



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri makanan dan minuman terus meningkat dan menjadi andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan yang terjadi pada sektor makanan dan minuman ini terlihat pada nilai realisasi investasi yang mencapai Rp 21,26 triliun (Rini, 2019).

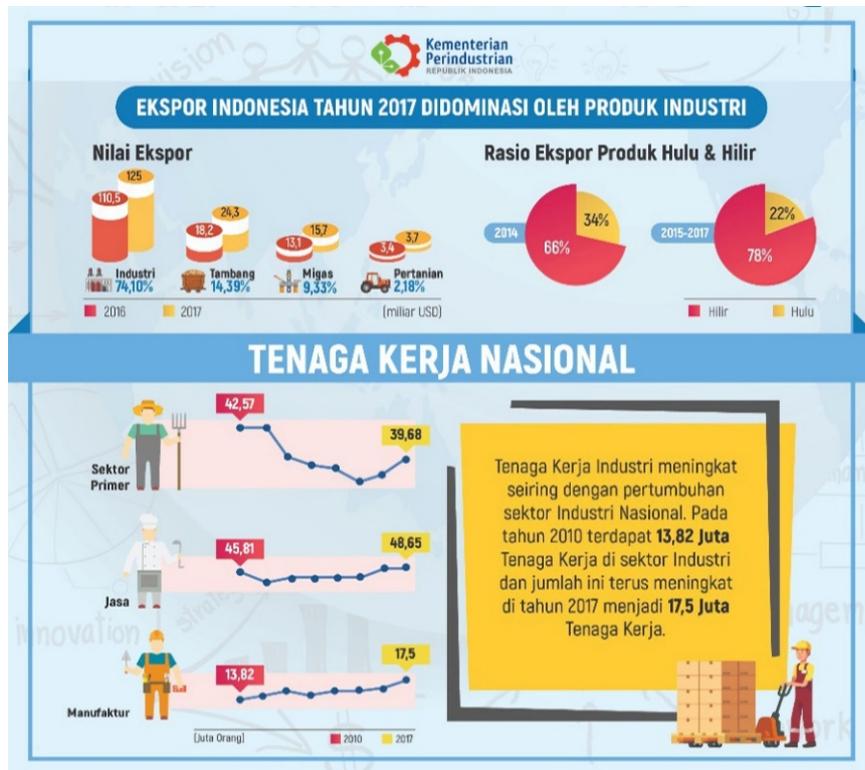


Sumber: Mediaindonesia, 2019

**Gambar 1.1 Lima Sektor Industri dengan Pertumbuhan >5% 2018**

Jika dibandingkan dengan beberapa sektor industri lainnya, sektor yang memimpin saat ini adalah sektor makanan dan minuman. Berdasarkan Gambar 1.1 menjelaskan bahwa industri pengolahan sektor makanan dan minuman memiliki pertumbuhan lebih dari 5% dengan nilai ekspor US\$ 29,91 miliar tertinggi dibandingkan dengan sektor lainnya seperti sektor bahan kimia sebesar US\$ 13,93 miliar, sektor tekstil dan pakaian sebesar US\$ 13,93 miliar, sektor otomotif sebesar US\$ 8,59 miliar, dan sektor elektronika sebesar US\$ 6,29 miliar. Hal ini

membuktikan bahwa kekuatan sektor makanan dan minuman memiliki potensi yang tinggi dalam menopang perekonomian nasional (Wuryasti, 2019).

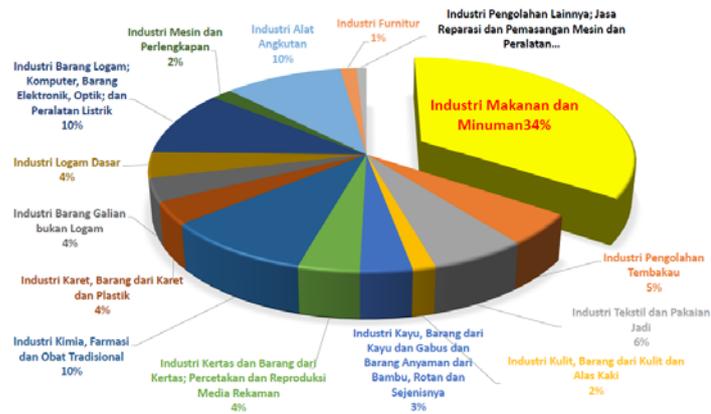


Sumber: Kemenperin, 2019

**Gambar 1.2 Tenaga Kerja Nasional**

Seiring pertumbuhan industri pengolahan yang cukup baik, hal tersebut mampu mendorong ekspor Indonesia dan menyerap tenaga kerja yang lebih banyak. Gambar 1.2 menjelaskan bahwa tenaga kerja meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang pada tahun 2010 terdapat 13,82 juta tenaga kerja dan terus meningkat di tahun 2017 menjadi 17,5 juta tenaga kerja. Dengan kekuatan ekonomi yang dimiliki menandakan Indonesia mampu mengelola ekonomi nasional dengan baik.

Kontribusi PDB Sektor Industri Makanan dan Minuman Terhadap Industri Non Migas Tahun 2017



Sumber: Kemenperin, 2018

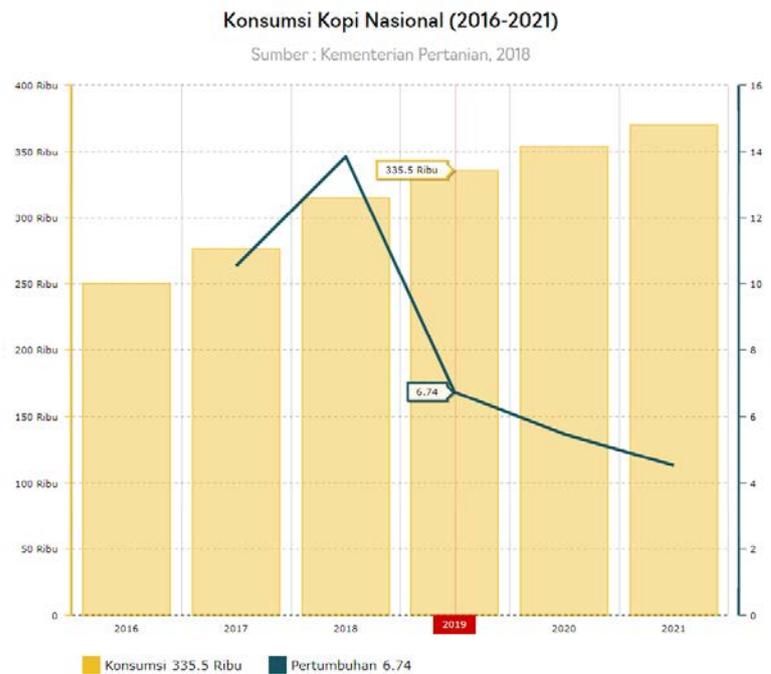
**Gambar 1.3 Kontribusi PDB Sektor Industri Makanan dan Minuman Terhadap Industri Non Migas Tahun 2017**

Pada Gambar 1.3 menjelaskan bahwa sektor makanan dan minuman pada industri non migas memiliki kontribusi terbesar bagi PDB yaitu 34%, kemudian diikuti sektor barang logam (komputer, barang elektronik, optik, dan peralatan listrik), Industri kimia dan Industri alat angkutan sebesar 10%, lalu selanjutnya terdapat industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 6%, industri pengolahan tembakau sebesar 5%, industri logam dasar, industri barang galian bukan logam, industri karet, industri kertas dan barang jadi masing-masing sebesar 4%, kemudian industri kayu sebesar 3%, dan 2% pada industri kulit, industri mesin serta industri furnitur sebesar 1%. Segmen industri makanan dan minuman cukup menjadi andalan dalam kontribusinya terhadap PDB (Kemenperin, 2018).

Salah satu perusahaan yang bergerak di industri pengolahan sektor makanan dan minuman adalah Starbucks Indonesia dengan nama perusahaan terdaftar PT Sari Coffee Indonesia yang dioperasikan Mitra Adi Perkasa. Sejak pertama kali Starbucks masuk ke Indonesia pada tahun 2002, saat ini mencapai 400 gerai (Rahma, 2019). Berikut adalah produk yang dijual oleh Starbucks yaitu kopi,

minuman panas dan dingin, biji kopi, salad, sandwich, kue kering manis, camilan, dan barang barang seperti gelas dan tumbler.

Jumlah gerai Starbucks yang kian menjamur membuktikan bahwa minat konsumsi kopi masyarakat Indonesia tinggi.



Sumber: Katadata, 2019

**Gambar 1.4 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)**

Berbagai macam jenis kopi yang beragam serta kualitas yang ditawarkan, menambah kepuasan konsumen saat ingin mengonsumsi kopi. Berdasarkan Gambar 1.4 menjelaskan jumlah konsumsi kopi pada tahun 2019 mencapai 335.5 ribu ton dan diprediksi terus meningkat di tahun selanjutnya dengan proyeksi peningkatan rata-rata 8,22% per tahun.

Dengan melihat tingkat konsumsi kopi di Indonesia yang sangat tinggi, maka Starbucks Indonesia harus dapat mengutamakan pelanggan dengan meningkatkan pelayanan dan mampu bersaing dengan pengusaha produk kopi lainnya. Untuk dapat mewujudkan tingkat pelayanan yang baik serta bertahan dalam persaingan

tersebut, maka diperlukan strategi dalam perusahaan untuk meningkatkan pelayanan melalui para karyawannya atau sering disebut mitra kerja. Perusahaan pada umumnya meyakini bahwa salah satu yang dapat mendukung kesuksesan suatu perusahaan dimulai dengan memaksimalkan kinerja karyawannya. Dalam mengintegrasikan setiap unit individu agar saling bekerjasama menuju terwujudnya tujuan yang ditetapkan maka dibentuklah sebuah organisasi (Novia, 2017).

Gibson *et al.*, (2006) telah menjelaskan bahwa organisasi adalah unit koordinasi yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berfungsi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini, sumber daya manusia merupakan bagian penting dari sebuah organisasi. Perannya sebagai subyek pelaksana kebijakan dan kegiatan operasional perusahaan menjadikannya sebagai sebuah aset penting dalam perusahaan. Bersama dengan modal, metode, alat, dan perangkat lain dalam organisasi, sumber daya manusia memaksimalkan fungsi-fungsi perangkat tersebut demi tercapainya tujuan organisasi.

Agar keberhasilan organisasi dapat terwujud maka karyawan diharapkan dapat melakukan aktivitas di lingkungan kerja yang bersifat positif tanpa adanya perintah atau yang disebut *organizational citizenship behavior*. *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) yakni perilaku individu yang bebas, secara langsung maupun secara eksplisit tidak diakui kedalam suatu sistem penghargaan yang formal, dan yang secara agregat mampu meningkatkan efektivitas fungsi dari organisasi (Organ, 1997). *Organizational citizenship behavior* cenderung melihat karyawan sebagai makhluk sosial dibandingkan sebagai makhluk individu yang mementingkan diri sendiri. Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai kemampuan untuk memiliki empati kepada orang lain dan lingkungannya dan

menyelaraskan nilai-nilai yang dianutnya. Dengan nilai-nilai yang dimiliki lingkungannya untuk menjaga dan meningkatkan interaksi sosial yang lebih baik. Perilaku ini muncul karena adanya perasaan sebagai bagian dari perusahaan dan merasa puas apabila telah melakukan sesuatu yang lebih kepada perusahaan (Calista, 2019).

Untuk mengetahui permasalahan secara lebih detail mengenai *organizational citizen behavior* pada Barista di Starbucks, peneliti melakukan *indepth interview* terhadap responden dengan memberikan pernyataan mengenai aspek OCB. Berdasarkan dari hasil *in-depth interview* yang didapatkan peneliti kepada sepuluh orang karyawan bertujuan untuk mencari informasi mengenai *organizational citizen behavior*. Dari karyawan Starbucks yang telah peneliti *interview*, tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan tidak menunjukkan kepedulian dengan rekan kerja. Selain itu tujuh orang karyawan menyatakan bahwa karyawan memilih untuk diam dan tidak membela jika karyawan lainnya mengkritik perusahaan, kemudian delapan dari sepuluh orang karyawan menyatakan bahwa jarang menawarkan ide yang baik untuk keberhasilan di perusahaan.

*Fun at Work* adalah segala kegiatan sosial, antarpribadi, atau tugas di tempat kerja yang bersifat menyenangkan yang memberikan hiburan, kesenangan, atau kesenangan bagi individu (Fluegge, 2014). Untuk mengetahui permasalahan secara lebih detail mengenai *fun at work* pada Barista di Starbucks, peneliti melakukan *indepth interview* terhadap responden dengan memberikan pernyataan mengenai aspek *fun at work*.

Berdasarkan dari hasil *in-depth interview* yang didapatkan peneliti kepada sepuluh orang karyawan bertujuan untuk mencari informasi mengenai *fun at work*.

Dari karyawan Starbucks yang telah peneliti *interview*, tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan jarang bersosialisasi dengan rekan kerja. Selain itu delapan dari sepuluh orang karyawan menyatakan bahwa karyawan jarang bercanda dengan rekan kerja, kemudian tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan jarang makan siang dengan rekan kerja.

*Positif Affect* adalah sejauh mana seseorang mengalami keadaan positif seperti kegembiraan, minat, dan kepercayaan diri (Watson, 2002). Untuk mengetahui permasalahan secara lebih detail mengenai *positif affect* pada Barista di Starbucks, peneliti melakukan *indepth interview* terhadap responden dengan memberikan pernyataan mengenai aspek *positif affect*.

Berdasarkan dari hasil *in-depth interview* yang didapatkan peneliti kepada sepuluh orang karyawan bertujuan untuk mencari informasi mengenai *positif affect*. Dari karyawan Starbucks yang telah peneliti *interview*, sembilan dari sepuluh orang karyawan menyatakan jarang merasa gembira bekerja di Starbucks. Selain itu tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan bahwa responden jarang merasa antusias bekerja di Starbucks, kemudian tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan responden jarang merasa bangga bekerja di Starbucks.

*Work Engagement* adalah keadaan pikiran yang positif, memuaskan, terkait pekerjaan yang ditandai dengan semangat dan dedikasi (Schaufeli *et al.*, 2002 dalam Fluegge 2014). Untuk mengetahui permasalahan secara lebih detail mengenai *work engagement* pada Barista di Starbucks, peneliti melakukan *indepth interview* terhadap responden dengan memberikan pernyataan mengenai aspek *work engagement*.

Berdasarkan dari hasil *in-depth interview* yang didapatkan peneliti kepada sepuluh orang karyawan bertujuan untuk mencari informasi mengenai *work engagement*. Dari karyawan Starbucks yang telah peneliti *interview*, tujuh dari sepuluh orang karyawan merasa mudah untuk tidak terikat bekerja di Starbucks. Selain itu tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan bahwa responden tidak mampu bertahan bekerja di Starbucks, kemudian tujuh dari sepuluh orang karyawan menyatakan tidak bertahan lama bekerja di Starbucks.

Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan yang terdapat di Starbucks, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Fun at Work, Work Engagement* dan *Positive Affect* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* telaah pada karyawan Starbucks gerai Jakarta”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil *indept interview* yang dilakukan pada karyawan Starbucks Jakarta, masih terdapat beberapa kinerja karyawan yang masih kurang maksimal. Hal tersebut terlihat pada beberapa karyawan yang menunjukkan kurangnya sikap sukarela untuk mendukung kesuksesan perusahaan, kurangnya keterikatan dengan pekerjaan, dan kurangnya keadaan positif selama bekerja di gerai Starbucks Jakarta.

**Tabel 1. 1 Survei Tingkat *Organizational Citizenship Behavior* Starbucks**

Tingkat OCB	Lama Bekerja			Total
	1 tahun	2 tahun	3 tahun	
Sangat Rendah	2	0	0	2 (7%)
Rendah	8	2	1	11(37%)
Sedang	7	3	2	12(40%)
Tinggi	2	1	0	3(10%)
Sangat Tinggi	1	0	0	1(3%)
Total	21(70%)	6(20%)	3(10%)	30 (100%)

Sumber: Data Perusahaan (2019)

Pada Tabel 1.1 merupakan hasil survey terhadap barista Starbucks berdasarkan lama bekerja, bahwa karyawan dengan lama bekerja 1 tahun cenderung memiliki tingkat OCB ukuran sedang hingga sangat rendah paling banyak jika dibandingkan dengan karyawan dengan lama bekerja 2, dan 3 tahun. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa kurangnya OCB pada barista Starbucks.

Berdasarkan analisis yang ditemukan peneliti, terdapat fenomena tentang pengaruh *Fun at Work*, *Positive Affect*, dan *Work Engagement* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* telaah pada karyawan Starbucks gerai Jakarta. Dimana karyawan dapat bekerja lebih baik setelah peningkatan *fun at work*, *positive affect*, dan *work engagement*.

Berdasarkan indentifikasi masalah dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah *fun at work* berpengaruh positif terhadap *positive affect* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
2. Apakah *fun at work* berpengaruh positif terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
3. Apakah *fun at work* berpengaruh positif terhadap *work engagement* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
4. Apakah *positive affect* berpengaruh positif terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
5. Apakah *work engagement* berpengaruh positif terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dimana terdapat fenomena yang ada di perusahaan mengenai pengaruh *fun at work*, *positive affect*, dan *work engagement* terhadap *organizational citizenship behavior*.

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *fun at work* terhadap *positive affect* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *fun at work* terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *fun at work* terhadap *work engagement* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *positive affect* terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?
5. Untuk mengetahui pengaruh antara *work engagement* terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan Starbucks gerai Jakarta?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat praktis, akademis dan perusahaan.

#### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat memberi gambaran, informasi dan saran yang berguna bagi pelaku bisnis serta mendukung pembaca dalam melakukan penelitian lainnya yang berkaitan dengan pengaruh *fun at work*, *positive affect*, dan *work engagement* terhadap *organizational citizenship behavior*.

#### **2. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang akurat, sehingga bermanfaat bagi pembaca dan melalui penelitian ini diharapkan memberikan pembelajaran mengenai seberapa besar pengaruh *fun at work*, *positive affect*, dan *work engagement* terhadap *organizational citizenship behavior*.

### 3. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan aktivitas karyawan yang dapat mendukung kesuksesan perusahaan.
- b. Memberikan masukan dan saran kepada perusahaan yang mungkin berguna bagi perusahaan untuk membantu memperbaiki *organizational citizenship behavior* di perusahaan.

## 1.5 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih terukur, maka peneliti memberikan batasan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian di perusahaan Starbucks.
2. Responden yang diambil oleh peneliti adalah karyawan Starbucks yang berada di gerai wilayah Jakarta dengan minimal masa kerja 6 bulan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan pada laporan penelitian ini terbagi dalam 5 bab, adalah sebagai berikut:

### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas akan latar belakang pelaksanaan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

## BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini membahas akan tinjauan literature dari penelitian yang dilakukan, teori – teori yang berhubungan dengan penelitian dan perumusan hipotesis. Dalam hal ini teorinya adalah *Fun at Work*, *Positive Affect*, *Work Engagement*, Dan *Organizational Citizenship Behavior*.

## BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas akan rancangan, sumber data, variabel dan pengukuran, beserta metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian.

## BAB IV: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi akan hasil dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan pada konsep dan metodologi yang digunakan, serta hasil dari pengolahan data beserta dengan pembahasannya.

## BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dari laporan skripsi yang berisi akan kesimpulan atas hasil penelitian yang telah dilakukan beserta dengan saran – saran yang diberikan oleh penulis untuk perusahaan Starbucks ataupun peneliti selanjutnya.