

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Tingginya minat masyarakat terhadap *coffee shop* didorong oleh perubahan paradigma konsumsi kopi di Indonesia. Minum kopi kini tidak lagi terbatas pada kelompok usia tua atau sekedar mengatasi rasa kantuk, melainkan telah menjadi gaya hidup bagi semua kalangan, khususnya generasi muda. Persepsi ini menciptakan fenomena yaitu aktivitas mengonsumsi kopi sambil bersosialisasi di *coffee shop* berfungsi sebagai *mood booster* yang mendukung aktivitas sosial dan dinamika generasi muda. Prospek bisnis ini semakin cerah mengingat Indonesia merupakan produsen kopi penting di dunia dengan potensi bahan baku berkualitas melimpah. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, strategi usaha *coffee shop* harus diperluas dari sekedar menjual kopi menjadi penyedia nilai tambah (Rochmadika dan Parantika, 2022)

Pertumbuhan industri kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan pertumbuhan kedai kopi tertinggi di Indonesia. Melansir data dari Pandangan Jogja (2025) jumlah yang diprediksi mencapai 3.500 *coffee shop* pada tahun 2025. Persebaran ini tidak lagi terpusat di wilayah kota, namun telah meluas secara merata hingga ke Kabupaten Sleman, Bantul, dan Kulon Progo. Jumlah penyedia layanan kopi ini menciptakan saturasi pasar dan persaingan yang kompetitif dalam perebutan konsumen. Kondisi pasar kompetitif tersebut menuntut karyawan pemasaran untuk bekerja

ekstra dalam mencapai target pendapatan perusahaan, yang pada tingkat lanjut memberikan tekanan pekerjaan yang berisiko memicu *burnout*.

Upaya keras *coffee shop* dalam menciptakan nilai tambah, khususnya melalui promosi dan pelayanan, secara langsung meningkatkan beban kerja dan tuntutan emosional pada karyawan pemasaran, sehingga memicu risiko *burnout*. Meningkatnya kasus *burnout* pada karyawan pemasaran di sektor *coffee shop* terjadi akibat gabungan dari beban perasaan yang tinggi dan masalah manajemen di dalam toko. Secara mendasar, karyawan dituntut wajib selalu memberikan *hospitality* yang maksimal, hal ini menuntut karyawan dapat selalu bersikap ramah dan ceria di hadapan pelanggan, meskipun suasana hati sedang tidak baik. Upaya ini lama-lama menguras energi emosional, ditambah kelemahan manajemen internal seperti kekurangan staf yang handal, terutama untuk urusan pemasaran digital operasional. Akhirnya, karyawan yang ada memiliki beban yang berlebihan (Tasyakirani, A. R. (2024).

Karyawan merupakan aset strategis yang tidak dapat diabaikan bagi sebuah perusahaan. Karyawan tidak hanya membantu mencapai tujuan organisasi, namun menentukan keberhasilan strategi dan sebagai faktor penentu daya saing perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar (Rahardjo, 2021). Peran karyawan sebagai aset utama yang menentukan daya saing perusahaan dapat dilihat oleh karyawan pada divisi pemasaran. Karyawan pemasaran adalah individu yang bertanggung jawab untuk mengembangkan, mengimplementasikan, dan mengelola strategi serta

kampanye pemasaran perusahaan (Anwar, 2024). Peran mereka tidak hanya terbatas pada eksekusi, tetapi juga berkolaborasi lintas divisi dan berkontribusi pada perencanaan strategis yang sejalan dengan tujuan organisasi, sehingga mencapai peningkatan penjualan. Penjualan perusahaan sangat bergantung pada karyawan pemasaran. Sehingga, tuntutan beban kerja yang dialami karyawan pemasaran bisa memicu *burnout* (Anwar, 2024).

Cherniss (1980) menjelaskan *burnout* merupakan suatu respons psikologis terhadap stress dan ketidakpuasan yang berlebihan, dimana seseorang mulai kehilangan gairah kerja. *Burnout* adalah suatu situasi dimana individu mengalami keadaan emosional seperti rasa lelah atau jenuh yang mempengaruhi baik aspek mental maupun fisik, dan hal ini disebabkan oleh tuntutan pekerjaan yang terus meningkat (Maslach, 2016). Kemudian, Maslach (1981) juga menambahkan situasi *burnout* seperti hilangnya kepedulian terhadap rekan kerja, terutama dalam pekerjaan yang menuntut interaksi intens dengan orang lain. Hal ini disebabkan akibat stress interpersonal di tempat kerja. Terdapat tiga dimensi *burnout* menurut Maslach dkk (2001) yang menjadi acuan untuk mengukur *burnout* pada penelitian ini yaitu yang pertama kelelahan emosional adalah kondisi dimana seseorang merasa sangat lelah dan terkuras secara psikologis akibat tuntutan pekerjaan yang berlebihan. Kemudian, yang kedua depersonalisasi adalah strategi *coping* yang dilakukan seseorang untuk mengatasi kelelahan emosional dengan mengambil jarak dari perasaannya sendiri. Ketiga

pencapaian pribadi yaitu suatu kondisi perasaan tidak puas dan bersalah yang muncul akibat perlakuan negatif terhadap klien.

Karyawan seharusnya memiliki kinerja yang optimal, efektif, dan efisien (Hermawati dan Mas, 2016). Penting bagi karyawan untuk mendapatkan beban kerja yang setara dengan jam kerja dan kemampuan karyawan (Aghniya, 2022; Subiyono, 2022). Karyawan perlu memiliki situasi kerja yang mendukung untuk bekerja agar tidak mengalami agar kemampuan karyawan tidak berkurang atau menurun akibat *burnout* (Wijaya & Wibawa, 2020)

Burnout dapat mempengaruhi karyawan dapat dibuktikan melalui hasil penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Ashtari et.al. (2009) di Iran menunjukkan 45,6% karyawan mengalami *burnout* pada tingkat tinggi. Kemudian, Anwar dkk., (2024) melakukan penelitian terhadap 30 karyawan pemasaran dan ditemukan bahwa *burnout* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan pemasaran. Hal ini tunjukkan dari nilai koefisien regresi bernilai positif (Koefisien B = 0.268), yang menandakan terdapat hubungan positif antara *burnout* dengan kinerja karyawan pemasaran. Semakin tinggi tingkat *burnout*, maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan. Selanjutnya, pada penelitian yang dilakukan oleh de Jong, E dkk., (2025) menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *work life balance* dan *burnout* pada perawat, yang artinya jika *work life balance* semakin baik, maka semakin rendah risiko terjadinya *burnout*.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian diatas diketahui karyawan cenderung mengalami *burnout*.

Hasil data penelitian diatas selaras dengan data yang diperoleh melalui wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada hari Rabu, 15 Oktober, Kamis, 16 Oktober, dan Sabtu, 18 Oktober kepada 5 subjek dengan kriteria karyawan aktif divisi pemasaran *coffee shop* dengan rentang masa kerja dari 6 bulan sampai 4 tahun. Dari hasil wawancara menunjukkan kelima subjek merasakan perubahan drastis dalam kondisi mereka selama tugas bulan terakhir, didominasi oleh perasaan hampa dan stress. Semua subjek menyatakan bahwa mereka merasakan frustrasi, putus asa, hingga kewalahan saat menghadapi target atau tekanan yang memuncak. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa semua subjek mengakui bahwa semangat kerja mereka saat ini jauh menurun dibandingkan saat awal bekerja, dimana antusiasme digantikan oleh sikap apatis dan hanya menjalankan kewajiban. Kelelahan emosional ini dipicu oleh tugas-tugas yang menuntut energi, seperti berhadapan dengan kritik di media sosial atau tuntutan ide segar yang konstan, situasi ini masuk dalam dimensi kelelahan emosional.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa semua subjek secara sadar melakukan strategi menjaga jarak atau mengisolasi emosi seperti membatasi curhat dan menghindari obrolan non-kerja, hal ini sebagai bentuk mekanisme perlindungan diri dari tekanan. Dalam interaksi kerja, semua subjek mengakui adanya sikap yang lebih dingin, sinis, dan kurang sabar, serta cenderung melihat mitra kerja atau pelanggan hanya sebagai

target atau faktor stress yang harus dilewati, bukan sebagai individu yang perlu dilayani dengan perhatian khusus. Kekhawatiran akan perubahan sikap ini diakui oleh kelima subjek, dimana mereka merasa sikap profesional yang kaku membuat mereka menjadi lebih tertutup secara pribadi, situasi ini termasuk dalam dimensi depersonalisasi.

Kemudian, hasil wawancara menunjukkan 5 dari 5 subjek melaporkan penurunan pencapaian pribadi yang sangat minim atau hamper nol terhadap hasil kerja mereka. Rasa ini diperburuk karena semua subjek menyatakan mereka meragukan kemampuan diri sendiri dalam mencapai target, yang dipicu oleh kelelahan kronis dan perbandingan dengan pihak lain. Selain itu, semua subjek merasa kontribusi mereka kurang diapresiasi hingga dianggap remeh, sehingga dampak penting pekerjaan tidak merasa secara personal. Ketika terjadi kegagalan kelima subjek memiliki kecenderungan menyalahkan diri sendiri secara berlebihan, bahkan merasa diri mereka dalam penyebab kegagalan tim secara keseluruhan, situasi ini termasuk dalam dimensi penurunan pencapaian pribadi.

Burnout dapat memicu serangkaian sindrom psikologis, termasuk kelelahan emosional, depersonalisasi, dan penurunan efikasi diri dalam menyelesaikan tugas. Akibatnya, kondisi ini seringkali menimbulkan kesehatan mental seperti kecemasan, depresi, dan gangguan tidur (Maslach & Leiter, 1997). Kemudian, Schaufeli dkk., (2003) juga menjelaskan dampak umum dari *burnout* tidak terbatas pada satu area, kondisi ini dapat mempengaruhi kesejahteraan mental dan fisik individu, memicu pergeseran

perilaku dan hubungan social, serta berpotensi menimbulkan konsekuensi negatif bagi perusahaan.

Karyawan yang bekerja dengan tanpa tekanan dan merasa bahagia akan membawa dampak positif bagi perusahaan. Karyawan akan merasa terikat dan mencintai pekerjaannya, sikap ini menghasilkan kepuasan kerja intrinsik yang berdampak langsung pada peningkatan kualitas produktivitas dan kinerja individu. Situasi kerja seperti ini, mencegah karyawan mengalami *burnout* (Harry Syarifi dkk., 2019).

*Burnout* dapat ditimbulkan dari banyak faktor, menurut Maslach (2001) terdapat dua faktor yaitu faktor situasi dan faktor individu. Faktor situasi dapat berupa tuntutan pekerjaan, jam kerja yang tidak seimbang dan kekurangan karyawan dapat menyebabkan karyawan kelelahan. Faktor individu dapat berupa karakteristik demografis termasuk usia, jenis kelamin, status perkawinan dan tingkat Pendidikan memiliki pengaruh terhadap risiko *burnout*. Karakteristik kepribadian, bergantung pada ketahanan diri individu, jika individu memiliki ketahanan tingkat tinggi akan tahan terhadap stress, namun jika ketahanan rendah maka lebih rentan mengalami *burnout*. Sikap kerja individu menjadi penyebab kelelahan dan sikap sinis. Untuk menekan kemungkinan terjadinya *burnout*, diperlukan adanya keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi. Karyawan yang menghadapi tuntutan pekerjaan yang tinggi tanpa diimbangi dengan pengaturan waktu dan peran yang seimbang cenderung mengalami kelelahan fisik maupun emosional (Galis, 2023).

Oleh karena itu, *work life balance* dipilih sebagai variabel bebas karena dipandang sebagai faktor yang berperan dalam membantu individu mengelolah tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadinya secara seimbang. Ketidakseimbangan dalam *work life balance* dapat meningkatkan stress kerja dan pada akhirnya memicu munculnya *burnout*.

Greenhaus (2003) menjelaskan *work life balance* atau keseimbangan kehidupan kerja adalah kondisi dimana waktu dan energi psikologis dibagi secara adil antara tanggung jawab profesional dan kehidupan pribadi, yang memungkinkan individu mencapai kepuasan yang mendalam dari kedua aspek tersebut. Selain itu, Fisher (2001) menjelaskan *Work life balance* adalah usaha setiap orang yang menelaraskan berbagai peran yang dijalani, baik dalam pekerjaan maupun kehidupan pribadi.

Fisher (2009) menjelaskan bahwa *Work life balance* bersifat multidimensional atau terdiri dari berbagai aspek yang membentuk salah satu dimensi. Aspek-aspek tersebut adalah *Work Interference with Personal Life* (WIPL) dimensi ini menjelaskan kondisi pekerjaan yang dapat berdampak negatif pada kehidupan pribadi seseorang. *Personal Life Interference with Work* (PLIW) dimensi ini menjelaskan kondisi kehidupan pribadi yang berdampak negatif pada pekerjaan seseorang. *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) dimensi ini menjelaskan kondisi kehidupan pribadi yang memberikan dampak positif pada pekerjaan seseorang. *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) dimensi ini

menjelaskan kondisi pekerjaan yang dapat memberikan dampak positif pada kehidupan pribadi seseorang.

Ketika seorang individu mampu menyeimbangkan kehidupan kerja dengan kehidupan pribadinya, kepuasan kerjanya akan meningkat, didukung oleh kondisi yang kondusif. Namun, kegagalan mencapai keseimbangan tersebut dapat secara signifikan menurunkan kinerja dan menimbulkan masalah pada ranah kehidupan personal (Nurshoimah dkk., 2023). *Work life balance* atau keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi perlu dikembangkan. Jika tidak seimbang, tekanan dari kedua ranah tersebut berpotensi besar menyebabkan timbulnya penyakit dan menurunnya produktivitas (Lockwood, 2003).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Galis (2023) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *work life balance* dan *burnout* pada karyawan, dimana semakin baik WLB maka semakin rendah tingkat *burnout* yang dialami. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Putri dkk (2024) yang menyatakan bahwa WLB dapat menjadi prediktor *burnout* pada karyawan. Temuan ini menunjukkan bahwa WLB menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat *burnout*, termasuk pada karyawan pemasaran yang sering menghadapi tuntutan target dan tekanan pekerjaan yang tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara *work life balance* dengan *burnout* pada karyawan pemasaran.

## **B. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *work life balance* dengan *burnout* pada karyawan pemasaran *coffee shop*.

### **2. Manfaat**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan membantu menambah pengetahuan yang telah ada bagi ilmu psikologi industri dan organisasi mengenai *work life balance* dan *burnout* pada karyawan pemasaran *coffee shop*.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi karyawan tentang *work life balance* dan *burnout*, sehingga dapat menghasilkan kinerja yang baik.