

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini, masih banyak negara yang sumber pendapatannya bergantung pada sektor industri pariwisata. Termasuk Indonesia, dimana negara ini adalah salah satu negara yang mendapatkan pemasukan devisa paling besar yang berasal dari kegiatan pariwisata. Sehingga setiap perusahaan di bidang jasa dan industri, terutama pariwisata saling berkompetisi untuk menarik para wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara agar datang ke wilayah Indonesia. Agar dapat menambah pemasukan devisa bagi Indonesia, khususnya wilayah yang dikunjungi oleh para wisatawan

Sesuai dengan Undang - Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Pariwisata dikelompokkan ke dalam industri jasa, dimana kegiatan ini termasuk menangani jasa mulai dari transportasi, jasa keramahan, tempat tinggal, makanan & minuman, dan berkaitan dengan jasa lainnya seperti Bank, Asuransi keamanan dan lain – lain.

Industri pariwisata di Indonesia semakin berkembang pesat seiring dengan majunya pertumbuhan ekonomi dunia dan adanya kemudahan akses

informasi yang tersedia. Hal tersebut dapat menarik para wisatawan mancanegara untuk datang dan menikmati keanekaragaman budaya, seni, serta alam Indonesia, yang dapat mendukung dalam perkembangan pariwisata. Dengan adanya aktifitas pariwisata ini telah membuka pandangan masyarakat terhadap potensi pariwisata yang amat besar, salah satu cara untuk mengurangi pengangguran serta meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.

Biro Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pariwisata Indonesia saat ini merupakan sektor terbesar kedua setelah minyak-gas (migas), yang menghasilkan penerimaan devisa mencapai sekitar 4,5 miliar USD dengan kunjungan sebesar 5.321 juta wisatawan mancanegara (wisman). Oleh karena itu, pemerintah memprediksikan sektor pariwisata sampai dengan tahun 2018 dari kunjungan wisman dan wisatawan nusantara (wisnu) rata-rata sebesar 15,69% per tahun dengan peningkatan penerimaan devisa 1% pertahunnya. Secara lengkap proyeksi sasaran wisman yang berkunjung ke Indonesia beserta dampaknya terhadap penerimaan devisa, peredaran uang, dan peluang lapangan kerja pada tahun 2016-2018 disajikan pada Tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1
Proyeksi Sasaran Pariwisata Indonesia

Target	2016	2017	2018
Target Wisatawan Mancanegara	8 juta	9 juta	11 juta
Penerimaan Devisa	US\$ 8 M	US\$ 9 M	US\$ 11 M
Target Wisatawan Nusantara	152 juta	177 juta	200 juta
Peredaran Uang	Rp 120 T	Rp 135 T	Rp 175 T
Multiplier Efek	Rp 300 T	Rp 350 T	Rp 375 T
Lapangan Kerja Langsung	11 juta	11,5 juta	13 juta

Lapangan Kerja Tidak Langsung	40 juta	45 juta	50 juta
<i>Budget</i>	U\$ 75 juta	U\$ 85 juta	U\$ 100 Juta

Sumber : PHRI Tahun 2015 (Makalah Seminar Indonesia Ultimate in

Diversity)

Walaupun pariwisata dipandang penting sebagai penyumbang terbesar kedua devisa negara, tetapi dilihat dari perjalanannya dalam empat dekade terakhir ini, nilai penting bidang pariwisata tidak diikuti oleh pengelolaan yang baik, khususnya terhadap manajemen maupun objek pariwisata itu sendiri. Kondisi tersebut, diperburuk lagi dengan serangkaian musibah yang terjadi di dalam negeri, seperti gangguan faktor keamanan, bencana alam, kecelakaan angkutan udara, laut dan darat, wabah flu burung serta demam berdarah, bahkan situasi lainnya menambah “derita” pariwisata Indonesia. Dampak dari permasalahan pariwisata tersebut, mengakibatkan menurunnya jumlah kunjungan wisman ke Indonesia.

Upaya pemerintah meningkatkan citra pariwisatanya dalam mewujudkan “*Indonesia The Ultimate Diversity*”, mengalami kendala dalam hal promosi. Minimnya dana promosi pariwisata Indonesia mengakibatkan orang asing tidak begitu mengenal Indonesia dibandingkan Malaysia. Biaya promosi pariwisata Indonesia hanya sebesar 10 juta dolar AS, sementara Malaysia mencapai 60 juta AS. Sehingga iklan Malaysia lebih sering muncul di CNN, sementara iklan Indonesia jarang ditayangkan, yang mengakibatkan orang asing kurang menyadari terhadap keberadaan Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata (Wibowo, Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis, 2011).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu mengembangkan potensi pariwisata Indonesia yang terdapat di banyak daerah dengan mengacu kepada paradigma pembangunan kepariwisataan Indonesia yang memiliki keanekaragaman sumber daya alam, budaya dan kesenian yang telah dikenal masyarakat dunia, termasuk keterbukaan, keramahan masyarakat, serta kekayaan kuliner yang unik. Hal ini dipercaya dapat memberi andil besar tumbuhnya minat wisatawan khususnya wisnu untuk datang berkunjung ke suatu daerah wisata di Indonesia. Berdasarkan laporan BPS, walaupun target wisman ke Indonesia menurun, namun perkembangan wisatawan di dalam negeri (pariwisata nusantara) tetap menunjukkan pertumbuhan yang berarti. BPS mencatat tahun 2014 jumlah kunjungan wisnu mencapai 109,9 juta orang dengan pembelanjaan mencapai Rp 86,6 triliun. Kunjungan wisnu tersebut meningkat dari tahun 2013 sebelumnya, yang tercatat 108,3 juta orang dengan pembelanjaan Rp 77,9 triliun. Faktor peningkatan kesejahteraan dan perubahan pola konsumsi dari wisnu yang tidak lagi hanya ingin santai di suatu daerah tetapi ingin lebih menikmati produk dan kreasi budaya, makanan khas, peninggalan sejarah (*heritage*) serta kekayaan alamnya, mengakibatkan peningkatan kunjungan wisnu.

Hal ini tentu sangat berdampak pada industri penerbangan di Indonesia. Berbagai jenis penerbanganpun hadir guna memenuhi kebutuhan masyarakat seperti *low cost carrier*, *full flight service*, dan penerbangan perintis. Low Cost carrier merupakan salah satu jenis penerbangan yang membuat pertumbuhan penumpang transportasi semakin berkembang pesat,

kita dapat melihat hal ini dari peringkat pertama maskapai penerbangan domestik yang dipimpin oleh PT. Lion Mentari Airlines yang biasa disebut Lion Air. Persaingan di pasar Low Cost Carrier sangatlah ketat, hal ini bisa dilihat dari maskapai penerbangan yang mulai membuka penerbangan Low Cost Carrier seperti Garuda Indonesia yang mengoperasikan CitiLink dan Singapore Airlines yang mengoperasikan Lion Air, belum lagi ditambah dengan maskapai asing yang sangat agresif menggencarkan promosinya yaitu AirAsia yang sudah mapan di pasar penerbangan Indonesia. Segmen perjalanan udara berbiaya rendah atau yang disebut LCC, tidak hanya menjamur di Indonesia, namun saat ini merupakan 25 persen bagian dari lalu lintas terjadwal antar-negara di Eropa. Hanya memerlukan waktu sekitar 24 tahun saja sejak Ryan Air memulai LCC pada tahun 2010 di Eropa Barat. LCC bisa menjual tiket murah karena mendapat keuntungan 16 persen lebih tinggi dari maskapai regular dengan kursi penumpang yang penuh, tiga persen dari penggunaan pesawat, tiga persen dari gaji kru yang lebih murah, dan enam persen dari biaya airports dan landing yang lebih murah.

Untuk mengurangi biaya, Southwest mengisi pesawatnya dengan tempat duduk atau "seats" yang lebih banyak, memastikan setiap penerbangan penuh dan menerbangkan pesawatnya lebih sering dibanding maskapai yang "full-service".

Berdasarkan presentasi dari Asosiasi Maskapai Bertarif Rendah di Eropa (*European Low Fares Airline Association/ELFAA*) mengenai Variasi Biaya Bandara oleh Sekretaris Jenderal Grup industri Penerbangan, Jan Skeels, pada Konferensi Tahunan Kedua tentang Pengaturan Biaya

Operasional Pesawat Terbang, di Dublin, 7 Desember 2005, LCC seperti Ryanair, easyJet, Aer Lyngus dan Southwest bisa terisi hingga 148 tempat duduk untuk kabin kelas tunggal (semuanya ekonomi). Sementara maskapai reguler seperti Lufthansa, Air France dan British Airways hanya diisi 128 tempat duduk.

Karena adanya kegelisahan dari para pemegang saham yang menganggap reputasi perusahaan akan menghambat pertumbuhan jumlah penumpang, Ryanair akhirnya mengumumkan akan lebih menghaluskan "kekasarannya" untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Apakah ini artinya kita telah melihat akhir dari strategi "tanpa basa-basi" atau *no-frills* dalam industri transportasi? Sepertinya tidak. Oliver Wyman, seorang konsultan manajemen, bahkan telah memprediksi bahwa pengenalan gaya manajemen menghasilkan di penerbangan pada kereta api akan menjadi inovasi besar selanjutnya di industri perkeretaan Amerika Serikat (www.bisnis.com).

Sangat penting bagi organisasi agar dapat mengelolah kekayaan atau sumber daya manusianya karena sumber daya ini merupakan pemegang kendali bagi pencapaian keberhasilan suatu organisasi. Semangat kerja yang ditunjukkan oleh pegawai dalam suatu organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah apabila tingkat kepuasan sudah dapat diperoleh oleh pegawai sehingga dapat memberikan kontribusi timbal balik yang baik antar organisasi dan pegawai.

Dengan makin ketatnya tingkat persaingan menjadi faktor pendorong utama bagi suatu organisasi agar dapat memacu kreatifitas kerja pegawainya. Oleh karenanya organisasi haruslah mampu membaca

keinginan-keinginan dari pegawai yang tentunya apabila ada penyesuaian antar keinginan pegawai dengan keinginan organisasi maka diharapkan akan timbul suatu kepuasan yang pastinya dengan kepuasan kerja yang meningkat dapat pula meningkatkan semangat dalam bekerja pada pegawai.

Hal-hal yang dapat menggambarkan timbulnya ketidakpuasan dalam bekerja pegawai yaitu apabila ditemukan rendahnya tingkat absensi, rendahnya semangat kerja, pemogokan dan gejolak tuntutan-tuntutan pegawai yang dapat menimbulkan ketidاكلancaran kegiatan organisasi. Sebaliknya kepuasan pegawai dalam bekerja akan menumbuhkan semangat dalam pegawai untuk berprestasi sehingga dapat meningkatkan tujuan organisasi.

Demikian juga halnya dengan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya kepuasan kerja diharapkan dapat meningkatkan semangat kerja pegawai. Karena semangat kerja ini merupakan faktor pendorong untuk meningkatkan kinerja dan prestasi kerja dalam kehidupan berorganisasi di lingkup perusahaan.

Adanya tingkat kepuasan yang dapat diperoleh pegawai haruslah dapat dirasakan secara nyata dalam bentuk semangat dalam bekerja untuk itu perlu adanya dukungan secara langsung dari pihak pimpinan. Sehingga sikap puas dan tidak puas pegawai dalam menjalankan suatu pekerjaan tidak akan menjadi momok yang dapat merugikan organisasi di masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka judul yang diambil oleh penulis adalah “Pengaruh Tunjangan Kerja dan Lingkungan kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya“.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan permasalahan yang dapat penulis kemukakan adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh tunjangan kerja dan lingkungan kerja secara parsial terhadap semangat kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya?’’
2. Apakah terdapat pengaruh tunjangan kerja dan lingkungan kerja secara simultan terhadap semangat kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya?
3. Manakah dari factor – factor tunjangan kerja dan lingkungan kerja yang berpengaruh paling dominan terhadap semangat kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tunjangan kerja dan lingkungan kerja secara parsial terhadap semangat kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara factor – factor tunjangan kerja dan lingkungan kerja secara simultan terhadap semangat kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya
3. Untuk mengetahui manakah dari factor – factor tunjangan kerja dan lingkungan kerja yang berpengaruh paling dominan terhadap semangat kerja Karyawan PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan memperhatikan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti, dengan penelitian ini peneliti memperoleh kesempatan untuk menerapkan keilmuannya dan penguasaan teori manajemen sumber daya manusia dan secara khusus tentang pemahaman sumberdaya manusia serta menambah wawasan tentang konsep tersebut dan terapannya di organisasi.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran kepada organisasi bagaimana cara menjaga kepuasan kerja

anggota untuk dapat meningkatkan semangat kerja mereka sesuai dengan apa yang telah direncanakan oleh organisasi.

- c. Bagi STIE Mahardika Surabaya, hasil penelitian ini sebagai bahan referensi untuk penelitian lanjutan atau sebagai bahan acuan mahasiswa STIE Mahardika Surabaya apabila melakukan penelitian lebih lanjut tentang variable yang diteliti sehingga hasilnya lebih sempurna.