

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Era revolusi industri 4.0 ini memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan teknologi di suatu negara, hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh perkembangan internet dan teknologi digital. Era ini juga akan mendisrupsi berbagai aktivitas manusia, termasuk didalamnya bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) serta pendidikan tinggi. Perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu beradaptasi dengan teknologi yang memiliki dampak di berbagai bidang termasuk Sumber Daya Manusia. Namun beberapa penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia masih dikatakan kurang baik dibandingkan dengan Usaha Besar (UB) dan juga dibandingkan dengan UMKM di negara maju (Tambunan, 2012). Menurut Egbu dkk. (2001) bahwa UMKM memiliki kelemahan antara lain ketidakmampuan di bidang pelatihan karyawan. Padahal, usaha mikro, kecil, dan menengah mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja yang sangat besar dimana mengalami pertumbuhan 4.88 % menjadi 5.2 % dalam periode lima tahun terakhir (Badan Pusat Statistika, 2019).

Pemberdayaan dan pengembangan UMKM pada saat ini dimana arus globalisasi, serta tingginya tingkat persaingan membuat UMKM harus menghadapi tantangan skala global. UMKM dituntut untuk meningkatkan

salah satunya adalah pengembangan Sumber Daya Manusia. Hal ini perlu dilakukan bagi pelaku industri UMKM menambah nilai jual agar dapat bersaing dengan produk sejenis yang berskala besar serta produk asing yang banyak masuk ke industri dan manufaktur di Indonesia, hal ini karena UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

*Coffee shop* merupakan salah satu usaha yang mendominasi UMKM di Indonesia. Jumlah *coffee shop* di Indonesia terus tumbuh menjadi *emerging business*. Hal ini terlihat dari meningkatnya tren konsumsi kopi di Indonesia, pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi di Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton. Di Yogyakarta, pada tahun 2014, jumlah kedai kopi yang terdaftar adalah 350 kedai, dan bertambah menjadi 600 kedai di tahun berikutnya. Perkembangan ini terus meningkat hingga mencapai angka 1.100 pada tahun 2018 (Dahwilani pada bernas.id, 2019). Fenomena ini tentunya mengakibatkan profesi barista juga ikut meningkat. Barista adalah sebutan untuk seseorang yang pekerjaannya membuat dan menyajikan kopi kepada pelanggan (*The Merriam-Webster Dictionary*, 2004).

Barista memiliki tanggung jawab besar di *coffee shop* karena berhadapan langsung dengan pelanggan. Menurut Galuh (2018), *job performance* barista dinilai menjadi salah satu hal yang dievaluasi pelanggan dalam meningkatkan

kepuasan. Bukan rahasia lagi bahwa bisnis yang sukses sangat bergantung pada karyawannya. Untuk itu, mengetahui *job performance* pada Barista merupakan hal yang sangat penting. Bagaimana mereka berperilaku di depan pelanggan. Bagaimana karyawan berpartisipasi dalam aktivitas sehari-hari, dan seberapa besar minat yang mereka tunjukkan pada pekerjaan mereka. Dikutip dari [blog.brandmycafe.com](http://blog.brandmycafe.com), hal-hal seperti ini berlaku dalam hal menjalankan usaha yang berkembang di industri jasa, salah satunya *coffee shop*. Ramadhan (2017) menambahkan Barista merupakan garda terdepan yang akan berinteraksi langsung dengan pelanggan, jadi barista memiliki tanggung jawab yang paling besar. Barista harus menunjukkan pelayanan terbaiknya karena komplain sering kali terjadi pada kualitas barista. Selain itu, dikutip dari artikel Majalah Otten Coffee ([ottencoffee.co.id](http://ottencoffee.co.id)) Barista tidak sekedar pembuat kopi yang berdiri di balik mesin *espresso* dan memakai apron (Mustika, 2017). Barista adalah penentu apakah kopi yang diracik bisa memberi kepuasan kepada pelanggan atau tidak. Membuat kopi tidak semudah menuangkan air ke bubuk kopi, terdapat ketelitian dan pemahaman serta pengalaman yang tak didapat dalam semalam. Barista haruslah paham tentang komposisi, rasa dan hal-hal yang menunjang nikmatnya sebuah minuman kopi. Tentu barista juga harus komunikatif dan mengenal lebih jauh karakteristik para pelanggan yang datang. Hal inilah yang membuat peran Barista sangat penting pada sebuah *coffee shop*.

*Job Performance* adalah sarana untuk mencapai tujuan atau serangkaian tujuan dalam pekerjaan, peran, atau organisasi (Campbell, 1990), tetapi bukan

konsekuensi aktual dari tindakan yang dilakukan dalam pekerjaan. Campbell (1990) menegaskan bahwa *job performance* bukanlah tindakan tunggal melainkan "aktivitas yang kompleks". *Job performance* merupakan konstruk multidimensional, Borman & Motowidlo (1993) membedakan *job performance* kedalam tiga dimensi yaitu: *task performance*, *contextual performance* dan *adaptive performance*. *Task performance* merupakan keahlian individu dalam melakukan aktivitas kerja yang berhubungan secara langsung dengan *technical core* perusahaan. Pada tingkat umum, *task performance* terdiri dari kegiatan merubah barang material hingga menjadi barang yang berkualitas serta menghasilkan jasa bagi organisasi sebagai fungsi efisiensi dari organisasi (Motowidlo dkk, dalam Sonnentag dkk, 2010). Aktivitas kerja positif akan mempengaruhi nilai-nilai dalam organisasi, yang kemudian memudahkan proses produksi dan pelayanan organisasi. *Contextual performance* merupakan aktivitas yang tidak berkontribusi langsung pada *technical core*, melainkan mendukung organisasi pada lingkungan psikologis atau sosial sehingga tujuan organisasi dapat tercapai (Motowidlo 1993, dalam Sonnentag & Frese, 2002). *Contextual performance* berbeda dengan *task performance* karena termasuk aktivitas tidak resmi yang menjadi bagian dari deskripsi pekerjaan. Hal ini secara tidak langsung berkontribusi terhadap *job performance* sebagai fasilitator *task performance*. Seperti interaksi intrapersonal dan motivasi. Interaksi intrapersonal dan motivasi membentuk sebuah hubungan antara individu dengan yang lain, kemudian mempengaruhi karakteristik grup dengan menunjukkan kerjasama yang baik. *Adaptive*

*performance* merupakan konsep dari (Pulkos, Arad, Donovan & Plamondon 2000, dalam Wildman.,dkk, 2011) yang membangun model teoritis dan empiris berdasarkan kinerja yang fokus pada konsep adaptif. Model ini dimaksudkan untuk menilai seberapa baik individu menyesuaikan atau beradaptasi pada kondisi baru atau situasi yang tak terduga.

Pada kenyataannya, penurunan *job performance* pada barista merupakan hal yang sering terjadi di *coffee shop*. Ketika Peneliti melakukan Pra Penelitian dengan cara wawancara 8 orang barista yang bekerja di 8 *coffee shop* yang berbeda di Yogyakarta pada tanggal 2 Oktober 2021 hingga 19 November 2021, terlihat beberapa masalah yang sama dan berhubungan dengan *job performance*. Enam dari delapan subjek barista mengungkapkan bahwa miskomunikasi merupakan masalah yang kerap terjadi di lingkungan kerja mereka. Hal ini biasanya disebabkan oleh salah satu rekan yang sedang mendapat pengaruh dari faktor eksternal sehingga menyebabkan *mood* rekan mereka tidak baik, tidak hanya itu saja subjek mengatakan terbatasnya komunikasi antar barista dan atasannya yang mengakibatkan sering terjadinya kesalahpahaman. Selain itu, faktor komunikasi yang terjadi sangat tidak efektif dikarenakan masih kurangnya keterbukaan barista satu sama lain. Subjek juga mengatakan pada saat itu terjadi rekannya tidak memberikan informasi secara mendetail terkait pesanan atau segala macam keadaan di dalam *bar*. Subjek merasa hal ini mengakibatkan kualitas pelayanan dan produk yang mereka hasilkan menjadi tidak baik.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penurunan *job performance* sering terjadi di tempat kerja. Hal ini menunjukkan masalah dari ketiga dimensi *job performance* yaitu *task performance* dan *contextual performance* ketika barista tidak menjalankan tugasnya sesuai SOP dikarenakan komunikasi internal yang sedang bermasalah. Selain itu, permasalahan pada *adaptive performance* juga ditemukan pada saat rekan kerja mengalami perubahan *mood* secara signifikan dikarenakan faktor dari luar lingkup kerja yang membuat *job performance* dinilai tidak maksimal. Hal ini memberikan dampak di kedua pihak baik pada *coffee shop* maupun barista. Beberapa pelanggan melakukan komplain dengan memberikan *rating* rendah pada *google review* ketika mereka merasa tidak puas atau mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan saat berada di *coffee shop*. Di lain sisi, permasalahan-permasalahan tersebut dapat membuat penilaian kinerja barista menurun, bahkan beresiko menerima surat peringatan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Job Performance*, di antaranya adalah komunikasi, motivasi kerja, kompensasi, *organizational engagement*, kepemimpinan, dan beban kerja (Hasibuan, 2010; Mempan dan Linda, 2015; Ardana dkk, 2018). Penulis melakukan pra survey kepada barista di Yogyakarta sebanyak 30 orang pada tanggal 2 Oktober 2021 hingga 19 November pada 6 variabel bebas yang mempengaruhi *job performance*. Alasan penulis melakukan pra survei yaitu untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang dihadapi oleh barista sehingga mempengaruhi *job performance*. Data yang didapatkan penulis adalah sebagai berikut :

**Table 1.1**

**Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan pada Barista di Sleman, DI Yogyakarta**

No	Variabel	Nilai		
		Sangat Penting	Cukup Penting	Tidak Penting
1	Komunikasi Internal	24	6	
2	Motivasi Kerja	19	7	4
3	Kompensasi	17	8	5
4	<i>Employee Engagement</i>	21	4	5
5	Kepemimpinan	19	7	4
6	Beban Kerja	6	17	7

Sumber: Hasil Pra-Survei (2021)

Dari data Tabel 1.1 diatas menunjukkan tanggapan dari barista bahwa faktor-faktor yang dianggap paling berpengaruh terhadap kinerja karyawan adalah Komunikasi Internal dan *Employee Engagement*. Dapat diduga bahwa rendahnya *job performance* adalah masih ada beberapa Sumber Daya Manusia yang belum memahami tugas pokok dan fungsinya sehingga menghambat kinerja. Dengan adanya sedikit permasalahan yang muncul, menunjukkan bahwa dengan adanya Komunikasi Internal dan *Employee Engagement* yang masih rendah maka terjadi kesenjangan antara apa yang seharusnya barista miliki terkait berkomunikasi dengan internal dan *engagement* nya terhadap *coffee shop* nya (*das sollen*) dengan yang senyatanya (*das sein*), semuanya itu berakibat pada rendahnya *job performance* pada barista di Sleman, DI Yogyakarta. Hal ini merupakan masalah

yang sangat penting bagi beberapa *coffee shop* dikarenakan komunikasi internal dan *employee engagement* adalah suatu hal yang dapat meningkatkan *job performance* di suatu *coffee shop*. Maka dari itu, apabila komunikasi internal dan *employee engagement* barista masih rendah akan mengakibatkan tidak tercapainya suatu tujuan dalam *coffee shop* tersebut.

Dalam berbagai riset terakhir bahwa komunikasi internal dapat memberikan dampak positif terhadap *job performance* yang semakin baik. Sebagaimana temuan oleh Febrian, dkk (2016) bahwa apabila semakin sering terjadinya komunikasi internal maka akan terjadi peningkatan kinerja, begitu pula sebaliknya. Apabila organisasi memelihara *open communication*, komunikasi internal yang efektif akan meningkatkan hubungan yang erat di setiap level organisasi yang merupakan salah satu cara organisasi dalam mensejahterakan pegawai dan akan berdampak pula pada keserasian antara pegawai dan organisasi (Hayati, 2016). Hal ini juga didukung oleh Robbins (2002) bahwa keefektifitasan sebuah komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperlancar alur kerja karyawan yang nantinya dapat berkesinambungan dengan *job performance* mereka. Manulang (2001) dan Hasibuan (2000) menyatakan bahwa semakin baik komunikasi internal maka *job performance* juga akan semakin meningkat. Hal ini didukung pula oleh penelitian empirik yang dilakukan oleh Hartono dan Galih (2013) menyatakan bahwa komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *job performance*. Agustriyana, dkk (2021) menambahkan bahwa komunikasi yang baik akan memberikan hubungan yang baik antar karyawan yang dapat mempengaruhi kinerja mereka.

Di sisi lain, beberapa peneliti juga menemukan hubungan antara *employee engagement* dan *job performance*. Tangga dan Galpin (2010) mencatat bahwa *employee engagement* yang tinggi telah terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *job performance*. Dalam hal ini, studi empiris sebelumnya telah menunjukkan bahwa *employee engagement* memiliki pengaruh positif pada *job performance*. Bakker dan Bal (2010) meneliti hubungan antara *employee engagement* mingguan dan kinerja di antara 54 guru Belanda menggunakan analisis multi-level. Mereka menemukan bahwa *employee engagement* mingguan dan *job performance* mingguan berhubungan positif. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Gorgievski dkk. (2010). Gorgievski dkk. (2010) melakukan penelitian mereka pada 2.162 karyawan selama 1,5 tahun dan menyimpulkan bahwa *employee engagement* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tugas dan kinerja kontekstual. Terakhir, Anitha (2014) mempelajari dampak *employee engagement* terhadap *job performance* dan menemukan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap *job performance*. Dengan demikian, sebagian besar temuan peneliti sebelumnya telah menyoroti hubungan positif antara *employee engagement* dan kinerja karena karyawan yang terlibat diharapkan menunjukkan kinerja yang lebih baik, dibandingkan dengan karyawan yang tidak terlibat (Demerouti dan Cropanzano, 2010).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada barista di Sleman, DI Yogyakarta dengan judul “Hubungan antara komunikasi internal dan *employee engagement* terhadap *job performance* karyawan pada barista di *Coffee Shop* Yogyakarta”.

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier positif dan signifikan antara komunikasi internal dan *employee engagement* terhadap *job performance* pada barista di *coffee shop* Yogyakarta.

## **C. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua bagian kontribusi; yang pertama adalah kontribusi teoritis, untuk studi dalam bidang psikologi dan sumber daya manusia. Yang kedua adalah kontribusi praktis, untuk para pelaku bisnis dan *Human Resource Department* dalam suatu organisasi.

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi untuk pemahaman yang lebih baik dari konteks teoritis, terutama dalam hal *Job Performance*. Penelitian ini membantu menjelaskan gambaran kerangka teori yang merupakan pengaruh dari komunikasi internal dan *employee engagement* terhadap *job performance*. Penelitian ini akan memberikan kontribusi untuk penelitian lebih lanjut di bidang Sumber Daya Manusia dan juga memberikan tambahan literatur dalam studi Psikologi Industri dan Organisasi.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini juga berkontribusi untuk meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *job performance*. Selain itu, penelitian

ini dapat membantu organisasi bisnis, khususnya bagian *Human Resource Department (HRD)* untuk memahami dan beradaptasi dengan kondisi perkembangan psikologi karyawan saat ini.