

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Pada masa revolusi industri saat ini, pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang semakin pesat membuat meningkatnya persaingan antar industri dalam memasarkan produk dan layanan yang ditawarkan (Sholihah, 2020). Salah satu industri yang mengalami persaingan bisnis tersebut yaitu *cafe*. Menjamurnya *cafe* di berbagai sudut kota merupakan bagian dari perkembangan zaman dan modernisasi yang terjadi saat ini (Jaya, 2018). Dimana nongkrong di *cafe* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, terutama karena tren yang mengutamakan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. (Sholihah, 2020). Selain itu, kesibukan sehari-hari mendorong individu untuk mencari tempat yang dapat dijadikan sarana melepas penat. Sehingga fenomena ini mendorong banyak pelaku usaha untuk terjun ke bisnis kuliner, khususnya dalam bentuk *cafe* (Stepy et al., 2019).

Cafe adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang minuman dan makanan yang dikelola dengan secara praktis dan menawarkan tingkat pelayanan bagi para pelanggannya secara menyeluruh dan ramah (Tondang, et al., 2023). Perbedaan antara *cafe* dengan tempat makan seperti restoran, dan bisnis kuliner lainnya yang lebih fokus pada fungsi utamanya sebagai tempat makan yaitu *cafe* juga lebih mengutamakan kenyamanan serta hiburan dengan konsep yang berbeda bagi pengunjung selain menawarkan makanan dan minuman dengan tampilan

kekinian (Honggowidjaja, 2018). Sugiarto (dalam Ongko, et al., 2017), menjelaskan bahwa *cafe* biasanya beroperasi selama 24 jam penuh, sedangkan fasilitas restoran biasanya tidak di buka seharian. Selain itu, *cafe* justru berperan sebagai ruang sosial yang merepresentasikan gaya hidup masyarakat urban (Michael & Rahman, 2022). Dimana *cafe* tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk bekerja, berbincang dengan teman, serta menjalin relasi baru. Keberadaan *cafe* juga dapat mencerminkan pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah sekaligus memberikan peluang kerja bagi masyarakat (Halimah, dkk., 2021). Agar tetap bisa bertahan di tengah persaingan bisnis yang ketat, pemilik *cafe* harus memahami berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan mengembangkan strategi yang sesuai (Mafakhiroh et al., 2022). Strategi untuk meningkatkan perkembangan bisnis *cafe* yaitu salah satunya dengan meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam aspek pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan (Prabowo, 2022).

Dalam persaingan bisnis kuliner ini, *cafe* dituntut untuk memperoleh karyawan yang dapat memberikan kinerja yang baik sehingga pelanggan akan merasa puas dan dapat membeli produk makanan dan minuman kembali (Hidayat et al., 2020). Untuk mencapai tujuan tersebut setiap *cafe* memiliki sistem kerja, peraturan, dan standar kerja untuk karyawannya. *Cafe* biasanya memiliki sistem kerja seperti pembagian shift karyawan (Yuniar, 2022). Dengan menerapkan sistem kerja shift, perusahaan seperti *cafe* yang beroperasi 24 jam diharapkan dapat tetap beroperasi secara optimal tanpa membebani karyawan dengan jam kerja yang berlebihan. Umumnya, sistem kerja shift dalam perusahaan terbagi menjadi

beberapa jenis, seperti shift pagi, shift malam, atau shift yang bergilir (Pambudi & Haikal, 2024). Adapun peraturan *cafe* yang mencakup penampilan dan sikap kerja yang baik, keramahan dalam melayani para pelanggan, dan karyawan harus bekerja dengan cepat agar pelanggan tidak menunggu lama (Damayanti et al., 2023). Selain itu, terdapat juga standar kerja di *cafe* secara umum yang harus dipenuhi yaitu karyawan *cafe* diharapkan memiliki keterampilan manajemen, disiplin, tanggung jawab, serta kemampuan bekerja sama dalam tim. Karyawan *cafe* menjaga kebersihan, memastikan ketersediaan bahan, serta memastikan peralatan bekerja dengan baik. Selain itu, karyawan harus memahami produk makanan dan minuman, menjaga kualitas produk sesuai standar perusahaan, serta mampu melayani pelanggan dengan baik. Kemampuan dalam menjual produk, membuat makanan dan minuman, serta memahami operasional dapur dan restoran menjadi nilai tambah. Penerapan peraturan dan standar kerja tersebut penting dalam meningkatkan kinerja di *cafe* karena kunci kemajuan usaha kuliner ditentukan oleh keramahan yang diberikan oleh semua karyawan *cafe* dari pemimpin sampai dengan semua karyawannya serta pelayanannya yang harus maksimal dan produktif (Umar et al., 2022). Karyawan yang memiliki usia produktif untuk bekerja yaitu karyawan yang berusia 15-50 tahun. Karyawan dengan rentang usia produktif cenderung cepat beradaptasi dengan tugas baru serta mudah memahami dan menggunakan teknologi (Ukkas, 2017). Hal ini berarti, generasi yang memasuki rentang usia produktif untuk bekerja pada masa ini adalah generasi Z (Sawitri, 2022). Gayle (2019) juga memprediksi bahwa pada tahun 2020 sebanyak 36% dari angkatan kerja akan dipenuhi oleh generasi Z yang mulai lahir pada tahun 1995.

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995-2012 (Barhate & Dirani, 2022). Berkup (2014) menyatakan bahwa generasi Z telah akrab dengan teknologi sejak lahir, sehingga perkembangan teknologi sangat memengaruhi kehidupan mereka. Generasi Z saat ini menjadi salah satu kelompok demografis terbesar di Indonesia, dengan jumlah mencapai sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi (Sawitri, 2022). Dalam survey yang dilakukan Miller (dalam Pinandito & Savira, 2022) yang sudah melibatkan 632 karyawan memiliki rentang usia 18 - 38 tahun dalam kategori generasi Y dan generasi Z, menunjukkan bahwa karyawan generasi Z mempunyai sifat yang mengarah pada rasa tidak puas terkait dengan pekerjaannya dan memiliki intensi untuk pindah ke perusahaan lain. Ekspektasi generasi Z terhadap pekerjaan juga menjadi faktor yang memengaruhi ketidakpuasan dan munculnya rasa untuk meninggalkan perusahaan yaitu generasi Z mengharapkan perusahaan untuk memfasilitasi keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi mereka (Bohdziewicz, 2016). Karyawan generasi Z juga menginginkan stabilitas kerja, seperti adanya jaminan dana pensiun (Maloni et al., 2019), serta pendapatan yang tinggi, meskipun harus berpindah kota atau negara demi mendapatkan penghasilan yang layak (Dwidienawati & Gandasari, 2018). Namun ekspektasi karyawan generasi Z tersebut tidak sesuai dengan pekerjaan sebagai karyawan di *cafe* yang memiliki pendapatan yang rendah, jam kerja yang padat dan panjang (Atmaja & Suana, 2019). Selain itu, menurut Kasali (dalam Supia, et al. 2023) karyawan generasi Z termasuk dalam *strawberry generation*, karyawan tersebut hidup dalam lingkungan yang lebih nyaman, kondusif, sehingga membuat mental mereka lebih rapuh dan dapat dikatakan generasi *strawberry*.

Generasi *strawberry* merupakan generasi yang memiliki banyak ide-ide kreatif tetapi mudah sakit hati, sensitif, dan mudah menyerah. Tidak seperti generasi sebelumnya yang bersedia melakukan berbagai cara untuk tetap bertahan dalam suatu organisasi, Generasi Z justru lebih memilih untuk meninggalkan pekerjaannya dan berpindah ke pekerjaan lain yang dapat memberikan kepuasan pribadi dalam bekerja, bahkan tanpa memiliki rencana alternatif sekalipun (Wyman, 2023). Karakteristik karyawan generasi Z tersebut tidak sesuai dengan pekerjaan sebagai karyawan di *cafe* yang menuntut individu untuk berinteraksi dan melayani pelanggan yang datang dengan sigap, serta tetap bersikap ramah tanpa menunjukkan ekspresi negatif selama melayani pelanggan. Dimana bekerja di *cafe* memiliki berbagai tantangan seperti pelanggan yang tidak menghargai karyawan, dan pelanggan yang terus mengeluhkan layanan (Atmaja & Suana, 2019). Tantangan lainnya dalam bekerja sebagai karyawan di *cafe* yaitu adanya pembagian tugas yang tidak sesuai dengan deskripsi pekerjaan masing-masing karyawan, misalnya, pramusaji makanan terkadang juga harus merangkap sebagai kasir atau petugas kebersihan. Di beberapa *cafe* memiliki ruang kerja yang sempit dan juga menjadi tantangan karena karyawan memiliki keterbatasan dalam meregangkan tubuh saat merasa lelah saat bekerja sehingga karyawan tidak dapat memberikan kinerja secara optimal. Tantangan lainnya yaitu adanya pergantian karyawan yang membuat suasana kerja menjadi kurang harmonis karena karyawan belum terlalu mengenal satu sama lain (Gunawan et al., 2022). Pernyataan tersebut didukung dari survei JakPat yang mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang membuat karyawan generasi Z melakukan *resign* dari pekerjaannya seperti gaji yang tidak

sesuai dengan pekerjaannya, jam kerja yang tidak teratur dan budaya tidak sehat yang ada pada tempat kerja (Rangga & Hermiati, 2023). Caldwell, Chatman, & O'Reilly (dalam Rachmatan & Kubatini, 2018) mengungkapkan bahwa karyawan yang tidak memiliki *work engagement* atau *work engagement*nya rendah ditandai dengan karyawan yang kehilangan komitmen dan motivasi, serta meningkatnya kecenderungan untuk meninggalkan pekerjaan dan berpindah ke pekerjaan lainnya.

Menurut Schaufeli dan Bakker (2004) mengartikan *work engagement* sebagai kondisi pikiran yang positif terkait dengan pekerjaan yang dilakukan dan pemenuhan diri. Menurut Bakker dan Leiter (2010) *work engagement* adalah konsep yang mendorong karyawan untuk bekerja keras dalam mencapai tujuan yang menantang terkait pekerjaannya ketika karyawan tersebut merasa terikat dengan pekerjaannya. Menurut Baes et al., (2023) *work engagement* adalah sebuah konsep yang membuat karyawan sebagai anggota organisasi mengarahkan diri pada peran kerja mereka dan selama bekerja, karyawan yang terlibat akan mengekspresikan diri secara fisik, kognitif, dan juga emosional.

Menurut penelitian Schaufeli dan Bakker (2004) *work engagement* dapat diuraikan menjadi tiga aspek, yakni *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* adalah aspek yang merujuk pada keinginan untuk melakukan usaha terbaik dalam menjalankan pekerjaan. *Dedication* adalah pandangan positif karyawan terhadap pekerjaannya. Dan *absorption* adalah tingkat fokus dan beranggapan bahwa pekerjaannya adalah hal yang membawa kebahagiaan.

Berdasarkan penelitian Ramadhanty & Rozana (2023) diperoleh data umum dari kategorisasi data *work engagement* bahwa karyawan yang memiliki *work*

engagement yang rendah yaitu sebanyak 162 orang dan 52 orang lainnya memiliki *work engagement* yang tinggi. Hasil penelitian tersebut didukung dari penelitian yang telah dilakukan oleh Gallup (dalam Ramadhany & Mulyana, 2021) yang menunjukkan bahwa karyawan di Indonesia yang memiliki *work engagement* hanya berjumlah 8%. Sementara karyawan yang tidak memiliki *work engagement* berjumlah 77%. serta karyawan yang tidak ingin merasa *engaged* secara aktif dengan pekerjaan mereka hanya 15 %. Dari hasil penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas karyawan di Indonesia memiliki *work engagement* yang rendah.

Peneliti melakukan wawancara informal kepada 12 karyawan generasi Z yang bekerja di *cafe*, karyawan yang diwawancara bekerja di 3 *cafe* yang berbeda, wawancara dilakukan pada tanggal 16-30 juni 2024 melalui telepon *whatsapp* yang didasarkan pada aspek *work engagement* dari Schaufeli dan Bakker (2004) yaitu *Vigor, Dedication, dan Absorption*. Berdasarkan hasil wawancara, pada aspek *Vigor*, sebanyak 7 dari 12 karyawan generasi Z menyatakan bahwa karyawan-karyawan tersebut merasa tidak bergairah saat berangkat bekerja dan tidak termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, karyawan-karyawan tersebut juga merasa bahwa rutinitas pekerjaannya monoton dan banyak pekerjaan yang menumpuk sehingga merasa kelelahan. Pada aspek *Dedication* menunjukkan bahwa 7 dari 12 karyawan generasi Z bekerja hanya untuk memenuhi tuntutan pekerjaan dan tidak merasa bangga dengan pekerjaannya sehingga karyawan tersebut tidak menikmati pekerjaannya, 5 karyawan diantaranya juga menyatakan bahwa selama mereka bekerja beberapa kali mereka terlambat saat berangkat ke

tempat kerja dan tidak berkomitmen penuh dengan pekerjaannya. Namun, 5 karyawan dari 12 karyawan generasi Z lainnya merasa bangga dengan pekerjaannya dan menganggap bekerja membawa kebahagiaan. Selanjutnya, pada aspek *Absorption* menunjukkan bahwa 9 dari 11 karyawan generasi Z masih kurang fokus dalam mengerjakan pekerjaannya, karyawan-karyawan tersebut seringkali mengalami gangguan atau interupsi saat bekerja seperti bermain handphone diluar kepentingan pekerjaan saat jam kerja, dan mengobrol dengan rekan kerja. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan generasi Z yang bekerja di *Cafe* memiliki *work engagement* yang rendah.

Menurut mandala (2020) dalam persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan membutuhkan seorang karyawan yang memiliki kemampuan untuk menginvestasikan diri sendiri dan terlibat secara penuh dalam tugas-tugasnya, bersikap proaktif, serta memiliki komitmen yang tinggi dengan standar kualitas kinerja. Dengan karakteristik ini, karyawan diharapkan dapat memiliki kemampuan investasi diri, sikap proaktif, dan komitmen atau *work engagement* yang tinggi sehingga karyawan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kesuksesan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian Elfitasari & Mulyana (2020), menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki *work engagement* yang rendah tidak memiliki motivasi untuk memberikan dukungan kepada rekan kerja saat mereka mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas mereka. Selain itu, ketika mengerjakan tugas yang sulit, karyawan yang memiliki *work engagement* rendah cenderung mudah mengeluh sehingga tidak termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaannya. Dan

dalam penelitian Schaufeli & Bakker (Dalam Muhadi & Izzati, 2020), menyatakan bahwa karyawan yang memiliki *work engagement* tinggi akan lebih semangat dalam bekerja dan menganggap bahwa pekerjaan yang dilakukan bermakna, bersungguh-sungguh dalam melakukan pekerjaannya. Schaufeli dan Bakker (2003) juga menekankan bahwa karyawan dengan tingkat *work engagement* yang rendah seringkali memiliki semangat kerja yang rendah, merasa kurang berarti dalam pekerjaan, menganggap pekerjaannya kurangnya tantangan, kurang fokus dalam menjalankan tugas, dan lebih mudah untuk melepaskan pekerjaan tanpa pertimbangan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *work engagement* menurut Bakker dan Demerouti (2008) yaitu *job resources*, *salience job resources*, dan *personal resources*. Kelesoglu, et al., (2024) mengidentifikasi bahwa *psychological well-being* adalah bagian dari *personal resources*. Robertson dan Cooper (2010) menyatakan bahwa jika *psychological wellbeing* berinteraksi secara positif akan mengarah kepada keterikatan secara penuh atau *full engagement*. Dalam penelitian ini, peneliti memilih *psychological wellbeing* sebagai faktor yang mempengaruhi *work engagement* yang dinyatakan dalam penelitian Bakker dan Demerouti (2008) pada faktor *personal resource*. Dimensi-dimensi yang dimiliki *psychological wellbeing* berkorelasi positif terhadap dimensi *work engagement* (Islamy & Widawati, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa *psychological wellbeing* dapat menjadi faktor yang meningkatkan atau menurunkan *work engagement*.

Alasan peneliti mengambil *psychological wellbeing* sebagai faktor yang mempengaruhi *work engagement* pada karyawan yaitu dalam sebuah perusahaan,

karyawan memerlukan emosi positif agar dapat memaknai pekerjaannya dengan positif. hal tersebut dapat terlihat ketika seorang karyawan memiliki keyakinan terhadap diri sendiri, tujuan yang terarah, selalu ingin berkembang, dan memiliki rasa empati dengan rekan kerja sehingga karyawan tersebut akan merasa semangat, bangga, bertanggung jawab, serta dapat fokus dengan pekerjaannya sehingga akan merasa terikat dengan pekerjaannya (Ramadhany & Mulyana. 2021). Pernyataan tersebut didukung dalam penelitian Robertson dan Cooper (dalam Muhadi & Izzati, 2020) yang memunculkan konsep “*full engagement*”. Konsep tersebut menunjukkan bahwa *psychological wellbeing* dapat meningkatkan *work engagement* individu yang rendah. Dan sebaliknya, *work engagement* yang rendah akan semakin rendah apabila *psychological wellbeing* karyawan rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa *psychological wellbeing* sangat berdampak bagi keterlibatan karyawan di tempat kerja. Fenomena tersebut juga didukung dengan pernyataan Dudija & Apriliansyah (2023) bahwa karyawan generasi Z dengan *psychological wellbeing* yang baik lebih mampu menangani tantangan dengan baik, sehingga meningkatkan keterampilan mereka dalam *problem-solving*. Selain itu, karyawan yang merasa puas dan sejahtera cenderung lebih *engaged* dan produktif, yang pada akhirnya meningkatkan *work engagement*.

Menurut Ryff dan Singer (2008), *Psychological wellbeing* adalah suatu kondisi kebutuhan-kebutuhan manusia yang berhubungan dan dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat sekitar sudah terpenuhi. Menurut Garcia dan Alandete (Dalam Muhadi & Izzati, 2020) menyatakan bahwa *psychological wellbeing* adalah ketika individu merasa hidupnya memiliki arti ketika individu tersebut bisa

menerima dirinya sendiri, menguasai lingkungannya, menjalin hubungan interpersonal yang baik, berkembang, dan memiliki otonomi pribadi. Garg dan Rastogi (dalam Safinaz & Izzati, 2022), *psychological wellbeing* adalah sebuah konsep yang berkaitan dengan perasaan puas terhadap kesehatan fisik dan mental, pekerjaan, serta penilaian pribadi mengenai tingkat kebahagiaan dalam kehidupan individu.

Ryff dan Singer (2008) menyatakan bahwa terdapat enam aspek *Psychological wellbeing*, yaitu *self acceptance*, *positive relationship with others*, *personal growth*, *purpose of life*, *environmental mastery*, *autonomy*. *Self acceptance* adalah kemampuan untuk berusaha memahami perasaan dan motivasi di dalam dirinya. *positive relationship with others* adalah aspek yang mencakup hubungan interpersonal yang didasari dengan hal-hal yang positif. *Personal Growth* adalah realisasi terhadap diri individu. *Purpose of life* adalah aspek yang mengacu pada perspektif eksistensial. *Environmental mastery* adalah konsep yang mengacu pada kemampuan individu untuk menciptakan lingkungan yang sesuai dengan kondisi mentalnya. Dan *autonomy* adalah kondisi di mana individu memiliki penentuan nasib sendiri.

Hasil penelitian Muhadi dan Izzati (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *psychological wellbeing* dengan *work engagement*, karyawan yang tingkat *psychological wellbeing*nya tinggi, maka *work engagement* yang dimiliki karyawan tersebut juga akan tinggi. Sebaliknya, karyawan yang memiliki *psychological wellbeing* yang rendah, maka *work engagement* karyawan tersebut juga akan rendah. Menurut Berger (dalam Muhadi & Izzati, 2020) karyawan yang

memiliki *psychological wellbeing* memiliki motivasi dan energi yang baik akan merasa terlibat dengan pekerjaannya, dan mampu bertahan lama dengan pekerjaannya. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Ramadhany dan Mulyana (2021) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological wellbeing* dengan *work engagement*. Ketika seorang karyawan memiliki keyakinan pada dirinya sendiri, menetapkan tujuan yang jelas, selalu menginginkan perkembangan, serta mempunyai rasa empati atau hubungan yang baik dengan rekan kerja, maka hal ini akan menimbulkan semangat, rasa bangga, tanggung jawab, fokus yang tinggi dalam menjalankan tugasnya, serta keterikatan dalam pekerjaan yang bersangkutan (Ramadhany & Mulyana, 2021). Selain itu, pada penelitian Safinaz dan Izzati (2022) menunjukkan bahwa *psychological wellbeing* dan *work engagement* memiliki hubungan yang searah, karyawan yang memiliki *psychological wellbeing* yang tinggi akan memiliki *work engagement* yang tinggi juga.

Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, peneliti merumuskan permasalahan, apakah terdapat hubungan antara *psychological wellbeing* dan *work engagement* pada karyawan generasi Z di *Cafe* ?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological wellbeing* dan *work engagement* pada karyawan generasi Z di *Cafe*.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi khususnya pada bidang psikologi industri dan organisasi mengenai hubungan antara *psychological wellbeing* dan *work engagement* pada karyawan generasi Z serta dapat menjadi referensi bagi para peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi karyawan generasi Z

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi karyawan generasi Z yang memiliki *work engagement* yang rendah agar dapat meningkatkan *work engagement* dengan meningkatkan *psychological wellbeing* yang dimiliki.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak perusahaan terkait agar turut andil dalam meningkatkan *psychological wellbeing* dan *work engagement* karyawan generasi Z.