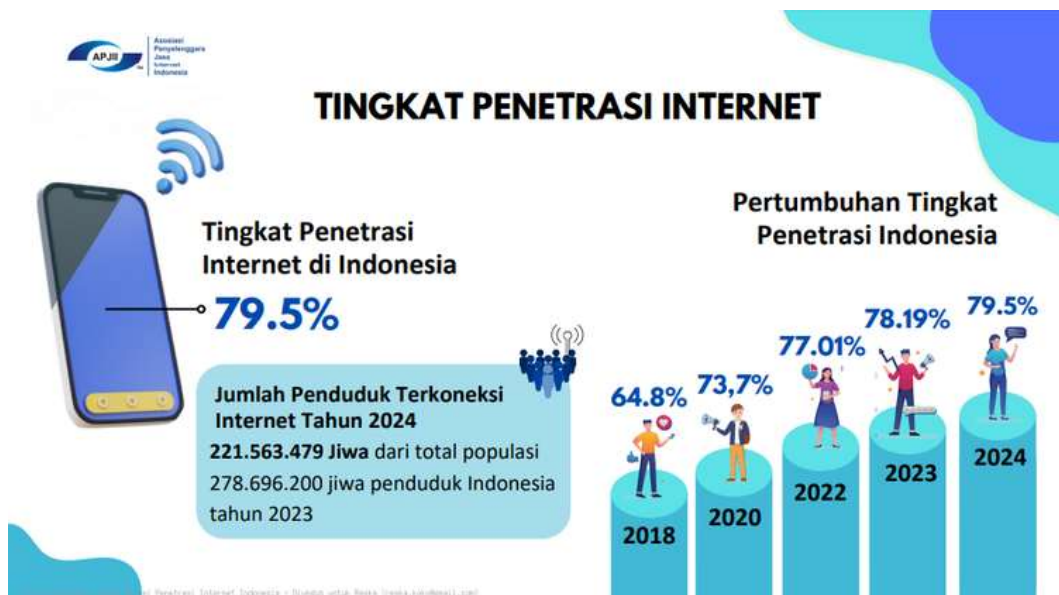


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 merupakan istilah yang merujuk pada gelombang transformasi digital yang sedang terjadi di dunia industri. Ini mencakup penerapan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (artificial intelligence/AI), Internet of Things (IoT), komputasi awan (cloud computing), big data analytics, robotika, dan berbagai teknologi lainnya untuk mengubah cara kita memproduksi, mengelola, dan menggunakan produk dan layanan. Revolusi industri 4.0 seperti artificial intelligence, internet of things, mengarah untuk keperluan internet yang sangat tinggi. Perkembangan penggunaan internet di Indonesia bisa dilihat melalui gambar dibawah ini.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Penetrasi Indonesia

Dengan melihat gambar di atas menunjukkan bahwa kebutuhan koneksi internet di Indonesia sangat tinggi. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet pada

tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk pada tahun 2023. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 79,5%, peningkatan 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Berdasarkan gender, kontribusi penetrasi internet Indonesia mayoritas berasal dari Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%, generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%, dan Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%, Post Gen Z (kelahiran setelah 2023) sebanyak 9,17%, dan baby boomers (kelahiran 1946-1964) sebanyak 9,17% (Haryanto, 2024). Dengan revolusi industri 4.0 seperti internet of things (IoT) menyebabkan kebutuhan akan koneksi internet sangat tinggi, jika kebutuhan koneksi internet sangat tinggi maka akan bermunculan perusahaan-perusahaan jasa penyedia internet.

Perusahaan jasa internet memegang peran dalam menyediakan layanan dan solusi teknologi informasi kepada masyarakat luas. Disini peneliti mengambil objek salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa internet yaitu CV J-Net Connection untuk diteliti lebih lanjut mengenai pengoperasian jasa internet di tengah pasar yang kompetitif dan dinamis. Sebagai penyedia layanan internet, perusahaan ini menghadapi tekanan untuk terus berinovasi dan menyediakan layanan yang lebih baik kepada pelanggan dalam hal kecepatan, kualitas, dan harga. Dalam lingkungan industri yang terus berkembang, CV J-Net Connection dihadapkan pada tekanan untuk tetap berinovasi dan mempertahankan kualitas layanan mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin ketat.

Karena dalam perusahaan jasa yang berbasis teknologi membutuhkan kreativitas karyawan untuk membangun kemajuan dan perkembangan perusahaan. Untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar yang terus berubah, perusahaan-perusahaan jasa internet seperti CV J-Net Connection perlu memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Salah satu faktor yang dapat memberikan keunggulan tersebut adalah karyawan yang memiliki tingkat kreativitas yang tinggi untuk menghasilkan solusi dan layanan yang inovatif.

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menghasilkan atau menemukan inovasi baru, baik dalam gagasan, benda, atau sebuah karya yang memiliki unsur-unsur lama namun baru pada konfigurasi dengan dimensi konten verbal (Sanny *et al.*, 2013). Karyawan yang kreatif dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam menghasilkan ide-ide baru untuk meningkatkan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini memungkinkan karyawan untuk berpikir secara kreatif dalam menghadapi tantangan dan masalah yang muncul dalam operasional sehari-hari. Dengan berpikir kreatif, karyawan dapat menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan berbeda bagi pelanggan. Kreativitas karyawan yang mencerminkan kemampuan individu untuk menghasilkan ide-ide baru atau solusi yang inovatif dalam menjalankan tugas-tugas mereka memiliki peran dalam lingkungan perusahaan jasa internet seperti CV J-Net Connection. Di perusahaan ini, kreativitas karyawan menjadi faktor krusial dalam menghasilkan produk dan layanan yang unggul serta dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Kreativitas karyawan tidak hanya merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif, tetapi juga untuk

memecahkan masalah dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Kreativitas ini menjadi aset yang sangat berharga dalam menghasilkan produk dan layanan yang tidak hanya inovatif, tetapi juga menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Kreativitas karyawan di CV J-Net Connection menjadi landasan bagi perusahaan dalam mengembangkan solusi yang inovatif dan memberikan pengalaman yang unik kepada pelanggan. Dalam lingkungan yang kompetitif, kreativitas karyawan menjadi faktor yang membedakan CV J-Net Connection dari pesaingnya, serta meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, kreativitas karyawan tidak hanya memberikan nilai tambah kepada perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi CV J-Net Connection di pasar yang semakin ketat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kreativitas karyawan di antaranya adalah kepemimpinan transformasional yang merupakan faktor eksternal dan motivasi intrinsik yang merupakan faktor internal.

Kepemimpinan transformasional dapat memberikan arah dan motivasi kepada karyawan untuk berinovasi dan berkontribusi secara maksimal serta dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan ide-ide baru dan solusi kreatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Pemimpin yang transformasional dapat memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap para pengikutnya (Robbins & Judge, 2015). Menurut Gibson *et al.*, 1997: 86 (dalam Wijayanti dan Supartha 2019) pemimpin yang mampu untuk memberikan inspirasi serta motivasi kepada karyawan agar mampu mendapatkan tujuan yang lebih tepat dari yang direncanakan. Khalili (2016) berpendapat bahwa pemimpin

transformasional memotivasi dan mendorong pengikutnya untuk mengambil resiko dan mengakui hasilnya, yang pada gilirannya memanfaatkan lingkungan kreatif dan menstimulasi karyawan untuk bekerja secara inovatif. Kepemimpinan trasformasional terkenal karena kemampuannya dalam menginspirasi dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan-tujuan yang tinggi. Kepemimpinan trasformasional bukan hanya menjadi penggerak, tetapi juga katalisator dalam mengarahkan karyawan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan yang terus berlangsung di industri jasa internet yang terus berkembang. Selain kepemimpinan trasformasional yang mendorong kreativitas karyawan, motivasi intrinsik juga menjadi pendorong untuk perkembangan kreativitas karyawan.

Menurut Amabile 1998 dalam (Harbi *et al.*, 2019) motivasi intrinsik merupakan salah satu faktor penting dari kreativitas yang membuat pekerjaan menjadi lebih menarik bagi karyawan. Motivasi intrinsik menjadi faktor penting dalam mendorong karyawan untuk berkontribusi secara kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan dalam industri yang terus berubah. Motivasi intrinsik mengacu pada inspirasi di mana karyawan tertarik pada suatu tugas tertentu yang memungkinkan mereka untuk menjadi kreatif dengan mencari cara-cara baru dan lebih baik dalam menyelesaikan tugasnya (Amabile 1996 dalam Harbi *et al.*, 2019). Motivasi intrinsik yang merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas atau tugas karena kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari aktivitas tersebut, memiliki relevansi yang signifikan. Karyawan yang memiliki motivasi intrinsik yang tinggi cenderung memiliki rasa kepemilikan terhadap pekerjaan mereka, yang pada gilirannya dapat mendorong mereka untuk

berpartisipasi aktif dalam menciptakan solusi inovatif dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang kreatif. Di perusahaan ini, motivasi intrinsik dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kreativitas karyawan. Karyawan yang merasa terinspirasi oleh pekerjaan mereka cenderung lebih termotivasi untuk berinovasi dan menciptakan solusi yang baru. Motivasi intrinsik tidak hanya menjadi faktor penentu dalam kualitas kinerja karyawan, tetapi juga dalam kemampuan perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. Melalui dorongan internal ini, karyawan dapat merasakan kepuasan dan pemenuhan yang mendalam dari pekerjaan mereka, yang pada akhirnya akan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan inovatif.

Beberapa penelitian sebelumnya seperti Wijayanti & Supartha (2019) dan Praudia & Suharnomo (2021) menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh secara signifikan terhadap kreativitas karyawan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Aninditriana (2020) dan Sari (2016) menemukan bahwa kepemimpinan transformasional tidak berpengaruh secara signifikan dengan kreativitas karyawan. Selain itu Minh-duc & Huu-Lam (2019) dan Angie *et al.*, (2021) menyatakan bahwa motivasi intrinsik memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kreativitas karyawan. Sedangkan Safriana (2015) dan Shafi *et al.*, (2019) menemukan bahwa motivasi intrinsik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kreativitas karyawan.

Berdasarkan *research gap* di atas, menunjukkan bahwa masih terdapat inkonsistensi dari beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi *research gap* tersebut dengan judul

“PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN MOTIVASI INTRINSIK TERHADAP KREATIVITAS KARYAWAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kreativitas karyawan di CV J-Net Connection?
- 1.2.2 Apakah terdapat pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas karyawan di CV J-Net Connection?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kreativitas karyawan di CV J-Net Connection
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas karyawan di CV J-Net Connection

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia. Selain itu, penelitian ini

dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ataupun referensi untuk penelitian berikutnya dengan tema yang berkaitan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi CV J-Net Connection untuk menerapkan kepemimpinan transformasional dan motivasi intrinsik agar perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih inspiratif dan memotivasi, sehingga karyawan lebih termotivasi.