

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam, khususnya sumber daya hayati tropika yang tidak hanya sangat beragam tetapi juga salah satu jenisnya. Selain sebagai sumber pangan dan devisa, keunikan dan keragamannya yang didukung oleh kekayaan dan keragaman budaya juga menarik wisatawan alam (ekowisata). Industri wisata pertanian yang kini lebih sering disebut dengan agrowisata, saat ini berkembang perlahan di Indonesia. Menurut Pedoman Umum Agrowisata Kementerian Pertanian (2012) dikutip dari Printianto & Suswanto (2018), landasan agrowisata adalah sinergi antara pertanian dan pariwisata. Oleh karena itu, memadukan pertumbuhan pariwisata dan pertanian merupakan pengembangan ekonomi kreatif di sektor pertanian yang berpotensi meningkatkan usaha agribisnis untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Tumbuhnya agrowisata memiliki beberapa dampak yang menguntungkan, antara lain peningkatan persepsi masyarakat terhadap pertanian, peningkatan harga jual hasil pertanian, terciptanya sumber pendapatan tambahan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat di daerah tersebut, dan banyak lagi. Alhasil, agrowisata merupakan salah satu bentuk pengembangan ekonomi masyarakat berbasis agribisnis, menjadikan kawasan agribisnis sebagai *profit center*. Mengingat pariwisata erat kaitannya dengan pemberian jasa pada wisatawan (tamu) (Damanik, 2013) dikutip dari (Printianto & Suswanto, 2018), maka pengembangan agrowisata mengarah pada tujuan peningkatan kesejahteraan stakeholders. tidak terlepas dari peran dan sumber daya manusia di dalamnya. Melalui kinerjanya, karyawan memberikan kontribusi nyata bagi bisnis. Karena sulit bagi pesaing untuk menduplikasi kinerja tinggi perusahaan, sumber daya manusia organisasi dapat menjadi keunggulan kompetitif. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Prawirosentono (1999) dikutip dari Printianto & Suswanto (2018) yang menyatakan bahwa

penerapan strategi bersaing berbasis sumber daya manusia akan menghasilkan dua keunggulan—keunggulan bersaing dan keunggulan komparatif—yang sulit ditiru oleh pesaing. Kinerja karyawan yang tinggi akan mengarah pada keunggulan sumber daya manusia.

Agrowisata dapat menjadi salah satu tujuan berlibur yang dapat menjadi primadona pariwisata Indonesia, salah satu dari agrowisata adalah Kampoeng Kopi Banaran yang terletak di Bawen Kabupaten Semarang Jawa Tengah yang menjadi salah satu primadona dan pilihan untuk berlibur, berwisata, dan menyelenggarakan *event*. Kampoeng Kopi Banaran dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara IX, namun sejak tahun 2021 PT Perkebunan Nusantara IX melakukan kolaborasi dengan PT Dyandra Promosindo untuk mengelola Kampoeng Kopi Banaran. “Kampoeng Kopi Banaran punya potensi besar. Tapi kami sadar diri, kompetensi PTPN itu di bidang perkebunan (*plantation*). Tidak didesain untuk pemasaran potensi wisata,” ujar Tio dalam (Munir, 2020). Harapannya dengan kerjasama ini Kampoeng Kopi Banaran juga dapat menjadi primadona destinasi wisata yang dapat memiliki banyak pengunjung. Namun tanpa adanya budaya kerja perusahaan dan kinerja yang bagus dalam pengelolaan Kampoeng Kopi Banaran maka akan sia-sia kerjasama yang dilakukan antara kedua belah pihak.

Menurut Gibson (1996) yang dikutip dari Hermayanti & Rahmawati (2016) Budaya kerja memiliki peranan penting dalam perusahaan, budaya kerja yang baik tercipta dari hasil kerja sama antar karyawan sehingga dapat berdampak pada meningkatnya kinerja karyawan. Budaya kerja adalah asumsi yang dihadirkan dan diimprovisasi agar orang-orang yang berada di dalamnya dapat menyesuaikan diri dengan kehidupan perusahaan (Ivancevich et al. 2005, dalam Hermayanti & Rahmawati, 2016). Budaya kerja akan melekat dalam diri masing-masing individu pada saat melaksanakan pekerjaannya, sehingga dapat menjadi budaya yang dipercaya oleh kelompok dalam memproses pekerjaan di perusahaan (Kurniawan et al. 2012, dalam Hermayanti & Rahmawati, 2016). Budaya kerja juga menyangkut moral, kehidupan sosial, norma dan

perilaku/tindakan yang melekat pada karyawan perusahaan (Moeljono 2005, dalam Hermayanti & Rahmawati, 2016).

Selain budaya kerja yang berdampak pada kemajuan perusahaan, kinerja dari karyawan juga mengambil peranan yang penting dalam memajukan setiap proses kerja dan operasional perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Menurut Hasibuan (2002) yang dikutip dari Utomo (2019) berpendapat bahwa kinerja adalah hasil kerja yang diraih individu/kelompok dalam melaksanakan tugas-tugasnya atas keterampilan, usaha, dan kesempatan yang didapatkan. Sehingga kinerja dapat disimpulkan sebagai hasil dari proses kerja individu/kelompok yang sesuai dengan ranah kerja masing-masing dengan mengupayakan kemampuan dalam melaksanakan dan menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan tepat. Hasil kerja individu/kelompok dapat dipengaruhi oleh faktor internal/dari diri sendiri ataupun faktor eksternal/dari luar. Faktor internal adalah faktor yang berkaitan dengan karakteristik/sifat seseorang, harapan/ekspektasi, motivasi, usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, budaya, dan sebagainya. Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi kinerja individu/kelompok yang bersumber dari lingkungan, pimpinan, manajemen perusahaan, tindakan rekan kerja, upah yang didapatkan, dan sebagainya. (Timpe 1992:31, dalam Utomo, 2019).

Kampoeng Kopi Banaran dikelola oleh anak usaha dari PT Dyandra Promosindo yaitu PT Dyandra Banaran Nusantara. PT Dyandra Banaran Nusantara yang merupakan group Dyandra&Co dibawah naungan Kompas Gramedia dipercaya secara resmi bersinergi untuk mengelola Kampoeng Kopi Banaran milik PT Perkebunan Nusantara IX mulai 1 April 2021. Kampoeng Kopi Banaran terletak di Area Perkebunan Kopi Kebun Getas Afdeling Asinan tepatnya di Jl. Raya Semarang – Solo Km. 35 dengan ketinggian 480 – 600m dpl. Perpaduan pemandangan hamparan Danau Rawa Pening dan 7 Pegunungan dengan suhu udara sejuk antara 23°C – 27°C membuat kami menjadi salah satu pilihan destinasi wisata alam di area Kabupaten Semarang. Konsep terintegrasi antara resto, *resort*, fasilitas umum, eduwisata, penyelenggaraan *event*,

didukung oleh SDM yang kompeten dengan pemanfaatan teknologi untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. Selain itu Kampoeng Kopi Banaran juga telah mengantongi sertifikat CHSE. PT Dyandra Banaran Nusantara dalam mengelola Kampoeng Kopi Banaran didukung oleh beberapa departemen di dalam struktural perusahaannya, adapun diantaranya departemen *marketing and communication*, departemen sumber daya manusia, departemen keuangan, departemen *revenue*, departemen operasional, dan masih banyak lagi. Salah satu departemen yang ada di PT Dyandra Banaran Nusantara adalah departemen *revenue* yang memiliki tugas dan tanggung jawab utama yaitu mendapatkan penghasilan dan keuntungan materiil maupun non materiil bagi perusahaan, dengan tugas dan tanggung jawab yang besar tersebut tentunya karyawan dari departemen *revenue* akan sangat mengedepankan kenyamanan dalam bekerja, yang mana kenyamanan tersebut dapat tercipta dari budaya kerja perusahaan.

Sehingga peneliti memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian di PT Dyandra Banaran Nusantara untuk mengamati beberapa fenomena di dalamnya. Sehingga peneliti menentukan judul penelitian yaitu “Analisis Deskriptif Kinerja Departemen *Revenue* dan Budaya Kerja pada PT Dyandra Banaran Nusantara”.

1.2 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, maka peneliti memiliki fokus pada pembahasan kinerja departemen *revenue* dan budaya kerja dari PT Dyandra Banaran Nusantara yang akan dianalisis.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memberikan informasi tentang kinerja dari departemen *revenue* PT Dyandra Banaran Nusantara
2. Untuk mengetahui dan memberikan informasi tentang budaya kerja yang tercipta di perusahaan PT Dyandra Banaran Nusantara

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ilmu dan wawasan tentang kinerja departemen *revenue* dan budaya kerja perusahaan khususnya di PT Dyandra Banaran Nusantara.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai kinerja departemen *revenue* dan juga budaya kerja perusahaan sekaligus dapat peneliti aplikasikan ketika peneliti masuk ke dalam dunia kerja di sebuah perusahaan.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pengembangan materi perkuliahan dalam ruang lingkup sumber daya manusia ataupun marketing yang berkaitan dengan budaya kerja perusahaan dan kinerja departemen *revenue* dalam sebuah perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi referensi evaluasi kinerja departemen *revenue* dan pengembangan budaya kerja perusahaan jika diketahui terdapat kekurangan di dalamnya.