Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, istirahat, menunaikan tugas, dan lain-lain (Spillane, 1982 dalam 23*tourism*, 2015). Pariwisata juga merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau bekerja, melainkan hanya untuk rasa ingin tahu dan menghabiskan waktu senggang atau libur (Meyers, 2009 dalam 23*tourism*, 2015).

Pariwisata saat ini sudah sangat diminati banyak orang, pasalnya komponen-komponen penting dalam kegiatan pariwisata tersebut sudah diperhatikan dengan baik oleh pelaku bisnis pariwisata, baik komponen daya tarik wisata seperti keindahan pantai, suasana pegunungan, pentas seni. Begitu juga dengan komponen sarana penunjang wisata seperti toilet umum, transportasi, tempat tinggal, dan lainnya. Sedangkan komponen infrastruktur juga membaik seperti bandara, terminal, listrik, dan air (Hidayah, 2017).

Seiring perkembangan zaman, sosial media menjadi hal yang wajib dimiliki setiap orang terutama bagi generasi *millennial*. Media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara berbagi serta bertukar informasi dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Sehingga sektor pariwisata semakin diminati oleh kaum *millennial*. Karena media sosial merupakan teks, gambar, atau video yang dibagikan diantara

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

orang-orang pengguna media sosial, sehingga media sosial menjadi sarana untuk berbagi momentum saat berlibur atau berpariwisata.

Travel agent menjadi salah satu pendukung perkembangan sektor pariwisata itu sendiri. *Travel agent* memberikan kemudahan dalam pengurusan tiket akomodasi, penginapan. Dengan menggunakan *travel agent*, konsumen bisa mendapatkan berbagai keuntungan seperti kemudahan dalam merubah jadwal tiket, mendapatkan tarif hotel yang lebih murah, dan tiket masuk objek wisata yang lebih murah juga (Kompas, 2016).

Travel agent menjadi hal yang penting untuk sebagian orang dalam hal *travelling* atau keperluan akomodasi, terutama bagi generasi *millennial*. Karena dengan *travel agen*t mereka dapat menemukan kepraktisan seperti tidak perlu repot untuk memesan hotel dan merencanakan destinasi untuk melakukan liburan, karena semua bisa disiapkan oleh *travel agen*t. Ditambah lagi dengan era digital yang segalanya menjadi lebih praktis dan mudah, membuat para pengguna *travel agen*t lebih dipermudah dalam hal pemesanan dimanapun dan kapanpun. Berikut survei seperti apa *travel agent* dimata traveller yang dilakukan oleh Phinemo (2018):

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

Sumber: Phinemo, 2018

Gambar 1 1 Travel Agent di Mata Traveler

Menurut survei yang dilakukan Phinemo (2018), generasi *millennial* merupakan generasi yang paling banyak menggunakan *travel agent* untuk saat ini, disusul generasi x dan z. Survei ini juga menemukan bahwa 80% penggunanya menemukan kepraktisan dalam penggunaan *travel agen*t. Sedangkan 65% mengaku mendapatkan informasi *travel agent* dari sosial media, dan 69% mengaku menggunakan *travel agent* saat kedalam negeri. 51% dari mereka juga mengaku memilih *travel agen*t yang harganya miring.

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

Sumber: Kominfo, 2018

Gambar 1.2 Data Pengguna Internet per Wilayah, 2018

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh APPJI (2018) yang diterbitkan oleh Kominfo, pengguna internet pada tahun 2018 sudah mencapai 171,17 juta jiwa atau setara dengan 64,8 persen dari total penduduk Indonesia. Pulau Jawa menyumbang kontribusi pengguna Internet terbesar di Indonesia, dengan 55 persen. Di peringkat kedua ada Pulau Sumatra sebesar 21 persen. Lalu Pulai Sulawesi - Maluku - Papua sebesar 10 persen. Di peringkat keempat ada Kalimantan, dan peringkat kelima adalah Bali dan Nusa Tenggara sebesar 5 persen. Hal tersebut menunjukan bahwa pengguna internet di Indonesia telah berkembang pesat hingga lebih dari setengah penduduk Indonesia, dan ditahun tersebut memiliki kenaikan yang *siknifikan* dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu bertambah 10,56 juta jiwa (Kominfo, 2018).

Sumber: APJJI, 2018

Gambar 1.3 Perilaku Pengguna Internet Dalam Pembelian *Online* 2018

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh APPJI (2018), konten yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet dalam pembelian barang yaitu Shopee dengan angka 11,2 persen dari total penduduk Indonesia, sedangkan dalam pembelian jasa yang tertinggi yaitu Traveloka dengan angka 2,3 persen dari total penduduk Indonesia.

Teknologi saat ini sudah semakin maju di Indonesia dan akses internet yang semakin mudah didapatkan. Hal itu dimanfaatkan oleh *travel agent* yang berfokus pada sistem online. Sehingga konsumen tidak perlu datang ketempat

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

lokasi *travel agent* tersebut. Dengan demikian dapat mempermudah para konsumen (Berita Satu, 2015).

Sumber: Marketeers, 2017

Gambar 1.4 Komposisi Generasi Angkatan Kerja Indonesia

Melalui data dari Badan Pusat Statistik (2016) yang dirilis oleh Marketeers, menunjukan bahwa generasi *millennial* merupakan angkatan kerja terbanyak dibawah generasi x dengan angka 62.5 juta. Ini menunjukan bahwa generasi *millennial* patut dibina dan diperhatikan agar lebih nyaman dengan pekerjaannya karena hal tersebut bisa berpengaruh pada produktifitas suatu perusahaan (Marketeers, 2017).

Sumber daya manusia (SDM) merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu SDM harus dikelola dengan baik agar dapat

meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi (Hariandja, 2002). Menurut Mathis R. dan Jackson J. (2013), SDM memberikan rancangan sistem-sistem yang bertujuan untuk memastikan bahwa bakat yang dimiliki setiap pekerja tersalurkan secara efektif sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Job Satisfaction adalah sikap yang umum seseorang terhadap pekerjaannya, selisih antara banyaknya penghasilan yang didapatkan dengan apa yang diharapkan. Persepsi karyawan terhadap suatu hal yang ada di perusahaan akan berdampak pada perasaan, motivasi, sikap, dan perilaku (Mukzam, 2017).

Dick (2004) dalam Mas et al (2016) menyatakan bahwa karyawan yang memiliki kebanggaan dalam organisasi, maka akan lebih memiliki komitmen dalam bekerja. Kebanggaan dalam organisasi terkait dengan organanisasi komitmen, dan juga kepuasan kerja (Crawford, 2001 dalam Mas et al, 2016).

Penulis melakukan in depth interview kepada delapan orang karyawan dari berbagai *travel agent* berbasis *online* yang hasilnya tujuh dari delapan merasa rata-rata penghasilan diperusahaannya lebih rendah dari perusahaan lain. Sedangkan tujuh dari delapan mengatakan bahwa tidak puas dengan gajih yang diterima. Kemudian enam dari delapan mengaku bahwa hanya sedikit pekerjaan yang dapat membantu untuk mendapatkan kenaikan jabatan. Dan tujuh dari delapan mengatakan bahwa jarangnya mendapatkan apresiasi dan pujian dari atasan.

Demi meningkatkan *job satisfaction*, banyak faktor yang dapat mempengaruhi *job satisfaction* suatu organisasi. Salah satunya yaitu *organizational pride*. Meskipun *organizational pride* belum banyak mendapatkan

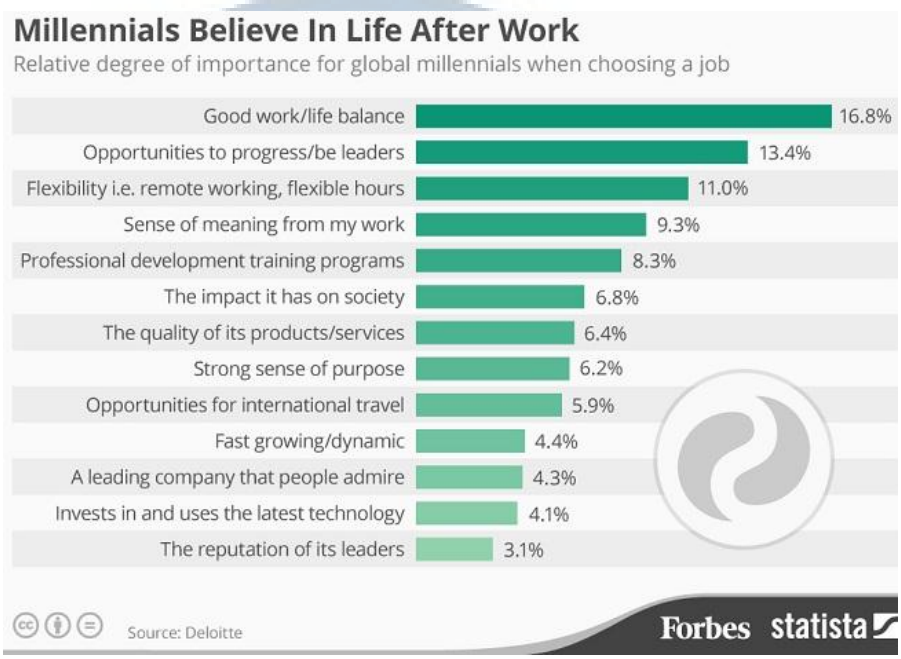
Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

perhatian ilmiah, namun hal ini menjadi faktor penting bagi perusahaan (Gouthier dan Rhein, 2011). Kraemer dan Gouthier (2014) dalam Mas et al (2016) berpendapat bahwa *organizational pride* menjadi peran sentral dalam perusahaan. Menurut Mischkind (1998) dalam Gouthier dan Rhein (2011), kebanggaan organisasi adalah perasaan positif yang dirasakan oleh anggota organisasi, yang dihasilkan dari identitasnya dengan reputasi dan kesuksesan perusahaan.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan kepada delapan orang karyawan yang bekerja di travel agen berbasis *online* mengenai *organizational pride*, lima dari delapan merasa pekerjaannya tidak berdampak besar bagi kemajuan perusahaan. Lima dari delapan juga merasa tidak terlalu bangga telah berkontrobusi atas kemajuan perusahaan, dan lima dari delapan mengatakan bahwa tidak ikut bangga jika perusahaan mencapai suatu keberhasilan.

Employee work-life balance berpengaruh positif terhadap *organizational pride* (Mas et al, 2016). *Employee work-life balance* itu sendiri merupakan konsep luas yang berkaitan dengan penetapan prioritas secara tepat antara pekerjaan dan juga kehidupan (Sing & Khanna, 2011). Pada akhir-akhir ini di setiap tempat kerja telah merasakan peningkatan kepedulian terhadap *work-life balance*. Sebagai contoh, lebih banyak wanita menjadi bagian dari angkatan kerja dan pasangan karir menjadi semakin umum.

MULTIMEDIA NUSANTARA



Sumber: PortalHR, 2016

Gambar 1 5 Pertimbangan *Millennial* Mencari Pekerjaan

Berdasarkan survei yang diadakan oleh Deloitte yang dirilis oleh portalHR (2016), ternyata generasi milenial menjadikan *work-life balance* atau keseimbangan dalam pekerjaan dan luar pekerjaan yang baik sebagai acuhan mencari pekerjaan. *Work-life balance* sangat penting karena dapat membantu menarik dan mempertahankan karyawan, juga memiliki implikasi terhadap sikap, perilaku, dan kesejahteraan karyawan serta berdampak kepada efektivitas organisasi (Eby, 2005 dalam Mas et al, 2016).

Setelah melaukan *in-depth interview* terhadap delapan karyawan yang bekerja di travel agen yang berbasis *online* mengenai *work-life balance*, hasilnya mereka semua merasa keberatan jika harus mengerjakan pekerjaan diluar jam kerja, enam dari delapan merasa tidak didukung oleh keluarga dalam pekerjaan

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

ini, dan enam dari delapan mengatakan bahwa tidak adanya dampak positif dari keluarga terhadap pekerjaan dan sebaliknya.

Dalam peningkatan *work-life balance*, *supervisor* sangat berpengaruh besar terhadap baik buruknya *work-life balance* setiap karyawan. Salah satu yang paling penting dalam hubungan tempat kerja ialah dukungan dari tempat kerja itu sendiri (Ahmed, 2012 dalam Mas et al, 2016). Dukungan dari para pengawas sangat berarti bagi setiap karyawan, yang kemudian akan meningkatkan produktifitas dalam bekerja. Karena itu dukungan *supervisor* adalah faktor penting terkait dengan *employee work-life balance.* Menurut Baral dan Bhargava (2010), dukungan atasan dalam masalah *work-life balance* adalah refleksi dari persepsi karyawan apakah atasan langsung sensitif terhadap kegiatan non-kerja mereka. Jika karyawan memiliki *supervisor* yang *supportive*, maka tingkat kepuasan kerja akan lebih tinggi (Aryee, 2005 dalam Mas et al, 2016).

Setelah melakukan *in-depth interview* terhadap delapan orang karyawan yang bekerja di travel agen berbasis online, ditemukan bahwa lima dari delapan memiliki atasan yang kurang paham atas kebutuhan mereka sebagai anggota keluarga. Kemudian enam dari delapan mengatakan bahwa tidak pernah bercerita soal keluarga dengan atasan, dan enam dari delapan mengatakan *supervisor* hanya mengawasi pekerjaan dan tidak memikirkan hal selain pekerjaan.

Saat ini, mengelola masalah antara pekerjaan dan kehidupan merupakan tantangan besar yang harus dihadapi setiap organisasi (Zhang, 2012 dalam Mas et al, 2016). Petterson (2005) mendefinisikan *autonomy* sebagai suatu cara untuk memberikan kebebasan pada karyawan dalam melakukan perkerjaannya (Mas et

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

al, 2016). *Autonomy* memberikan kesempatan karyawan untuk mengatur pekerjaannya sendiri dan membuat keputusan (Hackman & Oldham, 1975 dalam Mas et al, 2016). Peningkatan *autonomy* memungkinkan karyawan untuk memiliki waktu kerja yang fleksibel (Morgeson, 2005 dalam Mas et al, 2016), itu artinya jika memiliki fleksibilitas dalam jam kerja akan membuat *work-life balance* semakin baik. Maka itu selain *supervisor work-life balance*, *autonomy* juga menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi *employee work-life balance*

Setelah melakukan *in-depth interview* terhadap delapan orang karyawan yang bekerja di travel agen berbasis online mengenai *autonomy*, ditemukan bahwa tujuh dari delapan orang mengaku bahwa tidak diberi kepercayaan dalam melakukan pekerjaan. tujuh dari delapan mengatakan bahwa mereka selalu diawasi oleh atasannya saat sedang bekerja. Tujuh dari delapan mengatakan bahwa mereka harus meminta izin dahulu sebelum membuat keputusan

Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan yang ada di beberapa perusahaan travel agen berbasis *online*, maka dari ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "***Analisa Pengaruh Autonomy, Supervisor Work-Life Balance, Employee Work-Life Balance Terhadap Organizational Pride serta Implikasi Pada Job Satisfaction; Telaah Pada Millennial Workers Yang Bekerja Di Traveloka dan Tiket.com Daerah Jakarta***".

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini, ada beberapa masalah yang dapat dirumuskan, antara lain seperti kurangnya kepercayaan atasan kepada bawahannya, sehingga atasan terlalu mengawasi dengan ketat pekerjaan para karyawan dan berdampak kepada ketidaknyamanan saat bekerja, dan juga atasan yang tidak terlalu mempedulikan keseimbangan pekerjaan dan keluarga karyawan sehingga kedua hal tersebut berdampak pada kurangnya dukungan keluarga kepada pekerjaan karyawan dan tidak adanya dampak positif dari pekerjaan terhadap keluarga karyawan, dan hal tersebut berpengaruh kepada ketidakbanggaan karyawan atas suatu pencapaian perusahaan walau karyawan sudah berkontribusi dalam pencapaian tersebut, sehingga akhirnya dapat berpengaruh pada kepuasan kerja yang didukung dengan penghasilan yang kurang memuaskan, sulitnya mendapatkan promosi jabatan, dan juga kurangnya kedekatan dengan atasan.

Maka muncul masalah pada aspek kepuasan kerja, masalah tersebut akan diselesaikan dengan cara menjawab pertanyaan penelitian. Antara lain sebagai berikut:

1. Apakah *autonomy* berpengaruh positif terhadap *employee work-life balance* karyawan *online travel agent*?
2. Apakah *supervisor work-life balance* berpengaruh positif terhadap *employee work-life balance* karyawan *online travel agent*?
3. Apakah *employee work-life balance* berpengaruh positif terhadap *organizational pride* karyawan *online travel agent*?

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

4. Apakah *organizational pride* berpengaruh positif terhadap *job satisfaction* karyawan *online travel agent*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *autonomy* terhadap *employee work-life balance*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *supervisor work-life balance* terhadap *employee work-life balance*.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *employee work-life balance* terhadap *organizational pride*.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *organizational pride* terhadap *job satisfaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi baru kepada para pembaca mengenai pengaruh *autonomy* dan *supervisor work-life balance* terhadap *employee work-life balance*, *organizational pride*, dan *job satisfaction*; telaah pada *millennial workers* yang bekerja di industri travel agent berbasis *online* daerah Jakarta.

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan bagi pelaku usaha mendapatkan saran dan ide yang berguna dalam hal peningkatan kepuasan kerja karyawan melalui *autonomy, supervisor work-life balance, employee work-life balance, serta organizational pride.*

1.5 Batasan Masalah

Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih terukur, maka perlu adanya pembahasan penelitian ini. Batasan ruang lingkup penelitian adalah sebagai berikut:

1. Peneliti akan melakukan penelitian diperusahaan travel agen berbasis *online* area DKI Jakarta.
2. Peneliti akan melakukan penelitian dengan responden pekerja tetap.
3. Peneliti akan melakukan penelitian dengan responden yang minimal 1 tahun bekerja diperusahaan tersebut.
4. Peneliti akan melakukan penelitian dengan responden berumur 19 sampai 38 tahun.
5. Penelitian akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara *offline.*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang dan fenomena-fenomena yang ada, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan skripsi. Teori-teori yang digunakan dalam skripsi ini diperoleh dari berbagai sumber penelitian terdahulu dan teori tersebut digunakan oleh penulis sebagai landasan dalam menganalisis penelitian.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai kerangka berpikir sebagai metodolgi penelitian. Objek penelitian secara umum dibahas dalam bab ini serta teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sample, dan analisis data yang digunakan diuraikan dalam bab ini untuk menjawab tujuan penelitian.

BAB IV: Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang hasil yang diperoleh dari metodologi penelitian terkait topik yang dibahas, yang kemudian dianalisis hingga mendapatkan hasil pengujian dan implementasinya.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis. Selain itu penulis berharap bahwa kesimpulan dan saran

Analisa pengaruh autonomy..., Tommy Febrian Sudiarto, FB UMN, 2019

yang didapatkan dari penelitian ini dapat berguna baik untuk perusahaan yang menjadi objek penelitian dan untuk penelitian selanjutnya.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA