

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Di Indonesia bisnis pariwisata memiliki peranan yang vital dalam membantu meningkatkan ekonomi negara, dan di Indonesia bisnis pariwisata ialah suatu bidang yang berkembang dengan baik. Hal ini dapat diketahui dari UU tentang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009, yang menjadi hal utama di dalam keberhasilan penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia, yang di dalamnya ada salah satu bidang yaitu adalah bidang MICE.

Menurut Kesrul (2004:3) Pengertian MICE, Dalam bentuk sebuah akronim bahasa Inggris Yaitu berasal dari kata “Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran”, dan MICE juga adalah kegiatan kepariwisataan yang merupakan percampuran dari *leisure* dan *business*, yaitu sering sekali melibatkan orang-orang secara bersamaan, kegiatan ini dalamnya berbentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibition*. Industri *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibition* atau yang sering juga disebut dengan MICE di Indonesia mempunyai andil yang sangat besar di dalam pelaksanaan acara baik dalam perkembangan dari sebuah industrinya sehingga ada banyak terbentuknya perusahaan–

perusahaan yang bergerak di dalam bidang MICE. Untuk lancarnya kegiatan MICE maka dibutuhkan sebuah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan tersebut yang dikenal dengan EO (*Event Organizer*), banyaknya perusahaan perusahaan besar yang menggunakan jasa EO untuk kebutuhan acara perusahaannya mulai acara kecil seperti *meeting* sampai acara besar, mereka menggunakan jasa *event organizer* dikarenakan perusahaan perusahaan menginginkan acara dengan hasil terbaik dan dapat dikenang sehingga mereka membutuhkan acara tersebut dibuat dan disusun dengan sangat baik.

Peranan sebuah EO (*Event Organizer*) itu sendiri ialah sebuah organisasi atau perusahaan yang menangani penyelenggaraan rangkaian acara yang direncanakan, disusun dan dilaksanakan dalam rangka menciptakan atau mencapai tujuan yang diinginkan. Penyelenggara acara terdiri dari pengelola acara, perencana acara dan koordinator acara, yang umumnya mempunyai sebuah pekerjaan yang sejenis. Suatu *event* agar dapat berjalan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan maka diperlukan sebuah perusahaan yang mampu mengimplementasikan perencanaan sebuah kegiatan tersebut yang dikenal juga sebagai *event organizer*. Dengan maraknya sebuah perusahaan yang berkecimpung di dalam bidang EO yang telah dibentuk, direncanakan dan dikembangkan, sehingga membuat perusahaan-perusahaan EO akan mulai memperhatikan sumber daya manusianya dengan lebih efektif dan serius demi meningkatkan kinerja

perusahaannya.

Menurut teori Hasibuan (2005:10) “Manajemen Sumber Daya Manusia ialah sebuah ilmu yang mengolah hubungan dan peranan terhadap manusia atau karyawan sehingga dapat bekerja efektif atau efisien untuk mengembangkan dan membentuk sebuah tujuan perusahaan, atau sebuah organisasi”.

Sumber Daya Manusia adalah sebuah garis depan dari setiap perusahaan di dalam bisnis EO (*event organizer*) dikarenakan perusahaan *event* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menjual sebuah produk yang tidak nyata maka diperlukan pelayanan yang sangat baik dan berkualitas yang diberikan oleh para sumber daya manusianya.

Dengan telah terbentuknya perusahaan-perusahaan EO (*event organizer*) yang menjadi sebuah wabah dari para pekerja untuk mencari sebuah keuntungan bagi setiap individu, Oleh karena itu titik dari keberhasilan setiap perusahaan tidak hanya ada di dalam bidang teknologi, sarana prasanana dan dananya saja, melainkan ada di dalam sumber daya manusianya tersendiri. Tanpa adanya sumber daya manusia yang berkualitas di dalam sebuah perusahaan, sebuah kegiatan atau tujuan dari perusahaan tersebut tidak akan terlaksanakan dengan baik, berkualitas dan sesuai dengan prosedur yang telah dirancang.

Agar tercipta suatu peningkatan kinerja para karyawan pada sebuah perusahaan dan membuat suasana lingkungan di dalam pekerjaan lebih

nyaman, dibutuhkan adanya sebuah keinginan untuk memberikan dan membangun rasa motivasi kerja para karyawan perusahaan dalam mengerjakan tugas dan pekerjaannya, agar hal ini dapat tercapai sesuai dengan tujuan dari suatu organisasi.

Komponen yang ada di dalam sumber daya manusia salah satunya adalah motivasi kerja karyawan, Terry menyimpulkan di dalam Hasibuan (2005:145) bahwa motivasi ialah kemauan yang timbul dari seorang manusia atau seseorang yang menggerakkan individu agar melakukan suatu perbuatan. Dalam kasus tersebut motivasi untuk setiap karyawan di dalam sebuah perusahaan sangat berkaitannya dengan kepuasan kerja itu sendiri, seperti yang dituliskan pada teori motivasi dua faktor ditemukan oleh penulis yang bernama Frederick Herzberg dalam Joshi (2013:56).

*Two factor motivators (Intrinsic) : The degree of career achievement, The intellectual challenge of work, Recognition by others as being successful, The actual value of work, The actual level of job responsibility, Hygiene Factor (extrinsic) : The restriction of management policies and procedures, Technical administrative aspect of supervision, Salary structures, Job conditions, Relationship with management, Work environment.*

Sesuai teori Herzberg, penulis menyimpulkan bahwa adanya faktor-faktor yang sangat mempengaruhi terhadap sebuah motivasi saat bekerja disetiap individu, adanya dua faktor yang sangat berpengaruh, yaitu adalah faktor *hygiene* (intrinsik) yang menimbulkan ketidakpuasan Faktor *hygiene* yang tidak berkaitannya dengan adanya

kurangnya sebuah kepuasan dalam melakukan perkerjaa. Yang kedua adalah faktor yang dikatakan sebagai faktor motivator, faktor motivator adalah sebuah komponen yang secara langsung berkaitannya dengan berisi tugas tugas di saat berkerja, faktor motivator lebih mendorong seseorang untuk berusaha dalam menggapai kepuasan mereka sendiri.

CV Kopi panas atau yang lebih dikenal dengan Kopi Panas EO adalah salah satu perusahaan yang berkerja di dalam industri EO yang berdomisili di Jakarta Selatan, lebih tepatnya di wilayah Tebet. Perusahaan ini bergerak di dalam industri *event*. yang berdiri pada tahun 2007. CV Kopi Panas saat ini mempunyai karyawan sebanyak 18 karyawan. dari hasil wawancara penulis dengan HRD perusahaan diperoleh informasi bahwa adanya *Turnover* karyawan di dalam 3 tahun terakhir hal ini dapat dilihat dari data karyawan di CV Kopi Panas pada tahun 2019 – 2021.

**TABEL 1.1**

**JUMLAH *TURNOVER* DI CV KOPI PANAS**

<b>Tahun</b>	<b>Karyawan Masuk</b>	<b>Karyawan Keluar</b>
<b>2019</b>	<b>9</b>	<b>-</b>
<b>2020</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
<b>2021</b>	<b>3</b>	<b>5</b>

*Sumber* : Data Perusahaan CV Kopi Panas 2021

Dapat dilihat dari tabel di atas total karyawan CV Kopi Panas dalam tiga tahun terakhir mengalami *Turn over* yang cukup signifikan, banyak dari karyawannya yang memilih keluar atau pindah dari perusahaan tersebut, penulis beranggapan bahwa adanya pengaruh dari sebuah motivasi kerja dalam hal tersebut, hal ini sangat berpengaruh dalam dampak kinerja perusahaan.

Seperti sebuah informasi yang penulis dapatkan di saat penulis melakukan program magang di CV Kopi Panas dan mewawancarai beberapa narasumber yaitu adalah karyawan perusahaan CV Kopi Panas dan penulis mendapatkan informasi bahwa faktor yang menimbulkan kenapa *turnover* karyawan tinggi di tiga tahun terakhir dari hasil wawancara penulis terhadap karyawan yaitu adanya dari faktor beban

kerja yang tidak sesuai dengan upah yang diberikan dari perusahaan sehingga beberapa dari karyawan mencari atau mendapatkan pekerjaan di dalam perusahaan yang menawarkan imbalan atau gaji yang lebih tinggi yang juga sesuai dengan beban kerja yang dikerjakan.

Oleh karena hal tersebut penulis ingin melakukan penulisan terhadap CV Kopi Panas yang bertujuan untuk menjadi sebuah rekomendasi dan mengetahui juga memahami tingkat dan faktor-faktor apa saja yang menjadi motivasi kerja karyawan di CV Kopi Panas, Berdasarkan sebuah latar belakang yang sudah penulis cantumkan, penulis menentukan untuk memfokuskan penulisan yang akan disajikan ke dalam sebuah proyek akhir yang akan berjudul “Motivasi Kerja Karyawan CV Kopi Panas Tebet Jakarta selatan”

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan merujuk kepada latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis di atas, maka penulis menyimpulkan permasalahan atau tinjauan, penulis menentukan untuk memakai teori Herzberg dua faktor yang antara lain adaalah faktor *hygiene* dan juga motivator untuk melakukan identifikasi faktor Motivasi apa yang membuat perusahaan mengalami *Turnover*.

1. Bagaimana faktor motivasi instrinsik (*motivation*) karyawan CV Kopi Panas ?

2. Bagaimana faktor motivasi ekstrinsik (*hygiene*) karyawan CV Kopi Panas ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan formal

Tujuan formal dari penulisan ini adalah untuk memenuhi salah satu prasyarat menyelesaikan diploma IV di Politeknik Pariwisata program studi *Convention & Event Management* NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional penulisan ini adalah untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi *turnover* karyawan yang menyinggung motivasi kerja.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Pengkajian ini dapat memberi pengalaman dan gambaran bagi penulis di dalam dunia perkerjaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Penulis

Berguna sebagai sumber landasan pemberlajaran bagi penulis dalam bagaimana berpikir secara sistematis dan bagaimana menganalisis suatu permasalahan.

b. Lokus

Memberikan gambaran yang mempengaruhi motivasi kerja dari masing masing individu karyawan, Menjadi sebuah bahan rekomendasi, *mapping* karyawan dan juga menjadi sebuah masukan untuk CV Kopi Panas.