

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Undang-undang Kepariwisataan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, dijelaskan bahwa Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang di dalamnya mencakup fasilitas dan pelayanan dari berbagai pihak seperti masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

Ada dua jenis *event* di dalam pariwisata, yaitu MICE *Event* dan acara khusus atau *Special Event*. Menurut Kesrul dalam Desthiani dan Suwandi (2019), kegiatan kepariwisataan mengkombinasikan *leisure* dan *business* yang biasanya secara bersamaan melibatkan sekelompok orang dengan rangkaian kegiatan khusus dalam bentuk *meetings*, *incentives*, *conferences*, dan *exhibitions* yang diinterpretasikan sebagai acara MICE (Desthiani & Suwandi, 2019).

Menurut Noor (2013), *event* adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengingat suatu peristiwa penting yang terjadi pada waktu tertentu sebagai individu atau kelompok yang terikat oleh adat, budaya, tradisi dan agama (Noor, 2013).

Goldblatt dalam Dshauma (2018) menyatakan bahwa, manajemen *event* mencakup aktifitas profesional yang menyatukan orang dalam rangka perayaan, pendidikan, pemasaran, serta pertemuan. Manajemen *event* meliputi kegiatan yang merencanakan kegiatan atau menjalankan acara, sampai melakukan kegiatan koordinasi dan pengawasan (Dshauma,

2018). Oleh karena itu, suatu penyelenggaraan acara secara profesional, sistematis, efisien dan efektif terdiri dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dan diawasi dalam suatu konsep (rencana).

Manajemen adalah metode pengelola seluruh elemen sumber daya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Simamora dalam Sinambela (2016) mengungkapkan bahwa metode yang dimaksud meliputi pengorganisasian, pengarahan, pengaturan dan penilaian untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah sistem untuk menggunakan, mengembangkan, menilai, mengatur kompensasi dan mengelola individu suatu organisasi (Sinambela, 2016).

Sinambela (2016) juga mengemukakan bahwa MSDM mempengaruhi pola kerja, perencanaan tenaga kerja, seleksi dan perekrutan, peningkatan kualitas karyawan, manajemen karir, kompensasi, dan penilaian kinerja hingga pensiun (Sinambela, 2016).

Menurut Susan (2019), Sumber Daya Manusia merupakan penggerak suatu organisasi. SDM dianggap sebagai aset sehingga membutuhkan pelatihan dan peningkatan (Susan, 2019).

Amir (2019) mengatakan, bagian dari MSDM adalah perilaku organisasi. Ini merupakan ilmu yang berhubungan dengan hal yang terjadi dalam suatu organisasi, seperti bagaimana perasaan, pemahaman, dan perilaku karyawan sebagai individu atau kelompok, dan mempelajari sistem interaksi, kepemimpinan, serta konflik antar pihak yang ada (Amir, 2019).

Tanjung (2015) menyatakan bahwa sesuatu yang mempengaruhi keinginan dan kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat adalah Motivasi. Motivasi dapat membuat seseorang bersemangat dalam memenuhi keinginannya, sehingga ia dapat bertindak dengan cara yang menuntunnya ke arah yang optimal (Tanjung, 2015).

Busro (2018) menyatakan bahwa teori motivasi dua faktor merupakan teori dari Herzberg yang mengkategorikan faktor intrinsik yang membuat seseorang bekerja lebih baik, dan faktor ekstrinsik yang tidak membuat seseorang bekerja dengan lebih baik secara langsung, namun akan mempengaruhi kepuasan kerja karyawan (Busro, 2018).

Dalam teori yang dikembangkan oleh Herzberg, faktor intrinsik memiliki aspek pencapaian, pengakuan, tanggung jawab, kemajuan, pekerjaan itu sendiri, dan kemampuan untuk berkembang. Sedangkan faktor ekstrinsik memiliki aspek yang membantu menjaga kepuasan karyawan seperti gaji, pengawasan, kondisi kerja, kebijakan perusahaan, dan kualitas hubungan interpersonal.

PT Pesona Cipta Dimensi adalah perusahaan baru yang bergerak dalam bidang *Meeting, Incentive, Conference* dan *Exhibition* (MICE), *Search Engine Optimization* (SEO), *Digital Ads Placement* (DAP), *Social Media Marketing* (SMM), *Content Marketing Production and Campaign* (CMPC), *Influencer Management* (IM), *Media Planner and Media Buying* (MPMB), *Onlien Activation with value BTL* (OA+), dan *ATL Advertising Program* (AAP). PT Pesona Cipta Dimensi adalah perusahaan yang melayani individu, pemilik bisnis, perusahaan, asosiasi, insentif, badan

dan lembaga pemerintah dalam semua aspek perencanaan, pengelolaan dan pelaksanaan kegiatannya.

Dengan berbagai produk penawaran yang disediakan, tentu saja perusahaan harus menunjukkan produktivitas yang optimal dalam upaya mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil dari wawancara pra-penelitian dengan direktur utama dari PT Pesona Cipta Dimensi, penulis mendapatkan informasi bahwa selama bulan Januari hingga April, tender yang tersedia di LPSE belum begitu banyak, sehingga dalam periode tersebut karyawan perusahaan tidak melakukan pekerjaan apapun kecuali jika ada PL (Penunjukan Langsung). Ketika memasuki bulan Mei dan seterusnya, tender mulai bermunculan namun karyawan masih belum terpacu untuk melakukan pekerjaannya karena terbawa suasana di bulan-bulan sebelumnya.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian dengan perwakilan karyawan, penulis mendapatkan informasi bahwa adanya SOP perusahaan yang telah dibuat namun tidak diterapkan sehingga kedisiplinan kerja di kantor dapat dikatakan kurang. Selain itu, pemberian skema gaji karyawan masih di bawah UMP dan tidak sesuai dengan *job description* dari karyawan itu sendiri.

Dari pembahasan tersebut, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul Motivasi Kerja Karyawan PT Pesona Cipta Dimensi di Jakarta Selatan.

B. Rumusan Masalah

Bersumber dari latar belakang masalah di atas, penulis menyimpulkan permasalahan mengenai Motivasi Kerja Karyawan di PT Pesona Cipta Dimensi menjadi sebagai berikut:

- 1) Bagaimana motivasi ekstrinsik karyawan PT Pesona Cipta Dimensi?
- 2) Bagaimana motivasi intrinsik karyawan PT Pesona Cipta Dimensi?

C. Tujuan Penelitian

1) Tujuan Formal

Memenuhi persyaratan lulus untuk menyelesaikan pendidikan Diploma IV di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Jurusan Perjalanan, Program Studi Manajemen Konvensi dan *Event*.

2) Tujuan Operasional

a. Lokus Penelitian

Mengetahui motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik dari karyawan PT Pesona Cipta Dimensi di Jakarta Selatan, yang diharapkan dapat berguna sebagai acuan perusahaan *event organizer* dalam memotivasi karyawan perusahaan.

b. Penulis

Sebagai bahan pembelajaran penulis dalam melakukan penelitian di bidang *event*, dan peningkatan pola pikir penulis dalam pembuatan rekomendasi untuk industri *event*.

D. Manfaat Penelitian

Memberikan informasi kepada pihak industri dan pembaca dalam hal memotivasi karyawan, serta memberikan rekomendasi kepada pihak perusahaan PT Pesona Cipta Dimensi mengenai gambaran dalam memotivasi karyawan perusahaan.