

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan kedai kopi saat ini terbilang pesat, pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada tahun 2016 yang hanya sekitar 1.000 gerai (Toffin, 2019). Pertumbuhan kedai kopi ini terjadi pada kedai kopi retail seperti Starbucks, Kopi Kenangan, Kopi Soe, Lain Hati, Janji Jiwa, dan Fore, dan juga kedai kopi non-retail seperti M Coffee Company, Sawo Coffee, Morgy, Contrast, Fedme, dan Jinji. Dengan tingginya pertumbuhan kedai kopi yang ada, maka dibutuhkan pekerja yang juga banyak. Bekerja di kedai kopi dapat menjadi barista atau peracik kopi, kasir, pelayan, dan *backofficer* yang mengurus manajemen kedai kopi tersebut. Menurut Prasetya (2020), menjadi seorang pekerja di kedai kopi merupakan pekerjaan yang diminati saat ini karena formalitas tidak menjadi sebuah kewajiban dalam pekerjaan ini.

Sama seperti pekerjaan lainnya, selalu ada sisi positif dan negatifnya. Menjadi seorang karyawan kedai kopi juga memiliki beberapa kekurangan seperti yang diutarakan oleh beberapa responden berdasarkan survei mengenai *turnover intention* karyawan kedai kopi yang sudah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 13-18 Mei 2022, dihasilkan bahwa responden merasa penghasilan atau gaji yang diperoleh kurang, manajemen yang kurang baik, lingkungan yang kurang baik, dan keinginan untuk belajar lebih yang tidak terpenuhi. Dari kekurangan tersebut timbulah inisiasi untuk berpindah tempat kerja atau *turnover intention* ke tempat kerja yang lebih baik dan sesuai. *Turnover intention* berbeda dengan *turnover*. Seperti yang disebutkan oleh Mowday (1979), *turnover intention* yaitu tahap akhir dalam pemutusan keputusan karyawan sebelum benar-benar meninggalkan pekerjaannya. Sedangkan *turnover* adalah proses karyawan meninggalkan organisasi dan segera digantikan (Bora & Pradipta, 2021). Dapat dikatakan bahwa *turnover intention* adalah rasa ingin yang bulat untuk keluar dari pekerjaannya, dan *turnover* adalah aksi dalam merealisasikan keinginan keluar pekerjaannya tersebut.

Turnover intention memiliki dampak terhadap perusahaan, seperti yang disebutkan oleh Perez dalam Fauzia (2020), *turnover* berdampak pada *organizational cost*, *operational disruption*, dan *demoralization*. Padahal, menurut Bothma dan Roodt (2013), *turnover intention* yang dimiliki karyawan dapat dipengaruhi dari faktor organisasi itu sendiri. Dalam survei yang dilakukan, 35 dari 50 responden sudah berpindah kerja (*turnover*) di bidang yang sama yaitu kedai kopi dalam kurun waktu 1 tahun, dan 23 dari 50 responden berkeinginan untuk keluar (*turnover intention*) dari tempat bekerjanya saat ini.

Turnover intention dapat terjadi dari beberapa faktor, terdapat faktor internal dan eksternal seperti yang dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, Zaika, dan Anwar (2014). Faktor internal dari *turnover intention* adalah motivasi, latar belakang pendidikan, pengalaman, kondisi geografis, dukungan sosial, kepuasan kerja, komitmen, dan hubungan kerja. Berdasarkan hasil dari survei yang dilakukan, 6 dari 50 responden berkeinginan untuk keluar dari tempat kerjanya karena ingin mencari pengalaman lebih di tempat lain, dan 2 dari 50 responden berkeinginan untuk keluar dari tempat kerjanya akibat kondisi dan letak geografis, sesuai dengan faktor internal dari *turnover intention*.

Berdasarkan hasil dari studi pendahuluan yang dilakukan, 12 dari 50 responden berkeinginan untuk keluar dari tempat kerjanya karena gaji yang kurang mencukupi. Tidak hanya karena gaji, responden lain juga beralasan karena manajemen organisasi, dan hubungan antar pekerja juga menjadi faktor yang menyebabkan mereka berkeinginan untuk keluar pekerjaan saat ini. Hal tersebut merupakan aspek dari kepuasan kerja yaitu gaji atau pemberian upah, pekerjaan, penyelia atau pengawas, kesempatan promosi, rekan kerja, dan kondisi kerja (Luthans, 2010).

Mobley (1978) menyarankan bahwa salah satu konsekuensi utama dari ketidakpuasan pekerjaan adalah untuk merangsang pikiran berhenti. Kepuasan kerja merupakan sikap yang lebih diwarnai oleh perasaan terhadap situasi dan lingkungan kerja yang menjadi cerminan dari kepuasan seorang karyawan terhadap situasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja (Robbins, Tarigan, Molan, & Pujaatmaka, 2001). Kepuasan kerja dapat diwujudkan jika pengelola dapat

mengatur pekerjaannya dengan tepat dan sesuai (Imanda, 2012). Kepuasan kerja dapat mengarah pada perilaku karyawan yang kemudian berpengaruh pada fungsi organisasi. Istilah kepuasan mengacu pada sejauh mana karyawan menyukai komponen pekerjaan dan aspek pekerjaan mereka (Luthans 2006). Semakin rendah kepuasan kerja yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi tingkat *turnover intention* (Ramadhani, 2021).

Selain kepuasan kerja, dari studi pendahuluan ditemukan 23 dari 50 responden memiliki keinginan untuk keluar dari tempat kerjanya saat ini, dan 8 dari 50 responden berpindah tempat kerja karena ingin lebih berkembang. Penggerak utama dari perilaku ini adalah *organizational pride* dari karyawan tersebut (Gouthier dan Rhein, 2011). Menurut Tracy dan Robins, Pride atau bangga secara tradisional dikaitkan dengan perasaan gembira dan bermakna (Mas-Machuca, 2016) *Organizational pride* pada karyawan secara positif memengaruhi keputusan karyawan tersebut akan bertahan atau berhenti dari perusahaan tertentu. *Organizational pride* peran sentral dalam organisasi secara negatif untuk pindah. Menurut penelitian psikologis, *organizational pride* dicirikan terutama sebagai emosi positif yang berhubungan dengan kinerja, juga pencapaian yang sukses sebagai penyebab internalnya seperti kepribadian, kemampuan, atau usaha. Syarat dalam emosi *organizational pride* ini menurut Gold adalah kebutuhan kuat individu untuk berafiliasi dengan organisasi (Gouthier dan Rhein, 2011). Sesuai dengan dimensi dari *organizational pride* yaitu *turnover intention* yang timbul dan *creativity* yang tidak terpenuhi. Selain itu, 15 dari 50 responden merasa tidak senang dan tidak nyaman dengan lingkungan kerjanya, seperti salah satu dimensi dari *organizational pride* yaitu *emotional organizational pride* yang tidak terpenuhi. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Machuca pada tahun 2016 menunjukkan bahwa karyawan yang merasa bangga dengan pekerjaannya di perusahaan juga akan merasakan kepuasan kerja.

Sebagai karyawan kedai kopi, banyak terdapat proses pelayanan yang dihasilkan melalui interaksi antara karyawan dan pelanggan, hubungan jangka panjang perusahaan perusahaan sangat bergantung pada personel perusahaan atau dalam hal ini adalah karyawan atau baristanya. Pelayanan yang baik tidak hanya

sebatas memberikan pelayanan premium, tetapi juga yang mampu terlibat dalam peningkatan kualitas dari perusahaan tersebut. Maka dari itu karyawan harus kreatif. Semakin lama karyawan bekerja di suatu perusahaan, maka akan semakin luwes karyawan tersebut melaksanakan proses pelayanan pelanggan, dengan begitu semakin berharga pula karyawan tersebut bagi perusahaan (Mas-Machuca, 2016; Gouthier dan Rhein, 2011).

Meskipun *organizational pride* belum mencapai perhatian ilmiah yang besar, konstruk ini dibayangkan menjadi faktor penting bagi kesuksesan bisnis (Gouthier dan Rhein, 2011). Hal ini akibat pride atau kebanggaan berhubungan dengan harga diri seseorang, *organizational pride* adalah sumber psikologis yang berharga yang harus ditingkatkan orang dan merupakan motivator intrinsik bagi karyawan. *Organizational pride* pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan. *organizational pride* meningkatkan komitmen terhadap pelayanan, antusiasme, atau kreativitas (Mas-Machuca, 2016). Keputusan karyawan untuk pergi atau bertahan dengan organisasi tersebut juga berhubungan dengan kepuasan kerjanya (Van Dick, 2004).

Penelitian mengenai pengaruh kepuasan kerja karyawan dengan *turnover intention* sudah banyak dilakukan, tetapi belum banyak yang meneliti variabel *organization pride* khususnya dengan variabel kepuasan kerja dan pengaruhnya kepada *turnover intention*. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekurangan dari penelitian sebelumnya yaitu Mas-Machuca (2016) untuk memperluas cakupan dan dilakukan penelitian pada lebih dari satu perusahaan. Selain itu, penelitian ini dilakukan karena pertumbuhan kedai kopi yang meningkat pesat sehingga banyaknya karyawan yang dibutuhkan, tetapi berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti, banyak karyawan kedai kopi yang memiliki *turnover intention* atau keinginan untuk keluar dari pekerjaannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh aspek kepuasan kerja dan *organizational pride* terhadap *turnover intention* karyawan kedai kopi.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh kepuasan kerja dan *organizational pride* terhadap *turnover intention* karyawan kedai kopi?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menguji secara empiris mengenai fenomena *turnover intention* yang dipengaruhi oleh kepuasan kerja dan *organizational pride* karyawan di kedai kopi dan pengaruh dari kepuasan kerja dan *organizational pride* secara bersamaan terhadap *turnover intention*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi landasan untuk menjadi kajian ilmu psikologi industri dan organisasi khususnya dalam pembahasan kepuasan kerja, *organizational pride*, dan/atau *turnover intention*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan pengembangan yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan yang mempertimbangkan indikator-indikator kepuasan kerja pada karyawannya, dan juga diharapkan pimpinan perusahaan dapat memberikan kegiatan yang mampu meningkatkan kebanggaan karyawan terhadap organisasinya dalam rangka menurunkan tingkat *turnover intention*.