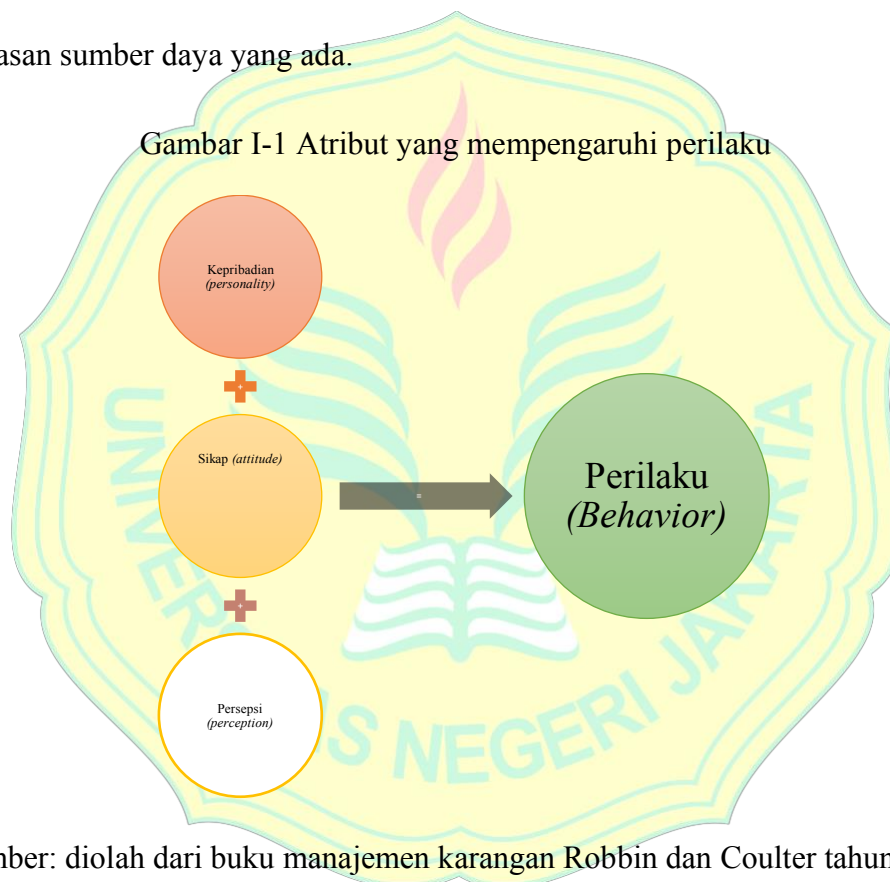
Sumber daya manusia (SDM) mempunyai kontribusi penting dalam organisasi, namun demikian kontribusi yang diberikan tersebut belum sepenuhnya dihargai oleh perusahaan. Perusahaan menganggap bahwa kontribusi tersebut tidak secara langsung terkait dengan tujuan organisasi. Sebagai contoh: perilaku suka menolong rekan kerja yang sedang berhalangan, peduli dengan lingkungan kerja, serta perilaku lainnya, walaupun itu membantu organisasi namun hal itu tidak dihargai secara langsung oleh perusahaan. Menurut Organ (1988), sikap individu sebagaimana contoh di atas termasuk dalam *organizational citizenship behavior* (OCB), yaitu sebuah konsep tentang perilaku individu yang dilakukan secara sukarela, dimana sikap tersebut tidak secara formal diatur oleh organisasi namun berpengaruh positif pada budaya kerja dan kinerja. Walaupun tidak secara langsung dihargai oleh organisasi, faktanya OCB tetap ada dalam organisasi.

Menurut Griffin dan Moorhead (2013), perilaku (*behavior*) dipengaruhi oleh kepribadian (*personality*), sikap (*attitude*) dan persepsi (*perception*), pengaruh ketiga atribut dapat dilihat pada gambar I.1. Kepribadian (*personality*) didefinisikan sebagai atribut psikologis yang membedakan setiap individu dengan individu lain, yang dipengaruhi oleh faktor genetik dan lingkungan. Sikap (*attitude*) merupakan kumpulan dari apa yang diyakini seseorang dan perasaan atas ide tertentu, situasi dan orang lain. Sedangkan persepsi (*perception*) adalah proses bagaimana individu menjadi peduli dan menginterpretasikan informasi tentang lingkungannya.

Sedangkan menurut Robbins dan Coulter (2016), kepribadian (*personality*) didefinisikan sebagai kombinasi unik dari pola emosional, pikiran, dan perilaku yang

mempengaruhi bagaimana seseorang bereaksi terhadap situasi dan berinteraksi dengan orang lain. Sikap (*attitude*) merupakan pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan atau tidak menyenangkan, tentang sesuatu, seseorang maupun peristiwa. Sedangkan persepsi (*perception*) adalah proses memberi makna pada lingkungan dengan mengatur dan menafsirkan kesan sensorik. Dari tiga atribut yang mempengaruhi perilaku, dua atribut akan coba diteliti lebih lanjut yaitu atribut sikap (*attitude*) dan persepsi (*perception*) sedangkan atribut kepribadian (*personality*) tidak diteliti mengingat keterbatasan sumber daya yang ada.

Gambar I-1 Atribut yang mempengaruhi perilaku

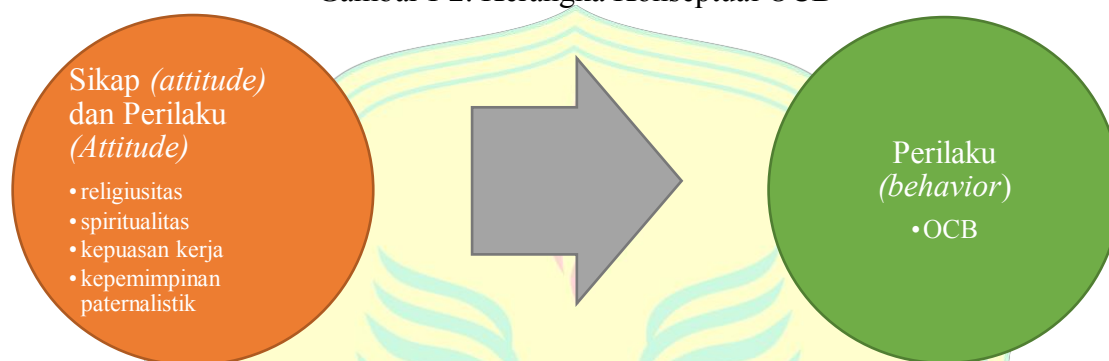


Sumber: diolah dari buku manajemen karangan Robbin dan Coulter tahun 2016

Jika merujuk kepada definisi atribut sikap (*attitude*) dan atribut persepsi (*perception*), dapat diduga bahwa perbedaan keyakinan atas nilai-nilai, perasaan individu, cara berfikir individu akan mempengaruhi perilaku OCB individu. maka pertanyaan selanjutnya adalah seberapa besar perbedaan keyakinan atas nilai-nilai, perasaan individu, cara berfikir individu akan mempengaruhi perilaku OCB individu. Untuk melihat pengaruh tersebut kami memilih variabel religiusitas, spiritualitas,

kepemimpinan paternalistik dan kepuasan kerja dalam mempengaruhi perilaku OCB individu. Adapun alasan pemilihan variabel tersebut dikarenakan alasan heterogenitas kondisi sosial yang ada di Indonesia baik dari segi suku dan asal daerah, agama dan kepercayaan, dan ras yang akan selalu ada dalam sebuah organisasi yang dikenal sebagai *work diversity*. Kerangka konseptual atas variabel yang mempengaruhi OCB dapat dilihat pada gambar I-2 dibawah ini:

Gambar I-2. Kerangka Konseptual OCB



Sumber: diolah dari buku manajemen karangan Robbin dan Coulter tahun 2016.

Selain alasan sebagaimana diatas, religiusitas menarik untuk diteliti karena kebanyakan riset yang dilakukan tentang religiusitas hanya ditujukan untuk sampel dari agama tertentu saja, sehingga pengukurannya didasarkan pada nilai-nilai spesifik dari agama yang dianut oleh sampel/partisipan. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini mencoba mengukur variabel religiusitas secara umum yang bisa mewakili partisipan dari enam agama. Hampir sama dengan religiusitas, sering didengar istilah spiritualitas untuk menjelaskan kondisi yang mirip dengan religiusitas, lalu apa sebenarnya spiritualitas itu.

Religiusitas dan spiritualitas berisi nilai-nilai (*values*) yang diyakini oleh individu yang mempengaruhi perilakunya, perbedaannya bahwa spiritualitas di negara barat seperti Amerika lebih berkonotasi positif dibandingkan religiusitas, religiusitas dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat memecah persatuan dan menganggap hal itu sebagai

kebutuhan personal yang tidak untuk ditonjolkan dalam ruang publik. Sedangkan di negara Timur seperti Indonesia religiusitas justru sangat ditonjolkan dalam ruang-ruang publik karena perbedaan agama dianggap sebagai sebuah keniscayaan yang harus diterima. Oleh sebab itu penelitian variabel spiritualitas perlu dilakukan untuk menginvestigasi pengaruhnya di negara Timur seperti Indonesia.

Selanjutnya dalam penelitian ini mencoba menginvestigasi variabel kepemimpinan paternalistik. Hal ini dikarenakan bahwa pada dasarnya di negara demokrasi seperti Indonesia yang menjunjung tinggi demokrasi dan kebebasan berpendapat, faktor authoritarianisme secara umum tidak disukai oleh masyarakat Indonesia, oleh karena itu kepemimpinan paternalistik dimana didalamnya terdapat dimensi authoritarianisme menjadi menarik untuk diteliti. Selain itu faktor lain yang menjadi dasar ketertarikan atas variabel kepemimpinan paternalistik karena variabel ini relatif masih jarang diteliti, namun demikian sejak Silin (1976), Cheng (1995a, 1995b) meneliti di Taiwan, dan Redding (2013) di China, dan serta Irwanto et al. (2011, 2012) di Indonesia, kepemimpinan paternalistik terus mendapat perhatian banyak peneliti.

Selanjutnya adalah variabel kepuasan kerja, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Koys (2001), Yoon dan Suh (2003), Schleicher et al. (2004), Gonzales dan Garazo (2006), Foote dan Tang (2008), and Yee et al. (2008), bahwa kepuasan kerja individu mempengaruhi OCB. Kepuasan terhadap berbagai aspek pekerjaan mendorong perilaku positif di antara karyawan (Zeinabadi, 2010). Variabel kepuasan kerja akan digunakan sebagai variabel mediasi atau intervening, dalam menghubungkan variabel bebas kepemimpinan paternalistik, religiusitas, dan spiritualitas dengan variabel terikat OCB.

Lima variabel penelitian ini akan dicoba untuk diteliti pada industri kreatif. Menurut *Department of Culture, Media, and Sport* (DCMS) dalam (Moeran, 2021),

mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan-kegiatan yang berasal dari kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dan yang memiliki potensi kekayaan dan penciptaan lapangan kerja melalui eksploitasi umum kekayaan intelektual. Sedangkan menurut *World Intellectual Property Organisation (WIPO)* industri kreatif adalah Industri yang menggunakan hak cipta dan perlindungan hak lainnya, atau sering disebut sebagai industri berbasis hak cipta atau kreatif. Mereka menghasilkan kontribusi langsung dan tidak langsung terhadap kinerja dan pembangunan ekonomi dan dianggap semakin penting untuk pencapaian tujuan ekonomi dan sosial nasional. Industri kreatif berorientasi pada produsen, yaitu produsen yang fokus pada proses kerja kreatif dalam organisasi, dengan kata lain, industri kreatif berorientasi pada produk. Pengelompokan bidang usaha dalam industri kreatif dapat dilihat pada tabel I-1 dibawah ini.

Tabel I-1 Pengelompokan Industri Kreatif

UK DCMS Model	WIPO Copyright Model	Badan Industri Kreatif (BEKRAF)
Advertising Architecture Art and antiques market Crafts Design Fashion Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Video and computer games	Core copyright industries: Advertising Collecting societies Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Visual and graphic art Partial copyright industries: Architecture Clothing, footwear Design Fashion Household goods Toys Interdependent copyright industries: Blank recording material	pengembang aplikasi dan game arsitektur desain interior desain komunikasi visual desain produk fashion film, animasi dan video fotografi kriya kuliner musik penerbitan periklanan seni pertunjukan seni rupa televisi dan radio.

UK DCMS Model	WIPO Copyright Model	Badan Industri Kreatif (BEKRAF)
	Consumer electronics Musical instruments Paper Photocopiers, photographic equipment	

Sumber: dikutip dari buku *Creative and Cultural Industries in East Asia: An Introduction*. Routledge, 2021.

Jika dilihat pengelompokan industri kreatif dari tiga sumber diatas maka perbedaan yang mencolok adalah seluruh kelompok usaha yang ada di UK DCMS diadopsi seluruhnya baik WIPO maupun Indonesia. Sedangkan bidang usaha *collecting societies, household goods and toys* yang masuk dalam kategori WIPO tidak masuk baik di UK DCMS maupun Indonesia. Sedangkan di Indonesia seluruh bidang usaha yang masuk dalam industri kreatif juga masuk dalam kategori UK DCMS dan WIPO kecuali untuk bidang usaha kuliner dan fotografi. Oleh karena perbedaan antara ketiga sumber tersebut tidak signifikan maka kami menganggap bidang usaha yang telah ditetapkan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) dapat digunakan sebagai sampel penelitian.

Berdasarkan studi literatur yang penulis lakukan, dari 100 jurnal yang ditemukan melalui pencarian melalui website google cendekia dengan kata kunci "*organizational citizenship behavior*" pada rentang waktu 1 s.d. 7 Juli 2019, diperoleh rekapitulasi sebagaimana tabel I-2.

Tabel I-2 Rekapitulasi Objek Penelitian OCB

Objek penelitian	Jumlah	Objek penelitian	Jumlah	Objek penelitian	Jumlah
Kesehatan	13	Engineer	2	Penerbangan	1
Hotel	11	Pharmaceutical	2	Metal industri	1
Manufaktur	10	Teacher	2	travel agent	1
University	9	Insurance	2	Petrokimia	1

Objek penelitian	Jumlah	Objek penelitian	Jumlah	Objek penelitian	Jumlah
Perbankan	7	Non-profit	2	Sport	1
Education	8	Elektrical	2	Atlit	1
Pemerintah	6	Komputer	2	akuntan	1
Service	5	real-estate	1	lawyer	1
financial	4	Bioscience	1	Therapy	1
Konstruksi	4	Applied science	1	Banking customer	1
Telekomunikasi	3	Course	1	Energi sector	1
Retail	3	Training	1	Agriculture	1
Tourism	3	Militer	1	Job management	1
IT	3	Konseling	1	Literature review	6
Restaurant	2	Konsultan	1	lain-lain	18

Sumber: diolah dari *google scholar*, 2019.

Terlihat bahwa penelitian OCB pada industri kreatif masih sangat minim dilakukan, selain itu penelitian yang ada hanya melibatkan satu bidang usaha, namun tidak melihat pada industrinya dalam hal ini industri kreatif. Sehingga diharapkan, hasil penelitian ini dapat membantu para pelaku di industri kreatif dalam mengarahkan OCB bawahannya yaitu dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dengan demikian, penelitian ini nantinya akan menguji sebuah model atas faktor-faktor yang mempengaruhi OCB pada industri kreatif di Indonesia, dengan variabel bebas berupa kepemimpinan paternalistik, spiritualitas, dan religiusitas, dengan variabel mediating/intervening berupa kepuasan kerja, dan variabel terikat berupa OCB.

1.2. Pembatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada perusahaan atau pelaku usaha pada industri kreatif. Kategorisasi industri kreatif sebagaimana diatur oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) yang meliputi 16 kelompok usaha yang tersebar di wilayah Indonesia.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Untuk dapat mewujudkan tujuan penelitian, maka beberapa pertanyaan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan paternalistik terhadap OCB pegawai industri kreatif?
2. Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan paternalistik terhadap OCB melalui kepuasan kerja pegawai industri kreatif?
3. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap OCB pegawai industri kreatif?
4. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap OCB melalui kepuasan kerja pegawai industri kreatif?
5. Apakah terdapat pengaruh spiritualitas terhadap OCB pegawai industri kreatif?
6. Apakah terdapat pengaruh spiritualitas terhadap OCB melalui kepuasan kerja pegawai industri kreatif?
7. Apakah terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap OCB pegawai industri kreatif?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah berusaha untuk menguji dan menganalisis pengaruh:

1. Kepemimpinan paternalistik terhadap OCB pegawai industri kreatif.
2. Kepemimpinan paternalistik terhadap OCB melalui kepuasan kerja pegawai industri kreatif.
3. Religiusitas terhadap OCB pegawai industri kreatif.
4. Religiusitas terhadap OCB melalui kepuasan kerja pegawai industri kreatif.
5. Spiritualitas terhadap OCB pegawai industri kreatif.
6. Spiritualitas terhadap OCB melalui kepuasan kerja pegawai industri kreatif.

7. Kepuasan kerja terhadap OCB pegawai industri kreatif.

1.5. Signifikansi Penelitian

Mengetahui kepemimpinan yang paling cocok diterapkan disebuah perusahaan merupakan hal yang menarik dilakukan, hal ini akan membuka pemahaman sekaligus memudahkan bagi praktisi/manajer membandingkan dan mempraktekkan kepemimpinan yang paling cocok diterapkan (Robbins & Coulter, 2016). Kepemimpinan yang efektif akan mampu berkontribusi pada kinerja serta berdampak pada meningkatnya kepuasan kerja, dan meningkatnya OCB (Yeh et al., 2008). Riset-riset yang bermuara pada meningkatkan kinerja perusahaan selalu menarik untuk diteliti, karena pada dasarnya hampir setiap perusahaan ingin mencapai kinerja terbaiknya, tentunya termasuk didalamnya kinerja sumber daya manusianya. Namun demikian minimnya literatur yang memasukkan faktor spiritualitas dan religiusitas dalam penelitian sumber daya manusia, menjadi hal yang menarik untuk diteliti (Moberg, 2002), dengan tujuan untuk mengelaborasi dan mengklarifikasi apakah faktor spiritualitas dan religiusitas juga berpengaruh terhadap kepuasan kerja, OCB karyawan.

1.6. Kebaruan Penelitian (State of the Art)

Menurut penulis, kebaruan penelitian ini terletak pada masih terbatasnya penelitian OCB dengan antecedent kepemimpinan paternalistik di Indonesia, mengingat variabel kepemimpinan paternalistik masih relatif baru dan belum banyak penelitiannya di Indonesia, penelitian tentang kepemimpinan paternalistik dilakukan oleh Silin (1976), Cheng (1995a, 1995b) di Taiwan, dilanjutkan oleh Redding (2013) di China, dan di Indonesia oleh Irwanto et al. (2011, 2012). penelitian OCB dikaitkan dengan kepemimpinan paternalistik menarik dilakukan mengingat disatu sisi OCB menghendaki bawahan untuk mau menolong orang lain dalam bekerja, namun disisi lain, dalam kepemimpinan paternalistik terdapat dimensi *autoritarian* dari atasan ke bawahannya,

apakah sikap otoriter tersebut akan berpengaruh positif terhadap OCB bawahan ataukah sebaliknya akan membuat bawahan enggan melakukan OCB. Tentunya hal ini sangat menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut.

Selain itu penelian OCB dengan antecedent religiusitas dan spiritualitas juga menarik diteliti. Apakah religiusitas dan spiritualitas bawahan akan mempengaruhi OCB seseorang. Apakah orang yang religius dalam arti seseorang yang selalu mengingat Tuhan akan lebih siap membantu orang lain (OCB). Ataukah orang yang spiritual dalam arti seseorang yang selalu ingin berbuat baik (namun tidak secara langsung mengaitkan dengan Tuhan) akan lebih siap membantu orang lain. Selain itu, adanya perbedaan konotasi terminologi religiusitas dan spiritualitas di Indonesia dan negara Barat juga membuat variabel religiusitas dan spiritualitas semakin menarik diteliti, di Indonesia pada umumnya menganggap bahwa seseorang yang religius akan lebih baik dibandingkan spiritual, sebaliknya di negara Barat, menganggap spiritualitas lebih utama dibandingkan religiusitas. Secara umum negara timur termasuk Indonesia didalamnya lebih menjunjung tinggi kebersamaan dan religiusitas sedangkan negara barat lebih menjunjung tinggi individualitas dan spiritualitas. Oleh sebab itu, dengan adanya perbedaan tersebut maka pengujian atas variabel religiusitas dan spiritualitas terhadap variabel OCB dirasa perlu untuk dilakukan.

Kebaruan yang lainnya adalah terkait objek penelitian yang dilakukan pada industri kreatif. Berdasarkan studi literatur yang penulis lakukan melalui *google cendekia* selama kurun waktu 1 - 7 Juli 2019 (lampiran 2) diperoleh hasil bahwa belum ada satupun peneliti yang melakukan penelitiannya pada industri kreatif. Dalam penelitian tersebut kebanyakan dilakukan hanya pada satu kelompok usaha namun tidak pada industrinya. Oleh sebab itu penelitian terhadap industri kreatif termasuk hal yang baru dan menarik untuk dilakukan.