

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman milenial ini, kebutuhan internet sudah menjadi bagian yang dianggap penting bagi kebanyakan orang. Demikian pula halnya dalam dunia organisasi, kehadiran internet telah memberikan banyak perubahan dan kemudahan dalam urusan pekerjaan hingga sebagai alat pengembang bisnis dalam setiap instansi. Internet memberikan kemudahan instansi dalam mendapatkan informasi, berinteraksi dengan klien atau konsumen, melakukan promosi produk atau jasa, hingga perekrutan pegawai. Selain itu, dalam meningkatkan performa pegawai, banyak perusahaan juga telah memanfaatkan fasilitas internet. Merujuk pada KOMINFO penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia, sedangkan pada tahun 2019 mencapai 150 juta jiwa dengan penetrasi 56% yang tersebar diseluruh wilayah. Selama dua tahun Indonesia mengalami peningkatan penggunaan internet sebanyak 1.32% atau sebanyak 6,74 juta jiwa. Pulau Jawa menjadi penyumbang pengguna internet terbesar di Indonesia yaitu sebanyak 95,3 jiwa. Penyumbang terendah pengguna internet di pulau jawa adalah Provinsi Yogyakarta yaitu 2,4 juta jiwa. Yogyakarta yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 3,8 juta jiwa, dengan pengguna internet sebanyak 2,4 juta jiwa, maka 63% persen penduduk Yogyakarta adalah pengguna internet.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan Provinsi terkecil kedua setelah Provinsi DKI Jakarta dan terletak di tengah pulau Jawa, dikelilingi oleh Provinsi Jawa tengah dan termasuk zone tengah bagian selatan dari formasi geologi pulau Jawa. Di sebelah selatan terdapat garis pantai sepanjang 110 km berbatasan dengan samudra Indonesia, di sebelah utara menjulang tinggi gunung berapi paling aktif di dunia merapi (2.968 m). Luas keseluruhan Provinsi DIY adalah 3.185,8 km dan kurang dari 0,5 % luas daratan Indonesia. Di sebelah barat Yogyakarta mengalir Sungai Progo, yang berawal dari Jawa tengah, dan sungai opak di sebelah timur yang bersumber di puncak Gunung Merapi, yang bermuara di laut Jawa sebelah selatan. (Kementerian RI, 2015)

Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi wisata yang dimiliki provinsi ini cukup banyak dan bagus serta mempunyai nilai jual dalam sektor kepariwisataan. Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata kuliner bahkan, yang terbaru, wisata malam. Tidak berlebihan bila Yogyakarta disebut sebagai miniatur Indonesia. Pada tahun 2018 keseluruhan kunjungan wisatawan mancanegara ke obyek-obyek wisata tersebut sebanyak 600.102 wisatawan, sedangkan wisatawan nusantara mencapai 25.915.686 wisatawan, sehingga total wisatawan yang berkunjung mencapai 26.514.788 wisatawan.

Komponen pendukung wisata antara lain; akomodasi, jasa pangan, transportasi, atraksi wisata. Jasa pangan adalah sebagai suatu bangunan atau

tempat usaha yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum yang dikenal secara komersial. Adapun usaha jasa pangan meliputi restoran, rumah makan, jasa boga, dan bar (Sukarsa, 1999). Salah satu usaha kuliner yang berada di Yogyakarta adalah Waroeng SS. Waroeng SS didirikan pada Agustus 2002 oleh Yoyok Hery. *Outlet* pertama Waroeng SS berada di barat GSP UGM, Yogyakarta. Pada tahun 2020 ini Waroeng SS sudah memiliki 93 cabang dan memiliki 4000 karyawan yang tersebar di pulau Jawa dan Bali, serta memiliki cabang di Kuala Lumpur Malaysia. Waroeng SS memiliki dua jenis karyawan yaitu karyawan managerial yang berpusat di Jl. Kaliurang Km 4.5 Gang Kinanthi No.19 Yogyakarta, dan karyawan *outlet* yang berada di masing-masing cabang. Tugas dari karyawan outlet bertugas seperti; memasak, pramusaji dan kasir, sedangkan karyawan managerial yaitu seperti; pemasaran, mengelola sumber daya manusia, *finace* dan fungsi managerial lainnya. Karyawan managerial memiliki bidang yang sangat vital untuk menunjang 93 cabang, sehingga karyawan managerial Waroeng SS dibekali fasilitas internet untuk menunjang hal tersebut.

Kegiatan mengakses internet yang dilakukan oleh karyawan telah menjadi hal yang biasa. Internet memberikan akses instan terhadap informasi dan komunikasi karyawan. Komunikasi yang sering dilakukan baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal, seperti menyampaikan laporan kepada pimpinan atau atasan, menyampaikan perintah kepada bawahan atau informasi kepada rekan kerja. Teknologi seperti internet ini dapat membantu karyawan untuk melaksanakan tugas-tugas yang diberikan organisasi (Armayanti, 2016).

Efek dari penerapan komputersasi dan internet ternyata juga telah merevolusi kemalasan pegawai dengan tugasnya. Harapan instansi dengan dinaikkan secara kuantitas dan kualitas infrastruktur yang ada dapat digunakan oleh pegawai seefisien mungkin dalam rangka meningkatkan kualitas justru disalahgunakan oleh para pegawai (Astri, 2014)

Saat ini hampir seluruh perusahaan di Yogyakarta dan sekitarnya menetapkan sistem komputersasi berbasis internet. Sejumlah penelitian di Indonesia menunjukkan rata-rata karyawan menghabiskan waktu hingga satu jam per hari untuk akses internet yang tidak berkaitan dengan pekerjaan. Perilaku yang dilakukan ini seperti browsing facebook atau Kaskus. Hal tersebut berarti dalam waktu sebulan seorang karyawan bisa mengkorupsi waktu kerjanya hingga 20 jam lebih (1 jam x 20 hari kerja), atau sama dengan 2,5 hari kerja penuh (Antariksa, 2012).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Pada tahun 2016, dari total populasi penduduk indonesia terdapat 132,7 juta pengguna internet di Indonesia. Jika dilihat berdasarkan pekerjaan, pekerja/wiraswasta menempati posisi pertama dengan angka 62%. Selain itu, sebanyak 11,2% dari mereka menggunakan fasilitas internet kantor, dengan aktivitas memperbaharui informasi pribadi dalam media sosial sebanyak 25,3% (APJII, 2016). Disaat internet telah menjadi hal yang biasa, maka tidak menutup kemungkinan karyawan memanfaatkannya untuk kegiatan atau hal-hal yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan, misalnya sebagai tujuan hiburan (browsing, mengirim email, bermain youtube). Perilaku

tersebut lazim dikenal dengan istilah perilaku *cyberloafing*, (Lim, V.K.G & Chen, 2009)

Menurut Lim (2002), *cyberloafing* merupakan tindakan karyawan yang disengaja dengan penggunaan akses internet milik perusahaan untuk hal yang tidak berkaitan dengan pekerjaan selama jam kerja. Lebih jauh lagi, definisi konstruk *cyberloafing* diperjelas menjadi tindakan karyawan yang disengaja dengan penggunaan akses internet milik perusahaan selama jam kerja untuk browsing situs-situs untuk tujuan pribadi dan memeriksa (termasuk menerima dan mengirim) e-mail personal. Kelompok situs hiburan seperti Facebook, YouTube, dan Instagram dikategorikan sebagai “situs yang tidak berkaitan dengan pekerjaan”. *Cyberloafing* adalah tindakan karyawan yang menggunakan akses internet organisasi mereka selama jam kerja untuk tujuan pribadi. Ketika karyawan menjelajahi web untuk kesenangan, melakukan perdagangan saham secara online, berbelanja secara online, atau terlibat dalam aktivitas-aktivitas internet lainnya yang tidak berhubungan dengan pekerjaan disaat sedang berada ditempat kerja, mereka melakukan *Cyberloafing* (Robbins, 2008).

Blanchard dan Henle (2008) membagi *cyberloafing* menjadi dua aspek bertingkat dilihat dari kegiatan perilakunya, dikategorikan menjadi dua yaitu *minor cyberloafing* dan *serious cyberloafing*. Tipe karyawan yang terlibat dalam berbagai bentuk perilaku *minor cyberloafing*, Contohnya adalah mengirim dan menerima email pribadi, mengunjungi situs olahraga, memperbarui status jejaring sosial (seperti facebook, twitter dan, instagram), serta berbelanja online. Sedangkan tipe karyawan yang terlibat dalam berbagai

bentuk perilaku serious *cyberloafing* yang bersifat lebih berbahaya karena bersifat melanggar norma instansi dan berpotensi ilegal. Contohnya adalah judi online, menonton streaming film, serta membuka situs yang mengandung pornografi.

Sejumlah penelitian membuktikan bahwa jumlah waktu yang mereka gunakan *cyberloafing* kian meningkat, yakni 3 jam perminggu menjadi 2,5 jam perhari. Hal ini juga terlihat dari penelitian yang dilakukan Australia National University pada tahun 2012 yang menemukan bahwa 30 % hingga 65% penggunaan internet di tempat kerja tidak berkaitan dengan pekerjaan. Beberapa contoh perilaku *cyberloafing* karyawan adalah belanja online, browsing situs-situs hiburan, menggunakan media sosial, mencari pekerjaan, mengirim dan menerima chat group, serta mengunduh file (berkas) yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Greenfield & Davis, 2002).

Peneliti melakukan wawancara dan observasi dengan 5 karyawan kantor pusat Waroeng SS di Yogyakarta pada (**27 Desember 2019**), Perusahaan memfasilitasi tiap pekerjaanya dengan komputer dan internet. namun keberadaan akses internet bagi karyawan seolah menjadi keuntungan tersendiri. Selain menjadi bisnis yang efisien internet juga menyediakan akses pada karyawan ke taman bermain terbesar di dunia. Efek dari penerapan komputerisasi dan internet ternyata juga telah merevolusi kemalasan karyawan dengan tugasnya. Selain itu, kurangnya peraturan terkait penggunaan fasilitas internet di tempat kerja dan pantauan dari atasan sehingga menyebabkan terjadinya perilaku *cyberloafing*. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa karyawan cenderung

melakukan *cyberloafing* karena merasa lingkungan kerja mendukung perilaku tersebut, hal ini dapat dilihat dari sistem yang kurang mengatur terkait penggunaan internet di tempat kerja, sehingga berdampak negatif bagi perusahaan maupun karyawan.

Cyberloafing dianggap sebagai suatu perilaku kerja yang *countproductive* oleh beberapa penelitian (Lim, 2002). Maka dari itu, *cyberloafing* juga menjadi penyebab penurunan produktivitas pada perusahaan karena penggunaan internet yang tidak berkaitan dengan pekerjaan serta penundaan pekerjaan. Sebagai contoh, pegawai lebih memilih menghabiskan waktu kerja dengan browsing situs hiburan dibandingkan menyelesaikan tugas yang diberikan organisasi sesuai dengan standar performa yang ditentukan (Nardilasari, A firmanto, 2017). Dampak negatif perilaku *cyberloafing* bagi perusahaan yaitu karyawan dapat meninggalkan kewajiban dalam melaksanakan tugas perusahaan karena perilaku seperti browsing dan emailing yang dilakukan pada jam kerja menyebabkan penggunaan waktu yang tidak produktif dan mengalihkan perhatian karyawan dari tuntutan pekerjaan (Lim & Chen, 2012). Perilaku *cyberloafing* ini mempengaruhi kinerja karyawan karena menghambat karyawan dalam menyelesaikan tugasnya.

Karyawan melakukan kegiatan *cyberloafing* dengan berbagai faktor dan penyebab, Ozler dan Polat (2012) mengungkapkan, terdapat tiga faktor individu melakukan *cyberloafing*, yaitu faktor individu, faktor situasional dan faktor organisasi. Faktor individu, faktor ini menjelaskan bahwa sikap individu terhadap penggunaan internet, trait pribadi, kebiasaan, faktor demografis, dan

intensi, norma sosial, dan nilai pribadi merupakan faktor yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perilaku *cyberloafing* individu dalam dunia kerja. Faktor situasional, pada faktor ini menjelaskan ada tidaknya kondisi yang mendukung adanya perilaku *cyberloafing*, Instansi atau organisasi perlu memperhatikan situasi atau kondisi yang dapat menurunkan *cyberloafing* sehingga produktivitas karyawan tidak menurun. Faktor organisasi menjelaskan bahwa pembatasan dalam penggunaan internet, konsekuensi yang diharapkan, dukungan manajerial, modelling, sikap kerja karyawan, dan karakteristik pekerjaan dapat mempengaruhi individu untuk melakukan *cyberloafing*.

Beberapa tokoh menyatakan faktor yang mempengaruhi *cyberloafing* antara lain etos kerja, peraturan organisasi, dan kontrol diri. Woon dan Pee (2004) menyatakan bahwa peraturan organisasi yang jelas tentang konsekuensi yang dihadapi karyawan ketika melakukan *cyberloafing*, akan mengurangi penyalahgunaan internet tersebut. Hal ini untuk membatasi karyawan untuk terlibat dalam perilaku-perilaku *cyberloafing* di tempat kerja. Apabila peraturan organisasi tidak jelas maka akan timbul tindakan *cyberloafing* yang dilakukan oleh karyawan. Faktor etos kerja menurut Vitak, Crouse, dan LaRose (2011) bahwa salah satu yang dapat mengurangi kecenderungan untuk terlibat pada *cyberloafing* yaitu, terikat pada keyakinan normatif pribadi dari individu yang menganggap bahwa tindakan *cyberloafing* adalah tindakan yang salah. Berdasarkan hal tersebut dapat kita katakan bahwa, seseorang dengan etos kerja yang baik tidak memiliki kecenderungan untuk melakukan *cyberloafing* di tempat kerja.

Cyberloafing merupakan bentuk “deviant workplace behavior” atau kegiatan penyimpangan di tempat kerja (Lim, 2002). Jika karyawan memandang bahwa pekerjaannya sebagai nilai yang luhur maka karyawan tersebut tidak akan melakukan penyimpangan dalam pekerjaannya dan memiliki etos kerja yang tinggi, sedangkan apabila karyawan tidak memandang pekerjaan sebagai nilai luhur maka karyawan akan melakukan penyimpangan ditempat kerja dan memiliki etos kerja yang rendah (Anoraga, 2001). Hal ini didukung dengan beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa etos kerja berpengaruh terhadap *cyberloafing*; (a) Kim, Triana, Chung, dan Oh (2015) yang menyatakan bahwa baik dan buruknya etos kerja karyawan akan mempengaruhi timbulnya perilaku *cyberloafing*, (b) Khansa, Kuem, Siponen, dan Kim (2017) juga mengungkapkan bahwa karyawan dengan etos kerja yang baik tidak akan melakukan perilaku *cyberloafing*.

Melalui beberapa penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa etos kerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *cyberloafing*, dalam penelitian ini peneliti memilih salah satu faktor individu yaitu etos kerja sebagai variabel prediktor, Hal ini dikarenakan suatu perilaku dapat menghasilkan produktivitas tinggi dan juga rendah, maka dari itu etos kerja sangat berperan penting dalam membentuk perilaku pegawai.

Miller, Woehr, dan Hudspeth (2002) menempatkan etos kerja sebagai cerminan sekumpulan perilaku dan keyakinan yang berkaitan dengan perilaku kerja. Tasmara (2002) mendefinisikan etos kerja adalah totalitas kepribadian, serta cara mengekspresikan, memandang, meyakini dan cara memberikan makna

adanya sesuatu yang mendorong dirinya untuk bertindak dan bekerja secara optimal, sedangkan Omisore dan Adeleke (2015) menyimpulkan etos kerja secara sederhana sebagai seperangkat asas yang berhubungan dengan moral yang berlaku untuk perilaku individu

Etos kerja adalah sekumpulan karakteristik dan perilaku dimana seorang karyawan memberikan perhatian penuh dan dedikasi untuk pekerjaan yang dilakukan (Hill & Fouts, 2005). Valentine, Godkin, Fleischman dan Kidwell (2011) mengungkapkan bahwa melatih etos kerja adalah solusi yang efektif untuk meningkatkan kinerja dalam organisasi, hal tersebut dapat menciptakan budaya kerja lebih etis antar karyawan yang menggunakan pendekatan yang berbeda-beda. Etos kerja sering dihubungkan dengan persepsi tentang tindakan tertentu, baik tindakan benar atau salah, hal ini terkait dengan aturan standar yang telah ditetapkan oleh organisasi.

Miller, Woehr, dan Hudspeth (2002) mengembangkan konteks etos kerja Weber sebelumnya, terdapat tujuh dimensi dari etos kerja adapun itu waktu luang (*leisure*), moralitas (*morality/ethic*), kerja keras (*hard work*), kemandirian (*self-reliance*), bekerja sebagai sentralitas (*centrality of work*), membuang-buang waktu (*wasted time*), dan penundaan kepuasan (*delay of gratification*).

Etos kerja menjadi elemen yang penting dalam perkembangan organisasi dan melihat kontribusi terhadap perilaku kerja yang tidak produktif, lebih lanjut dikatakan bahwa, etos kerja yang buruk pada seorang pegawai akan mempengaruhi prestasi atau kinerja di tempat kerja (Abdullah & Halim, 2016). Ahmad dan Jamaludin (2009) membuktikan dalam penelitiannya bahwa

cyberloafing merupakan bentuk perilaku yang tidak produktif di tempat kerja. Hal ini dibuktikan dengan melihat pengaruh kepribadian dan variabel organisasional pada perilaku karyawan terhadap *cyberloafing*.

Etos kerja merupakan aturan sikap yang terdapat dalam beberapa kumpulan norma dari kelompok atau organisasi (Omisore & Adeleke, 2015). Organisasi atau perusahaan memperlakukan beberapa peraturan di tempat kerja yang sesuai dengan norma berlaku, hal ini dilakukan agar karyawan tidak terlibat dalam perilaku menyimpang. Salah satu bentuk penyimpangan dalam pekerjaan adalah *cyberloafing* (Lim, 2002). Penelitian yang dilakukan Kim, Triana, Chung, dan Oh (2015) yang menyatakan bahwa baik dan buruknya etos kerja karyawan akan mempengaruhi timbulnya perilaku *cyberloafing*. Semakin tinggi etos kerja, maka kecenderungan munculnya perilaku *cyberloafing* juga akan berkurang. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan jika seseorang karyawan memiliki etos kerja yang tinggi maka perilaku *cyberloafing* pada karyawan tersebut dapat dikatakan rendah. Ajeng (2016) menyebutkan manfaat karyawan yang memiliki etos kerja yang tinggi maka akan meningkatkan produktivitas, sehingga perilaku yang tidak produktif seperti *cyberloafing* dapat dihindari, dan apabila karyawan memiliki etos kerja yang rendah maka karyawan tersebut memiliki kinerja dan produktivitas yang buruk sehingga timbul perilaku *cyberloafing*.

Etos kerja selalu terikat dengan akan terlepas dari moralitas. Polzer-debryne, Stratton dan Stark (2014) mengungkapkan aspek etos kerja bahwa, individu tidak hanya bergantung pada norma pribadi mereka sendiri ketika

merujuk pada moralitas yang dirasakan dari kegiatan penggunaan internet secara pribadi di tempat kerja atau perilaku *cyberloafing*. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diprediksikan bahwa, perilaku *cyberloafing* erat kaitannya dengan norma-norma yang ada dalam lingkungan kerja. Norma-norma tersebut akan mengantarkan individu terkait dengan persepsi tentang boleh atau tidak boleh suatu perilaku.

Selain itu, berdasarkan aspeknya, etos kerja dapat dilihat melalui bagaimana individu menggunakan waktu luang di tempat kerja. Lebbon dan Hurley (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa, karyawan lebih banyak menggunakan internet untuk keperluan pribadi saat waktu luang karena merasa kurang senang dengan pekerjaannya. Perilaku menggunakan internet pada waktu luang yang berlebihan bagi karyawan akan memiliki hubungan negatif terhadap produktivitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan penggunaan waktu luang yang tidak efektif dapat mengindikasikan etos kerja yang buruk dan akan memicu perilaku menyimpang di tempat kerja, seperti penggunaan internet untuk kepentingan pribadi.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengajukan rumusan permasalahan, apakah terdapat hubungan antara etos kerja dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan waroeng SS ?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara etos kerja dan *cyberloafing* pada karyawan WAROENG SS.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu Psikologi Industri Organisasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi serta pembanding untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang *cyberloafing*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi perusahaan dalam membuat kebijakan yang mengatur regulasi penggunaan internet saat jam kerja berlangsung sehingga dapat meningkatkan produktivitas.

