



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

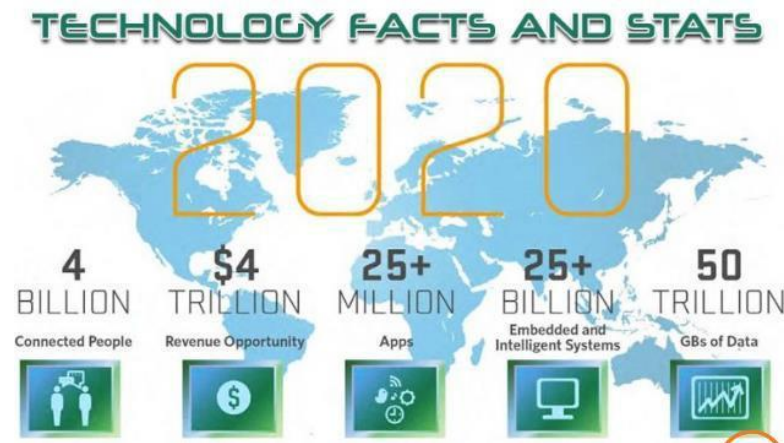
Teknologi yang terus berkembang mempengaruhi kemajuan di segala bidang kehidupan. Dalam prediksi *Indonesian Data Center* (IDC) pada bidang teknologi informasi dan industri di Indonesia sepanjang tahun 2019 hingga tiga tahun kedepan menyebutkan pada tahun 2022 yang akan datang ada lebih dari 61% PDB (produk domestik bruto) negara akan menitikberatkan pada perkembangan *digital*. Sementara pertumbuhan lini industri akan didorong peningkatan penawaran, operasional dan hubungan secara *digital*. Oleh sebab itu, IDC memperkirakan jumlah belanja *Information and Communications Technology* (ICT) di Indonesia akan mencapai Rp465 triliun (Damar, 2019).

Vice President of Market Insight Public Affairs and Communications Department Huawei yaitu Andrew Williamson memaparkan laporan *Global Industry Vision* (GIV) yang mencakup prediksi seputar perkembangan dunia teknologi dan industri hingga tahun 2025. Berdasarkan hasilnya, diidentifikasi akan ada sepuluh *megatrend* baru yang mempengaruhi tatanan kehidupan manusia dan cara bekerja di masa depan. *Megatrend* pertama adalah tingkat penggunaan robotika untuk sehari-hari akan tumbuh 14% secara global. *Megatrend* kedua yaitu *Super Sight*, yakni tingginya penerapan teknologi 5G, *Virtual Reality* (VR) dan *machine learning* memprediksikan jumlah perusahaan yang memanfaatkan teknologi tersebut meningkat sebesar 10%. Selanjutnya, *megatrend* ketiga adalah *Zero Research* yaitu, perangkat teknologi berbasis data yang telah dilengkapi sensor sehingga tidak lagi membutuhkan tombol untuk memberi perintah. Maka

dari itu, GIV memprediksikan bahwa 90% pemilik perangkat cerdas akan mengaktifkan teknologi tersebut untuk kehidupan sehari-hari. *Megatrend* keempat adalah sistem Transportasi Cerdas yaitu membangun hubungan antara manusia, kendaraan, dan infrastruktur yang mendorong sistem lalu lintas bebas macet yang merupakan sistem baik di masa depan dan memiliki beragam fungsi yang memudahkan kehidupan manusia. Menurut Andrew, GIV memprediksikan 15% kendaraan kelak akan dilengkapi dengan teknologi *Cellular Vehicle-to-Everything*. Lalu, *megatrend* kelima, GIV memprediksikan untuk setiap 10.000 pekerja akan berdampingan dengan 103 robot di tiap-tiap industri (Prastiwi, 2019).

Megatrend keenam adalah *Augmented Creativity: Cloud AI* diprediksikan akan berperan banyak dalam memangkas biaya dan kendala yang selama ini dihadapi dalam pelaksanaan eksperimen berbasis sains. GIV memprediksi 97% perusahaan berskala besar akan memakai teknologi tersebut di sistemnya. *Megatrend* ketujuh adalah komunikasi bebas hambatan antara perusahaan dengan pelanggan. GIV memprediksi nantinya 86% data yang dihasilkan perusahaan-perusahaan di dunia akan digunakan secara optimal. Kemudian, *megatrend* kedelapan adalah Ekonomi Simbiotik yaitu teknologi *digital* dan aplikasi-aplikasi cerdas oleh perusahaan yang diharapkan menjadi pendorong untuk saling berbagi sumber daya demi terciptanya ekosistem global yang kuat dan produktivitas yang meningkat. *Megatrend* kesembilan adalah gelaran 5G yang diprediksikan bahwa pada tahun 2025 yang akan datang, 58% populasi penduduk di dunia akan dapat menikmati akses 5G. Terakhir, *megatrend* ke 10 yaitu Tata Kelola Digital Global.

Kemajuan teknologi digital perlu berjalan selaras dengan regulasi terkait dalam berbagai data dan setiap penggunaannya (Prastiwi, 2019).



Sumber : Orleans Marketing, 2018.

Gambar 1.1. *Technology Facts and Stats*

Berdasarkan Gambar 1.1. *Technology Facts and Stats*, bahwa pada tahun 2020 empat milyar orang dapat saling terkoneksi lewat teknologi yang ada. Selanjutnya, empat triliun orang akan mendapatkan peluang untuk memiliki pendapatan dengan cara memanfaatkan teknologi. Kemudian, 25 juta orang akan menggunakan aplikasi untuk mendukung kegiatannya, lalu 25 milyar orang sudah memiliki teknologi yang tersistem dan 50 triliun orang sudah termasuk dalam *big data* yang menggunakan teknologi (Orleans Marketing, 2018).

Dalam perkembangan teknologi, *era* industri 4.0 saling berlomba-lomba untuk menciptakan perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif dan memiliki *value* yang lebih. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi perusahaan yang berkualitas dan dapat bersaing. Salah satu cara yang dapat mendukung hal tersebut adalah mempunyai konsultan didalam perusahaan. Dalam empat tahun terakhir ini jumlah konsultan Indonesia bertambah pesat. Hal ini karena pesatnya perkembangan infrastruktur di Indonesia. Selain itu, karena di terbitkannya

regulasi yang di keluarkan oleh Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (KemenPUPR) dalam mengatur segmentasi pelelangan. Pemerintah, khususnya KemenPUPR telah melakukan langkah – langkah besar melalui kebijakan konseptual dan visioner, terutama dalam lingkup usaha jasa konstruksi. Pertumbuhan usaha jasa konstruksi nasional semakin menjanjikan karena adanya program percepatan dan perluasan pembangunan infrastruktur diseluruh wilayah Indonesia (INKINDO, 2019).

Perkembangan IT telah mempengaruhi kebijakan dan strategi dunia usaha yang akan lebih mendorong inovasi dan persaingan. Untuk mendukung terlaksananya suatu kegiatan transaksi bisnis secara lancar dibutuhkan teknologi yang berkualitas tinggi yang akan dikerjakan oleh seorang konsultan IT. Konsultan IT yang akan membantu klien dengan memberikan saran, arahan dan solusi untuk mencapai tujuan yang sudah di tentukan klien dengan cara menyelesaikan masalah yang ada dan menerapkan sistem teknologi informasi yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis. Cakupan konsultan IT cukup luas dan memiliki spesialisasi tertentu. Berbagai bentuk impelementasinya antara lain: membantu menganalisis lingkungan organisasi klien, memberikan *service* di bidang IT dan mengawasi berjalannya sistem IT (Konsultan Indonesia).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang IT *Consulting* adalah PT Mitra Konsultasi Indonesia biasa di sebut MITKOINDO merupakan salah satu anggota EJJV Group yang menyediakan layanan konsultasi dan perangkat lunak (*software*) terkemuka untuk industri spesifik energi dan konstruksi di Asia Tenggara. MITKOINDO memiliki layanan konsultasi luas yang ditujukan untuk

mengembangkan, mempromosikan, merangsang, mendukung klien dalam menyiapkan dan menjalankan informasi lingkungan IT. Sebagai indikasi, layanan konsultasi melibatkan domain utamanya sebagai berikut: 1. *Enterprise Architecture* yaitu menganalisis portofolio sistem informasi dan analisis struktur organisasi. 2. *Project Management* yaitu menyediakan sumber daya proyek dan sebagai manajemen konfigurasi. 3. *IS Studies* yaitu sebagai teknis dan evaluasi dari sistem informasi yang sudah di bentuk. 4. *Provision of Highly Qualified Personel To Work on The Client Premises* yaitu menyediakan proyek manajer dengan para konsultan senior (Data perusahaan, 2019).

PT Mitra Konsultansi Indonesia menyediakan produk dan jasa berupa *Consultancy Services, Applications and Software Development, Applications Solutions for EPCI Contractors, Outsourcing – Managed Services* dan *Research and Development*. MITKOINDO saat ini dijalankan oleh tim manajemen ahli dengan pengalaman internasional yang luas dan pengetahuan teknologi yang mendalam dengan berdasarkan *EJJV Certificate BS OHSAS 18001 : 2007* mengenai *Occupational Health and Safety Management System*, *ISO 9001 : 2015* mengenai *Quality Management System* dan *ISO 14001 : 2015* mengenai *Environmental Management System* (Data perusahaan, 2019).

Dalam suatu perusahaan tentunya perlu memiliki tenaga kerja yang mempunyai kepribadian dan loyalitas yang baik untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan. Maka dari itu, sumber daya manusia adalah salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dan dikelola dengan baik untuk menciptakan efektivitas, efisiensi dan produktivitas perusahaan agar dapat mencapai profesionalitas yang dapat diandalkan untuk mencapai tujuan perusahaan (Antonius, 2014).

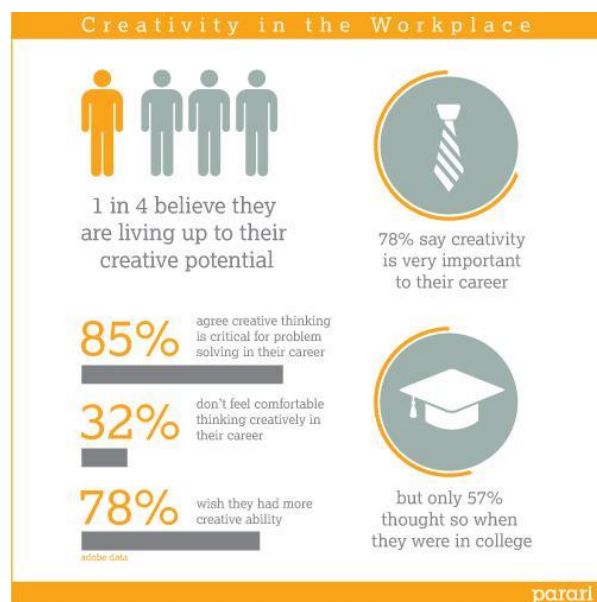
Ketika berurusan dengan pengelolaan manusia harus memperhatikan beberapa aspek yang meliputi lima kegiatan berikut: *staffing*, *retention*, *development*, *adjustment* dan *managing change*. *Staffing* adalah mendata kebutuhan pekerjaan didalam organisasi; menentukan jumlah tenaga kerja beserta kemampuan dan keterampilan yang diperlukan sesuai pekerjaan yang ada; merekrut, menyeleksi, dan mempromosikan kandidat yang *qualified*. *Retention* adalah memberi imbalan kepada karyawan berprestasi, memastikan hubungan kerja yang harmonis antara pekerja dan pimpinan, memelihara keselamatan dan kesehatan kerja. *Development* adalah meningkatkan ,kompetensi karyawan atas pekerjaan mereka dengan cara memperbaiki *knowledge*, *skill*, dan *ability* mereka serta berbagai kemampuan lain yang butuh untuk dikembangkan. *Adjustment* adalah berusaha agar kebijakan manajemen sumber daya manusia bisa berjalan dengan baik, seperti: penerapan kedisiplinan, pengaturan pembiayaan, dsb. *Managing change* adalah meningkatkan kemampuan organisasi dalam mengantisipasi dan merespons perubahan/perkembangan yang terjadi didalam dan diluar lingkungan organisasi dan memampukan pekerja untuk menghadapi perubahan-perubahan yang ada (Antonius, 2014).

Pentingnya peran sumber daya manusia menjadikan perusahaan berlomba-lomba untuk memiliki tenaga kerja yang mempunyai performa terbaik. Di era globalisasi ini, manusia di tuntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas diri. Dua hal tersebut sangat penting khususnya untuk mencapai posisi persaingan terutama bagi perusahaan kecil dan menengah. Karena, tenaga kerja tidak dapat bersaing atas dasar ukuran perusahaan. Maka dari itu, perusahaan yang

sukses sangat penting untuk dapat menempatkan kualifikasi dan motivasi tenaga kerja yang tepat (Data perusahaan, 2019).

Untuk menghadapi situasi persaingan para *Human Resource Development* (HRD) harus menciptakan tenaga kerja yang handal dan mampu meningkatkan performa di setiap pekerjaan yang dilakukan dengan cara memberikan *training*, *coaching* dan *motivation* secara berkala agar mampu mengerjakan pekerjaan sebagaimana mestinya. Dengan begitu akan membentuk mental karyawan agar siap menghadapi tantangan dari arus globalisasi yang terus berkembang dengan cepat dan dapat menjadi peluang untuk dimanfaatkan sebaik-baiknya (Data perusahaan, 2019).

Salah satu pendukung untuk meningkatkan kinerja organisasi adalah dari sisi *employee creativity*. Hal ini mengacu pada bagaimana cara tenaga kerja melakukan inovasi yang akan berpengaruh terhadap performa kerjanya.



Sumber : Parari, 2016.

Gambar 1.2. Creativity In The Workplace

Berdasarkan Gambar 1.2. *Creativity In The Workplace*, menyatakan bahwa satu dari empat orang merasa sepenuhnya memanfaatkan kreativitas bawaan dalam perannya. Menurut penelitian tersebut, 85% pekerja menyetujui bahwa memiliki pemikiran yang kreatif penting untuk memecahkan masalah dalam karir mereka. Penelitian selanjutnya menyatakan bahwa 32% pekerja merasa nyaman menjadi kreatif dalam karirnya. Lalu, penelitian lain menunjukkan 78% pekerja berfikir bahwa kreativitas penting dan berharap mereka memiliki kemampuan untuk menciptakan kreativitas, kemudian 57% mahasiswa berpikir yang sama bahwa kreativitas itu penting (Parari, 2016).

PT Mitra Konsultansi Indonesia mengalami peningkatan keluhan/*complaint* dari beberapa kliennya, peningkatan ini sudah terjadi dua tahun belakangan mulai dari tahun 2018. Menurut hasil wawancara peneliti terkait dengan datanya, kenaikan keluhan klien ini terjadi sebesar 60% dari yang sudah ada sebelumnya. Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil *interview* dengan *supervisor*, peneliti dapat menyimpulkan bahwa keluhan itu terjadi dikarenakan konsultan dari perusahaan tidak dapat memberikan bantuan dan saran yang baru, selalu memakai cara yang sama. Klien menganggap bahwa perusahaan tidak ada pengembangan kreativitas dari segi konsultan dan juga jasanya. Hal ini berkaitan dengan variasi cara dari para konsultan untuk menyelesaikan masalah klien, mereka beranggapan bahwa para konsultan kurang kreatif dalam mengajukan saran dan hanya memakai cara yang umum dari PT Mitra Konsultansi Indonesia.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan peneliti kepada dua belas orang karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia yang bertujuan untuk mencari informasi mengenai *employee creativity*. Hasil yang didapatkan peneliti

dari wawancara yang telah dilaksanakan menyatakan sembilan dari dua belas karyawan 75% menganggap bahwa kreativitas sangat sulit dibentuk. Karena, banyak pendapat dan ide yang tidak di tanggapi dengan baik, bahkan sering kali dihiraukan. Karyawan sulit untuk mengeksplorasi tentang apa yang ingin dilakukan untuk menyelesaikan masalah, karena pada akhirnya akan dilakukan dengan cara yang sama sesuai dengan *project* yang dilakukan sebelumnya. Tujuh dari dua belas karyawan 58,3% menyatakan bahwa pada *project* X yang dikerjakan selama enam bulan dalam mengerjakan desain program web yang dibuat dengan cara dan gagasan baru baru ditolak dengan alasan takut gagal. Dan sepuluh dari dua belas karyawan 83% menyatakan bahwa pada sesi memberikan pendapat tentang *project* X untuk mengatasi masalah yang dihiraukan dengan alasan pendapat tersebut terlalu jauh dari ekspektasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan masih takut akan adanya inovasi dan kreativitas yang diberikan oleh karyawan.

Kreativitas karyawan merupakan hal yang mencerminkan individu untuk memproduksi ide – ide kreatif yang diciptakan secara unik berdasarkan ideologi dan menyarankan untuk menggunakan pendekatan baru dalam menciptakan solusi baru (Amabile & Pillemer, 2012; Ogbeibu, et al., 2017 dalam Ogbeibu et al., 2018). Dalam memunculkan kreativitas karyawan, manajemen harus mengakui perannya dalam organisasi agar mengetahui sejauh mana individu dianggap memiliki dan menunjukkan niat baik terhadap orang lain dalam organisasi (Mayer et al., 1995 dalam Ogbeibu, 2018).

Kreativitas menjadi hal yang sangat penting dalam melakukan inovasi di organisasi, untuk melihat keunggulan kompetitif dan juga menjadi kelangsungan

situasi organisasi itu sendiri. Kreativitas juga sangat penting bagi organisasi saat ini untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti, kompleks, dan tidak stabil (Gu Q et al., 2015 dalam Gupta dan Bajaj, 2017). Selain itu, pada tahun 2015 Boston Consulting Group melakukan surveinya yaitu “*state of innovation*” tentang inovasi yang dianggap sebagai salah satu kepentingan pertama oleh eksekutif senior (innovation in 2015 dalam Gupta dan Bajaj, 2017).

Kreativitas dalam *research and development* berkaitan dengan pengetahuan yang menjadi faktor penting yang diperhatikan. Pengetahuan yang berhubungan dengan domain akan meningkatkan menciptakan kreativitas. Kreativitas dapat diciptakan dalam beberapa jenis, seperti: pekerjaan, seni dan sains yang bersifat intensif untuk memecahkan setiap masalah teknis (Sparrowe et al., 2001; Woodman et al., 1993 dalam Tang, 2014).

Dalam menciptakan kreativitas tentunya harus didukung oleh perusahaan dimana mereka akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas sehingga tercipta ide dan gagasan baru. Dalam hal ini *perceived organizational support* menjadi peran utama.



Sumber : McCandless, 2017.

Gambar 1.3. *The Future of Employee Development*

Berdasarkan Gambar 1.3. *The Future of Employee Development*, penelitian tersebut menyatakan bahwa lima dari sepuluh karyawan 53% menyatakan bahwa mereka merasa tidak didukung oleh *supervisor* dalam mengembangkan karirnya. Hal tersebut mengakibatkan karyawan berniat mencari pekerjaan diluar perusahaan untuk tahun yang akan datang (McCandless, 2017).

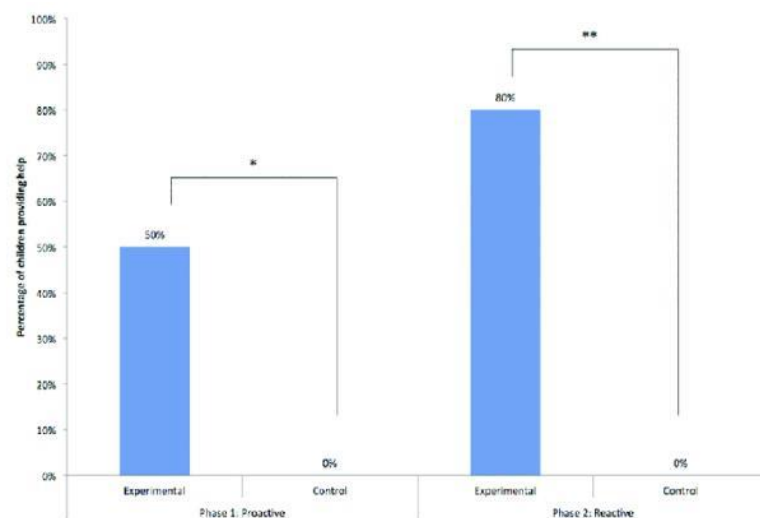
Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan peneliti kepada dua belas orang karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia yang bertujuan untuk mencari informasi mengenai *perceived organizational support*. Hasil yang didapatkan peneliti dari wawancara yang telah dilaksanakan menyatakan sepuluh dari dua belas karyawan 83% merasa bahwa dukungan dari organisasi kurang mencukupi untuk melakukan berbagai pekerjaan. Seperti tidak didukungnya karyawan dalam berupaya untuk mencoba hal baru dalam memecahkan masalah, tidak adanya ruang untuk bertukar pikiran, terkadang tidak bekerjasama dengan baik sesuai rencana dan kurang menghargai hasil kerjanya. Selain itu karyawan merasa bahwa perusahaan mengabaikan setiap keluhan yang diutarakan. Perusahaan hanya mendengarkan, namun tidak ada aksi lebih lanjut untuk menanganinya.

Perceived organizational support didefinisikan sebagai pendapat dan sensitivitas dari karyawan mengenai sejauh mana keterlibatan mereka dihargai dan diakui oleh organisasi mereka (Krishnan dan Mary, 2012 dalam Suifan et al., 2018). Jika karyawan memahami bahwa mereka didukung oleh organisasi, mereka akan berkontribusi lebih banyak untuk mendapatkan hasil sebagai cara untuk menanggapi dukungan organisasi itu. Karyawan diberdayakan oleh pengetahuan,

dukungan, sumber daya, dan peluang seperti kekuatan formal dan informal yang disediakan oleh organisasi (Blau, 1964 dalam Akgunduz et al., 2018).

Praktik HRM yang menekankan investasi pada karyawan, dilakukan dengan cara pengambilan keputusan partisipatif dan penyediaan peluang pertumbuhan membuat karyawan merasa didukung oleh perusahaan dan menganggap diri mereka bagian dari hubungan pertukaran sosial (Allen et al., 2003; Paauwe et al., 2013 dalam Guiyao Tang et al., 2017).

Dalam bekerja menjadi proaktif sangat dibutuhkan. Karena, menjadi proaktif sebagai bukti bahwa karyawan mampu mengendalikan dan memimpin diri sendiri. Serta dapat bertanggung jawab atas perilaku diri sendiri dalam bekerja di masa sekarang dan masa depan.



Sumber : Research Gate, 2017.

Gambar 1.4. *Participants Who Helped in Proactive and Reactive.*

Berdasarkan Gambar 1.4. *Participants Who Helped in Proactive and Reactive* menjelaskan bahwa hanya 50% orang yang dapat bertindak menjadi pribadi yang proaktif. Sedangkan masih 80% orang yang memiliki pribadi reaktif. Hal ini menjelaskan bahwa masih lebih dibutuhkan karyawan yang memiliki

pribadi bersifat proaktif, yang dapat berinisiatif untuk melakukan sesuatu dan dapat menjadi motivasi untuk diri sendiri maupun orang lain (Aime et al, 2017).

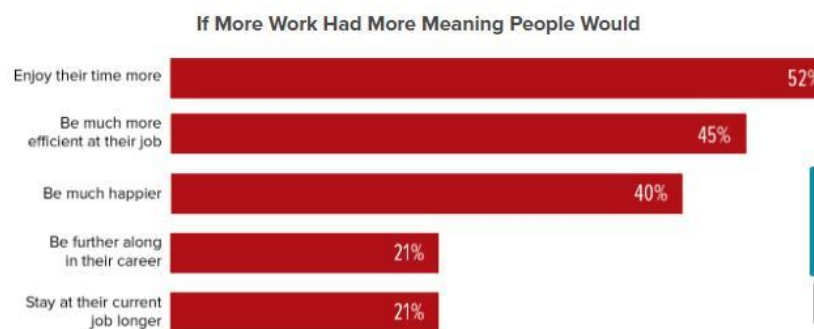
Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan peneliti kepada dua belas orang karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia yang bertujuan untuk mencari informasi mengenai *proactive personality*. Hasil yang didapatkan peneliti dari wawancara yang telah dilaksanakan menyatakan delapan dari dua belas karyawan 67% dinyatakan kurang motivasi untuk melakukan inovasi-inovasi baru dalam melakukan pekerjaan. Hal tersebut disebabkan karena ide-ide yang diusulkan tidak pernah terealisasi. Sehingga, karyawan menjadi pribadi yang monoton, pasif dan kurangnya inisiatif serta percaya diri untuk melakukan sesuatu. Selain itu dalam bekerja juga karyawan kurang bersemangat dan terlihat bermalas-malasan saat bekerja. Seperti sering menonton film di jam kerja, sekedar pergi keluar seperti ke *supermarket* dan *café* yang terletak di wilayah kantor. Alhasil, karyawan menjadi pribadi yang tidak siap menerima tantangan dan hal baru.

Kepribadian proaktif, merupakan ciri kepribadian yang kuat motivasi intrinsik dan didefinisikan sebagai mengambil inisiatif untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Presbitero, 2015 dalam Akgunduz et al., 2018). *Proactive personality* adalah ciri khas orang yang tidak dibatasi oleh kekuatan situasional, yang berarti memulai melakukan perubahan pada lingkungan mereka dan menunjukkan inisiatif (Bateman & Crant, 1993 dalam Akgunduz et al., 2018).

Kepribadian proaktif adalah kecenderungan individu untuk melakukan perubahan lingkungan yang dapat membedakan dengan orang lain untuk melihat sejauh mana mereka mengambil tindakan yang dapat mempengaruhi lingkungan

(Major et al., 2006 dalam W.Liguori et al., 2013). *Proactive personality* cenderung memikul tanggung jawab yang besar untuk melakukan upaya perubahan dengan menciptakan kreativitas ketika mereka menerima dukungan dari organisasi (Jiang, W dan Gu, Q., 2015).

Pekerjaan menjadi bagian penting dari kehidupan di *era modern* ini. Individu-individu mengaitkan makna bahwa bekerja menjadi kegiatan yang waktunya paling banyak dihabiskan. Dalam bekerja, karyawan akan lebih produktif jika mereka mengetahui apa sebenarnya makna bekerja menurut mereka.



Sumber : O'Connell, 2019.

Gambar 1.5. Work Meaning.

Berdasarkan Gambar 1.5. *Work meaning* dapat dijelaskan bahwa jika karyawan mengetahui bahwa pekerjaannya bermakna maka penelitian tersebut menyimpulkan 52% orang akan menikmati setiap waktu pekerjaannya. Selanjutnya, 45% orang akan lebih efisien dalam mengerjakan pekerjaannya, 40% orang akan lebih senang dalam menjalani aktivitasnya. Kemudian, 21% orang akan mendalami lebih jauh tentang karir mereka dan 21% orang akan tetap bertahan di pekerjaan mereka saat ini (O'Connell, 2019).

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan peneliti kepada dua belas orang karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia yang bertujuan untuk

mencari informasi mengenai *meaning of work*. Hasil yang didapatkan peneliti dari wawancara yang telah dilaksanakan menyatakan delapan dari dua belas karyawan 67% merasa bingung apa makna sebenarnya mereka bekerja. Mereka berpikir bahwa bekerja hanya sekedar mengerjakan pekerjaan sesuai *job description* dan menghasilkan uang. Disisi lain, mereka butuh aktualisasi diri dengan cara menciptakan sesuatu yang berasal dari ide dan pendapat mereka, tidak hanya bekerja dengan cara konvensional. Delapan dari dua belas atau 67% karyawan ini juga menganggap pekerjaan yang dikerjakan tidak terlalu penting dan yang terpenting mereka dapat menghasilkan uang untuk memenuhi kebutuhannya.

Meaning of work adalah ketika orang ingin pekerjaan mereka lebih dari sekedar menghabiskan waktu dan menghasilkan uang serta ingin mengetahui persis apa itu *meaning of work* bagi mereka ketika mereka menghabiskan waktu di tempat kerja (Steger et al., 2012 dalam Akgunduz 2018). Dalam pekerjaan, pihak perusahaan memegang kendali untuk menegakkan *standard minimum* hak asasi manusia. Dengan kata lain, pemberi kerja bertanggung jawab untuk melestarikan kondisi yang memungkinkan pekerja untuk memilih melatih kemampuannya dalam mengejar potensi pekerjaan yang bermakna (Christopher Michaelson, 2011).

Meaning of work menjadi hal penting dalam bekerja. Karena, ketika pekerja mengalami kekurangan makna pekerjaan, mereka dapat mengalami gejala *stress* dan hasil yang negatif dalam performanya. Maka dari itu, akan menjadi hal yang harus diperhatikan agar tidak terjadi bahaya yang berlebihan (Lsaksen, 2000 dalam Ghadi et al., 2015).

Berdasarkan hal-hal tersebut peneliti ingin mengetahui secara pasti mengenai *perceived organizational support*, *proactive personality*, dan *meaning of work* yang ada di PT Mitra Konsultansi Indonesia dalam mempengaruhi kreativitas karyawan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Analisis Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan *Proactive Personality* Terhadap *Meaning of Work* Serta Implikasinya terhadap *Employee Creativity* Pada Karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Karyawan menyatakan bahwa kreativitas sulit dibentuk, karena banyak pendapat dan ide yang tidak ditanggapi dengan baik dan karyawan sulit mengeksplor dirinya.
2. Karyawan menyatakan jika dalam bekerja kurang adanya dukungan dari organisasi sehingga karyawan tidak dapat mencoba hal baru dalam memecahkan masalah.
3. Karyawan menyatakan bahwa kurangnya motivasi dan inovasi sehingga menjadi pribadi yang monoton dan pasif.
4. Karyawan menyatakan bahwa pekerjaannya bukan menjadi suatu hal yang penting. Karena, mereka juga butuh aktualisasi diri yang tidak dapat dikembangkan di tempat kerjanya.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dalam rumusan masalah maka dapat diselesaikan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *perceived organizational support* memiliki pengaruh positif terhadap *meaning of work* ?
2. Apakah *proactive personality* memiliki pengaruh positif terhadap *meaning of work*?
3. Apakah *meaning of work* memiliki pengaruh positif terhadap *employee creativity*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *perceived organizational support* terhadap *meaning of work*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *proactive personality* terhadap *meaning of work*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *meaning of work* terhadap *employee creativity*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan baru kepada para pembaca mengenai *perceived organizational Support* dan *proactive personality* terhadap *meaning of work* serta implikasinya terhadap *employee creativity* pada karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia.

2. Manfaat Non akademis

- a. Dari hasil penelitian ini peneliti berharap dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk membantu memperbaiki masalah yang berkaitan dengan *employee creativity* karyawan di perusahaan.
- b. Peneliti berharap hasil penelitian dapat menjadi informasi tambahan dan menjadi masukan yang baik untuk perusahaan di masa yang berjalan ini.

1.6. Batasan Penelitian

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, peneliti membatasi ruang lingkup sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di PT Mitra Konsultansi Indonesia.
2. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan tetap dan sudah bekerja minimal 1 tahun.
3. Variabel-variabel yang diteliti adalah *perceived organizational support*, *proactive personality* dan *meaning of work*.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, untuk memahami pembahasan lebih jelas, maka dalam laporan ini ditulis sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisikan analisa pemaparan landasan teori-teori yang mendukung pembahasan penelitian sebagai dasar teori mengenai manajemen, serta hipotesis pada penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek yang akan diteliti yaitu PT Mitra Konsultansi Indonesia, ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel penelitian, cara pengukuran skala *likert*, teknik pengumpulan data, table operasionalisasi variabel, dan teknik pengolahan analisis data.

BAB IV Analisa dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang keseluruhan analisis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dari mulai tahap analisis, desain hingga hasil implementasinya yang di uraikan pembahasannya dari data yang telah diperoleh dari hasil pengolahan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran penelitian yang diberikan kepada perusahaan untuk memberi informasi serta jawaban yang tepat dari munculnya fenomena yang telah terjadi.