

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*E-commerce*, atau perdagangan elektronik, telah menjadi industri yang berkembang pesat di Indonesia selama beberapa tahun terakhir. Dalam beberapa dekade terakhir, internet menjadi semakin terjangkau dan semakin banyak orang memiliki akses ke internet, yang mendorong pertumbuhan *e-commerce* di seluruh dunia. Masyarakat Indonesia lebih sering mengakses platform *e-commerce* melalui aplikasi mobile. Hal ini disebabkan oleh investasi besar-besaran dari para pelaku bisnis, brand, dan merchant dalam mengembangkan dan mempromosikan aplikasi mobile tersebut. Namun, analisis terbaru menunjukkan bahwa akses *e-commerce* melalui *browser* juga memiliki peran yang penting. Terdapat peningkatan sebesar 64% dalam jumlah kunjungan *website* dari 10 platform *e-commerce* teratas di Indonesia sejak kuartal 3 tahun 2019 hingga kuartal 2 tahun 2022 (Putri, 2020).

Di era digital sekarang, kemajuan teknologi sudah merubah metode kita dalam berbisnis dan berbelanja. Salah satu fenomena yang semakin terkenal adalah perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* merujuk pada aktivitas jual-beli barang dan layanan yang dilakukan secara daring melalui jaringan internet. Meskipun pandemi telah berlangsung selama dua tahun dan aktivitas masyarakat semakin meningkat, lalu lintas *website e-commerce* masih tetap tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa akses *e-commerce* melalui *browser* tetap memiliki peran yang penting dalam proses belanja *online* di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penggunaan smartphone dan akses internet di Indonesia, peluang untuk mengakses *e-commerce* melalui *browser* terus meningkat. Di Indonesia, ada beberapa platform *e-commerce* besar yang mulai populer, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Platform ini menawarkan beragam produk dan layanan, mulai dari produk keperluan rumah hingga produk teknologi. Selain itu, banyak usaha kecil dan menengah juga memiliki toko *e-commerce*, yang memungkinkan mereka

memperluas pasar dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selama periode tersebut, Shopee dan Tokopedia mempertahankan posisi mereka sebagai platform *e-commerce* dengan pengunjung *website* tertinggi di Indonesia. Kedua platform *e-commerce* tersebut telah mencapai pengunjung *website* bulanan di atas 100 juta sejak kuartal 4 2020. Hal tersebut menciptakan kesenjangan yang signifikan dengan platform *e-commerce* lain yang hanya mampu mencapai pengunjung *website* bulanan di bawah 30 juta. Meskipun demikian, hal ini tidak menghambat pertumbuhan pesat platform *e-commerce* lain seperti Orami dan Ralali yang meskipun lebih kecil skalanya, berhasil meningkatkan pertumbuhan pengunjung *website* Shopee dan Tokopedia.



**Gambar 1.1** Pertumbuhan E-Commerce

Sumber: Iprice (2022)

M U L T I M E D I A  
 N U S A N T A R A

Industri ini diharapkan terus tumbuh dengan perbaikan infrastruktur, dukungan pemerintah yang kuat, dan peningkatan kesadaran masyarakat akan keamanan dan manfaat *e-commerce*. *E-commerce* telah memberikan banyak keuntungan bagi konsumen dan penjual di Indonesia, seperti kemudahan dan kenyamanan berbelanja, serta kemampuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Seiring pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, penting bagi bisnis untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap kompetitif di industri yang dinamis ini. Menurut laporan McKinsey & Company, "Pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus berlanjut, didorong oleh peningkatan internet dan smartphone, serta pertumbuhan kelas menengah."

Potensi *e-commerce* di Indonesia dan kebutuhan bisnis untuk merangkul peluang yang ditawarkan oleh industri ini. *E-commerce fashion* telah menjadi industri yang berkembang pesat, di mana konsumen dapat menjelajahi dan membeli berbagai macam pakaian, aksesoris, sepatu, dan produk fashion lainnya melalui platform online. Beberapa contoh platform *e-commerce fashion* yang populer termasuk Amazon Fashion, Zalora, ASOS, eBay, dan banyak lagi. Selain itu, *e-commerce fashion* juga memberikan peluang bagi para desainer, produsen, dan merek fashion untuk memperluas jangkauan produk mereka ke pasar global. Konsumen dari berbagai negara dapat dengan mudah mengakses dan membeli produk fashion dari seluruh dunia melalui platform *e-commerce fashion*. Secara keseluruhan, pengertian *e-commerce fashion* mencakup perdagangan online produk-produk fashion melalui platform digital dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran dan manajemen yang sesuai dengan kebutuhan industri *e-commerce* saat ini.

Dengan banyaknya industri yang pertumbuh di Indonesia, semakin banyak peluang kerja bagi para masyarakat. Hal ini menjadi hal penting bagi perusahaan untuk mengembangkan sumber daya manusia agar, tercapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan sumber daya manusia adalah kesejahteraan karyawan.

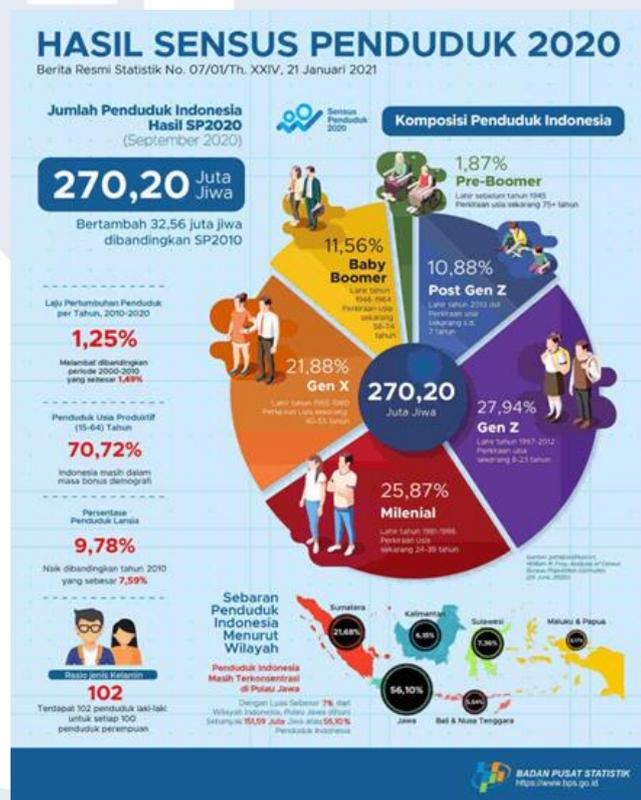
Karyawan yang merasa nyaman dan bahagia dalam lingkungan kerja dapat berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Generasi Z tumbuh dengan teknologi yang terus berkembang dan terhubung secara digital sejak usia dini.

Mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi dan keterampilan digital yang diperlukan dalam industri *e-commerce*, seperti penggunaan platform *online*, analisis data, pemasaran digital, dan pengelolaan toko *online*.

Dalam survei yang dilakukan oleh *Forbes Magazine* di Amerika Utara, Selatan, Afrika, Eropa, Asia, dan Timur Tengah, sebanyak 49 ribu anak-anak diberi pertanyaan. Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa generasi Z merupakan generasi global pertama yang muncul. Mereka memiliki kecenderungan untuk lebih terbiasa dengan teknologi tinggi dan tumbuh di lingkungan yang kompleks dan tidak pasti, sehingga membentuk pandangan mereka terhadap pekerjaan, pendidikan, dan dunia (Dill, 2015). Berdasarkan informasi dari survei penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), mayoritas penduduk Indonesia terdiri dari generasi Z (Gen Z) dan generasi milenial. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, di mana tanggal pastinya bervariasi tergantung yang dipilih penulis, tetapi yang paling umum adalah 1995-2010. Gen Z dikenal menjadi generasi “*Digital Native*” sejati pertama (Lanier, 2017) Generasi Z tumbuh di era *digital* yang berkembang pesat. Generasi z adalah generasi berkembang dengan teknologi, terhubung secara *online*, dan memiliki akses informasi dalam hitungan detik. Keahlian teknologi yang dimiliki oleh Generasi Z merupakan nilai tambah yang signifikan dalam dunia kerja saat ini. Mereka dapat dengan mudah beradaptasi dengan perangkat dan aplikasi baru, serta memiliki kemampuan untuk menggunakan alat digital dengan keterampilan yang hebat. Hal ini memungkinkan mereka berkontribusi untuk meningkatkan efisiensi, kolaborasi, dan inovasi di lingkungan kerja.

Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto dan Sekretaris Jenderal Kementerian menyatakan bahwa hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 (SP2020)

menunjukkan mayoritas populasi Indonesia terdiri dari Generasi Z (kelahiran 1997-2012) dan Generasi Milenial (kelahiran 1981-1996), dengan proporsi masing-masing sebesar 27,94% dan 25,87%. Kedua kelompok ini termasuk dalam usia produktif yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi. Data menunjukkan bahwa persentase penduduk usia produktif (15-64 tahun) terhadap total populasi pada tahun 2020 adalah 70,72%, sementara persentase penduduk usia non-produktif (0-14 tahun dan 65 tahun ke atas) adalah 29,28%. Dengan persentase penduduk usia produktif yang tinggi, Indonesia masih berada dalam era demografi.



Gambar 1.2 Hasil Sensus Penduduk 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Menurut kajian McKinsey, pada tahun 2025 nanti, populasi Gen Z di kawasan Asia Pasifik akan mencapai seperempat dari jumlah populasi keseluruhan. Jumlah ini tentu sangat besar dan menjanjikan banyak peluang bagi Indonesia. Meskipun sebagian besar dari mereka yang berusia antara 10-26 tahun saat ini belum memasuki usia produktif, proyeksi menunjukkan bahwa dalam waktu lima hingga

tujuh tahun mendatang, sebagian besar dari mereka akan masuk ke dalam usia produktif. Hal ini menandakan bahwa Indonesia akan memasuki periode bonus demografi dimana jumlah penduduk usia produktif menjadi lebih banyak dari pada dengan usia tidak produktif. Potensi yang dimiliki Indonesia dalam era bonus demografi ini dapat dimanfaatkan secara optimal dengan mempersiapkan tenaga kerja yang handal dan meningkatkan investasi di bidang-bidang yang strategis.

Memiliki potensi besar untuk menjadi generasi produktif di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, mereka mulai memasuki dunia kerja dan berkontribusi secara signifikan dalam berbagai bidang. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi produktivitas generasi Z di Indonesia. Generasi Z memiliki kemampuan digital yang tangguh dan mampu bekerja sama secara virtual. Di era digital, keahlian seperti berkomunikasi secara *online*, bekerja sama jarak jauh, dan menyelesaikan masalah digital sangatlah krusial.

Generasi Z di Indonesia bisa menjadi penghubung dan kolaborator yang efektif di tempat kerja yang semakin terkoneksi secara digital. Menurut survei yang dilakukan oleh IDN Times terdapat 211 responden yang memberikan pandangan mereka. Mayoritas responden adalah perempuan dengan presentase 65,9%, sedangkan laki-laki sebanyak 34,1%. Adapun kelompok usia paling banyak mengisi survey adalah masyarakat berusia 21-25 tahun dengan peresentase 47%. Hal menarik dalam survey tersebut adalah melihat durasi kerja setiap responden. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan selama 2 bulan, terdapat jawaban dominan tentang masa kerja paling lama adalah >3 tahun dengan persentase 30,8 persen, sedangkan durasi kerja paling singkat adalah selama 6-12 bulan dengan persentase 41,2 persen. Sarra (24) selaku Headhunter di Glints menjelaskan bahwa job hopper adalah mereka yang berpindah-pindah tempat kerja dalam durasi kurang dari setahun.

Hal ini sejalan dengan data survei yang menunjukkan sebanyak 29,1 persen responden pindah tempat kerja lebih dari 3 kali. Dari hasil survei juga dapat diketahui bahwa untuk posisi di tempat kerja, mayoritas responden memegang jabatan sebagai karyawan dengan persentase 68,2 persen, manajer sebanyak 9

persen, serta supervisor sebanyak 9 persen. Selain itu, sebanyak 30,4 persen responden mengaku pernah pindah kerja sebanyak 2 kali, 24,3 persen pindah satu kali, dan 16,2 persen pindah tempat kerja sebanyak 3 kali. Menurut studi Deloitte Global 2022, generasi Z dan milenial akan terus mengalami pengunduran diri besar-besaran dari pekerjaan mereka. Burnout atau stres kronis, dikatakan sebagai salah satu dari tiga alasan utama yang menyebabkan kaum muda meninggalkan pekerjaan mereka.

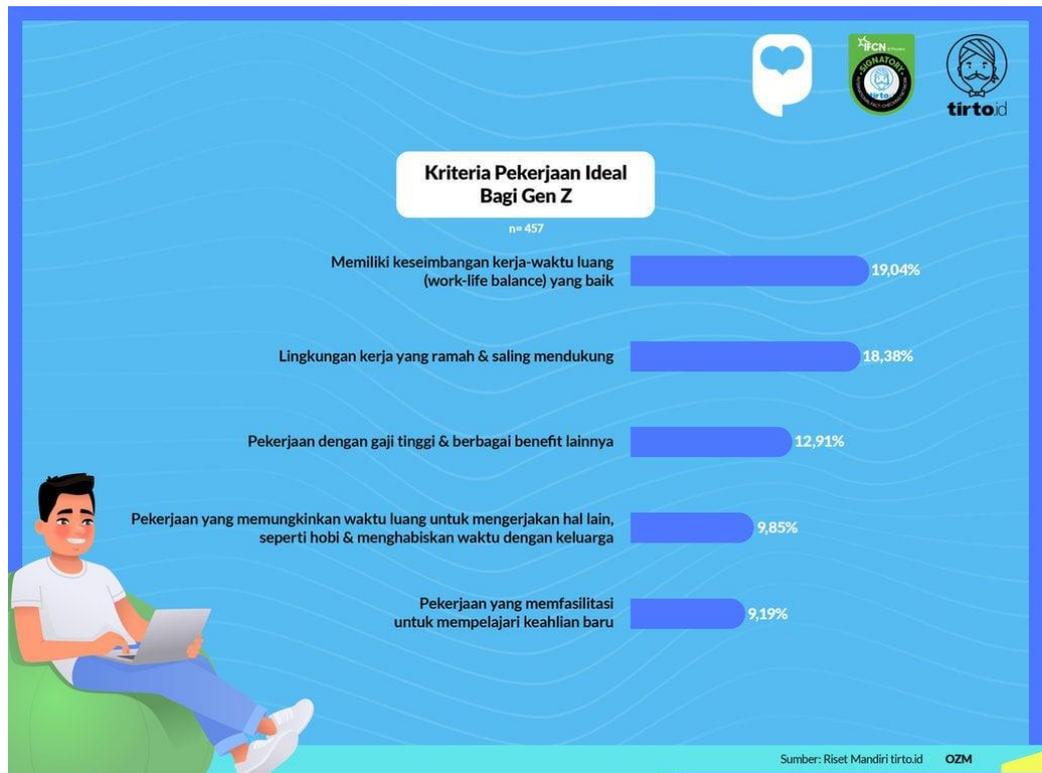


Gambar 1.3 Durasi Lama Di Perusahaan 2020  
 Sumber: IDN (2021)

Dari survei global, hampir 40% Gen Z dan 24% generasi milenial ingin meninggalkan pekerjaan mereka dalam dua tahun ke depan. Hal ini tentu menjadi masalah yang signifikan bagi pengusaha dalam mempertahankan karyawan mereka. Survei juga menunjukkan bahwa sekitar 46% Gen Z dan 45% milenial yang disurvei mengatakan mereka merasa cepatlelah dengan lingkungan kerja. Menurut para ahli bahwa *burnout* dirasakan di seluruh usia, namun gen Z dan milenial lebih cenderung merasakan dampaknya. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kesejahteraan mental karyawan mereka, khususnya untuk generasi muda yang lebih rentan terhadap *burnout*.

Menurut survei yang dilakukan oleh Tirto pada tanggal 20 September 2022, dilakukan survei yang melibatkan 1.500 responden dengan rentang usia antara 15 hingga 41 tahun. Rentang usia ini mengikuti pengelompokan Milenial dan Gen Z oleh Badan Pusat Statistik (BPS), di mana Milenial lahir pada periode 1981-1996 dan Gen Z lahir pada periode 1997-2012. Dalam survei yang dilakukan pada 20 September 2022, mayoritas dari Gen Z memilih work-life balance sebagai prioritas utama mereka. Dalam survei tersebut melibatkan 1.500 responden berusia 15 hingga 41 tahun dengan rentang usia yang mengacu pada pengelompokan Milenial dan Gen Z menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Sebanyak 19,04 persen Gen Z memilih work-life balance sebagai prioritas utama mereka, diikuti dengan lingkungan kerja yang ramah dan saling mendukung sebanyak 18,38 persen. Bagi Gen Z yang belum bekerja sendiri, lingkungan kerja yang ramah dan saling mendukung menjadi prioritas utama mereka dengan persentase sebesar 19,65 persen. Minat dan passion juga menjadi pilihan populer sebagai prioritas utama selanjutnya dengan persentase sebesar 18,6 persen.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 1.4 Kriteria Pekerjaan bagi Gen Z  
Sumber: Tirto.id

Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi Z memiliki pengaruh yang signifikan di komunitas mereka. Hal ini disebabkan oleh pengaruh internet yang mereka terima. Jika generasi z mempunyai pengalaman yang baik maupun buruk terhadap suatu hal, gen z tidak akan diam. Mereka akan melakukan hal yang sebaliknya, seperti mengekspresikannya di media sosial (Sladek dan Grabinger, 2014). Selain itu, generasi Z dikenal sebagai generasi yang memiliki pemikiran global. Mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang-orang di seluruh dunia. Menurut survei yang dilakukan oleh Parent Survey (Sladek dan Grabinger, 2014), sebanyak 34% generasi Z berinteraksi dengan kenalan di kota lain, dan 13% di negara yang berbeda. Mereka saling berbagi foto, video, dan pesan, serta menyampaikan situasi yang terjadi di sekitar mereka ke seluruh dunia. Hal ini menjadi perhatian banyak pihak karena generasi ini menjadi rentan terhadap kejahatan *cyber*. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki merupakan salah satu aspek dalam menciptakan keunggulan bersaing. Sebagai penggerak utama dalam mencapai visi dan misi

perusahaan, sumber daya manusia memiliki peran penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia yang berkualitas harus dapat merespon perubahan dengan cepat dan efektif, terutama di era bisnis yang selalu berubah. Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman juga menjadi tanggung jawab perusahaan untuk para karyawannya. Perusahaan melakukan penarapan. Penerapan QWL tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas karyawan, namun juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan karyawan. Ada beberapa unsur dalam QWL yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan karyawan seperti partisipasi karyawan, pengembangan karir, penyelesaian konflik, lingkungan kerja, keselamatan kerja dan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan karyawan (Cascio, 2006).

*Turnover* menjadi sebuah kesediaan karyawan yang dilaporkan meninggalkan organisasinya dalam jangka waktu tertentu, karena perputaran karyawan dapat berdampak buruk pada bisnis dan tenaga kerja pasar pada umumnya (Hazzari, et.,al 2022). Perputaran timbul dari niat berpindah, yaitu. Dimana perilaku karyawan keluar dari perusahaan lalu mencari peluang kerja di perusahaan lain (Handoko, 2008). Beberapa hal yang harus dilakukan perusahaan pada saat karyawan meninggalkan tempat kerja adalah mencari pengganti karyawan tersebut dengan melakukan rekrutmen dan seleksi, kemudian *onboarding* di awal masa kerja dan pelatihan berdasarkan perencanaan SDM yang sesuai. kondisi dapat diklasifikasikan sebagai kondisi dimana permintaan lebih besar dari penawaran karena adanya kesesuaian kegiatan: permintaan dan penawaran dalam perusahaan yaitu pekerjaan dan pekerjaan (Mondy dan Martocchio, 2016). Hal ini secara alami mengakibatkan perusahaan harus memperhitungkan dan mengalokasikan lebih banyak biaya setiap saat. *turnover intention* memiliki implikasi yang signifikan bagi organisasi dan karyawan. Tingkat *turnover* yang tinggi dapat mengganggu efektivitas organisasi dan menghasilkan tantangan keuangan dan operasional.

Karyawan yang mengalami turnover mungkin menghadapi penurunan kepuasan kerja dan dampak negatif pada kesejahteraan. Dengan mengatasi penyebab yang mendasari niat berpindah, organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, meningkatkan kepuasan kerja, dan meningkatkan tingkat retensi. Demikian pula, karyawan dapat mengambil peran aktif dalam mengelola niat berpindah mereka dengan mencari dukungan dan menjalani peluang untuk tumbuh dan berkembang. Pada akhirnya, upaya kolaboratif antara organisasi dan karyawan sangat penting dalam mengurangi efek negatif dari niat berpindah dan mendorong tenaga kerja yang termotivasi dan terlibat.

Menurut Mathis dan Jackson (2019), kinerja karyawan mempengaruhi seberapa besar kontribusi mereka terhadap organisasi yang meliputi kuantitas keluaran, kualitas keluaran, periode keluaran, kehadiran di tempat kerja dan sikap kooperatif. Kepuasan kerja memiliki banyak dimensi, secara umum demikian kepuasan dalam pekerjaan itu sendiri, gaji, pengakuan, hubungan antara penyelia dan pekerja, dan kesempatan untuk maju. Indikator kepuasan kerja ini dapat diukur dengan kedisiplinan, semangat kerja, dan perputaran tenaga kerja yang kecil. Kepuasan kerja karyawan relatif baik, namun sebaliknya jika disiplin, semangat kerja dan perputaran tenaga kerja baik benar, maka kepuasan kerja karyawan pada perusahaan dianggap kurang.

Dikutip dari jurnal psikologi berjudul *Quality of Work Life (QWL) from Psychological Perspective and the Development of Its Measurement Quality of Work Life (QWL)* juga dikaitkan dengan kebahagiaan karyawan. Penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang bahagia adalah karyawan yang produktif; karyawan yang bahagia adalah karyawan yang berdedikasi dan loyal (Karolin Kõrrevesk, 2010). Karyawan yang bahagia adalah karyawan yang puas. Pernyataan ini pertama kali diperkenalkan pada Gerakan Hubungan Manusia di tahun 1930-an (Mayo, 1993). Kebahagiaan karyawan itu sendiri dapat diukur dengan kepuasan kerja dan banyak penelitian menunjukkan bahwa QWL secara signifikan mempengaruhi kepuasan kerja, keterlibatan kerja, kinerja, identifikasi organisasi, dan penurunan pergantian (Sirgy et al., 2001).

Penelitian oleh Alserhan et al. (2021) menunjukkan bahwa QWL berpengaruh positif signifikan terhadap *employee happiness* dan berpengaruh negatif signifikan terhadap turnover intention.

QWL menjadi proses di mana organisasi merespons kebutuhan karyawan dengan mengembangkan mekanisme untuk memungkinkan karyawan membuat keputusan untuk meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja (Robbins dalam Kheradmand et al., 2010). Kebutuhan karyawan tersebut terkait dengan peningkatan kondisi kerja di organisasi (Lau & May, 1998). Satu dari tujuan menerapkan *Quality of work life* (QWL) di perusahaan adalah meningkatkan kepuasan karyawan terhadap pekerjaan mereka. Perusahaan yang memperhatikan penerapan QWL yang baik dapat membentuk kepuasan kerja karyawan. Keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi akan terus menjadi perhatian utama dalam QWL. Generasi mendatang akan mengharapkan kebijakan yang memungkinkan dapat mengatur waktu dengan lebih baik, seperti jam kerja yang fleksibel, kebijakan cuti yang adil.

Faktor-faktor yang mempengaruhi QWL tidak hanya terkait dengan cara perusahaan memperbaiki karyawan, tetapi juga memperbaiki lingkungan kerja mereka. Fleksibilitas kerja akan menjadi faktor yang semakin utama dalam meningkatkan Kualitas Kehidupan Kerja (QWL). Dengan pertumbuhan teknologi dan adopsi kerja jarak jauh yang semakin meluas, generasi berikutnya akan mengharapkan lebih banyak pilihan kerja yang fleksibel, seperti kerja jarak jauh, kerja paruh waktu, atau jadwal kerja yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu. Perusahaan juga harus menyediakan infrastruktur yang memadai untuk mendukung kerja jarak jauh dan kolaborasi tim secara virtual.

Beberapa unsur QWL yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan karyawan meliputi tingkat partisipasi karyawan, pengembangan karir, penyelesaian konflik, komunikasi, kesehatan dan keselamatan kerja, lingkungan yang aman, kompensasi yang pantas, serta rasa bangga terhadap organisasi (Cascio, 2006). QWL tercipta melalui berbagai faktor seperti pengembangan diri, fasilitas yang diberikan, tingkat gaji, dan juga lingkungan

kerja yang baik. Penerapan QWL merupakan salah satu upaya perusahaan dalam membentuk kepuasan kerja karyawan, sehingga menjadi lebih produktif dan berkontribusi positif bagi organisasi. Dari perspektif bisnis, QWL penting karena ada bukti yang menunjukkan bahwa sifat lingkungan kerja terkait dengan kepuasan karyawan dan perilaku terkait pekerjaan (Chan dan Wyatt, 2007).

Kepuasan bersifat individu, setiap orang memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda, sehingga ukuran juga sangat bervariasi. Salah satu cara untuk mengukur kepuasan karyawan adalah dengan mengetahui perasaan atau persepsi karyawan tentang penerapan QWL. Penerapan QWL merupakan upaya untuk mencapai kinerja yang lebih baik, tinggi dan upaya untuk mencapai kepuasan diri dan lingkungan kerja yang optimal (Arifin, 1999). Kepuasan kerja karyawan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia perusahaan. Karyawan yang puas puas, mereka sebagian besar termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya, sebaliknya ketidakpuasan menyebabkan penurunan kinerja, yang dinyatakan dalam perlakuan negatif, yang dapat merugikan perusahaan.

Sehingga, dari penjelasan akan data di atas penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISA PENGARUH QUALITY OF WORK LIFE TERHADAP JOB SATISFACTION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP TURNOVER INTENTION PADA KARYAWAN E-COMMERCE FASHION GENERASI Z DI DAERAH JAKARTA”**

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan analisis data yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, terdapat fenomena tingginya *Turnover intention* pada generasi Z dalam dunia kerja. Generasi Z memiliki kecenderungan untuk sering pindah tempat kerja dan rata-rata hanya bertahan selama 1-3 tahun di satu perusahaan.

Data menunjukkan bahwa generasi z menjadi kelompok yang paling banyak berada di pasar tenaga kerja dan akan terus meningkat hal ini akan berdampak pada demografi tenaga kerja Indonesia. Namun, karyawan dari berbagai generasi memiliki harapan yang berbeda-beda, sehingga tantangan bagi perusahaan adalah bagaimana mempertahankan karyawan generasi z di dalam perusahaan. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini ialah seringnya generasi z berpindah-pindah tempat kerja dan cenderung hanya bertahan selama kurang lebih 1 sampai 3 tahun di satu perusahaan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, segala pertanyaan penelitian yang terbentuk, yaitu:

1. Apakah *Quality of work life* berpengaruh positif terhadap *Job satisfaction* pada generasi Z di daerah Jakarta?
2. Apakah *Quality of work life* berpengaruh negatif terhadap *Turnover intention* pada generasi Z di daerah Jakarta?
3. Apakah *Job satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *Turnover intention* pada generasi Z di daerah Jakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk melakukan pengujian dan melakukan analisa mengenai pengaruh positif antara variabel *Quality of work life* terhadap variabel *Job satisfaction* pada karyawan generasi Z di daerah Jakarta.

2. Untuk melakukan pengujian dan melakukan analisa mengenai pengaruh negatif antara *Quality of work life* terhadap *Turnover intention* pada karyawan generasi Z di daerah Jakarta.
3. Untuk melakukan pengujian dan melakukan analisa mengenai pengaruh negatif antara *Job satisfaction* terhadap *Turnover intention* pada karyawan generasi Z di daerah Jakarta.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat akademis: Penulis berharap hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama di program studi Human Resource Management untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah pengetahuan pembaca tentang pengaruh *Quality of work life* dan *Job Satisfaction* terhadap *Turnover intention* pada karyawan generasi Z yang bekerja di daerah Jakarta. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan karyawan generasi Z yang sangat dinamis dan memegang peranan penting dalam dunia kerja saat ini.
2. Manfaat perusahaan: Penulis berharap dapat membantu perusahaan dengan memberikan informasi bagaimana pengaruh *Quality of work life* dan *Job Satisfaction* terhadap *Turnover intention* karyawan Generasi Z di Jakarta. Selain itu, penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi perusahaan-perusahaan untuk memikirkan cara-cara yang efektif untuk mempertahankan karyawan khususnya Generasi Z.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penulis melaksanakan penelitiannya kepada karyawan kantoran generasi Z di daerah Jakarta yang telah bekerja selama + 3 tahun. Lebih lanjut variabel yang diuji dan diteliti adalah *Quality of work life*, *Job satisfaction* dan *Turnover intention*.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I: PENDAHULUAN** Dalam bab ini penulis membahas mengenai, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, sistematika penulisan. Hal tersebut yang menjadi acuan penulis dalam melaksanakan penelitian mengenai pengaruh *Quality of work life* dan *Job satisfaction* terhadap *Turnover intention* pada generasi z di daerah Jakarta.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi beberapa teori yang berhubungan dengan pembahasan yang ada pada penelitian ini. Tujuannya untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian. Selain itu, model penelitian dan juga hipotesis penelitian yang digunakan penulis juga ditampilkan pada bab ini.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas metodologi penelitian, ruang lingkup penelitian, dan definisi operasional variabel penelitian. Bab ini membahas detail mengenai variabel yang diteliti. Selain itu teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisa data yang dilakukan penulis juga dijelaskan pada bab ini.

### **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari uji setiap variabel penelitian dengan mengacu pada hasil kuisisioner yang telah disebar oleh penulis secara *online* menggunakan google form.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A