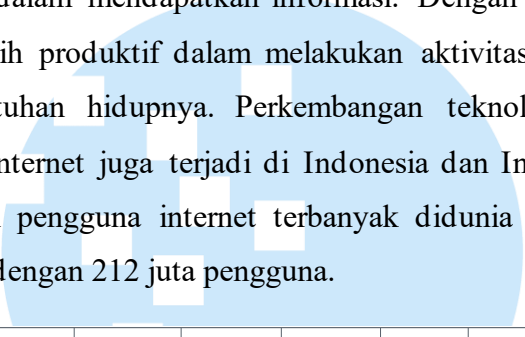


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi merupakan fenomena yang terjadi di hampir semua negara, tidak terkecuali Indonesia. Pesatnya perkembangan teknologi ini juga mendorong dan membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari, salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi di lingkungan sekitar adalah adanya jaringan internet yang membantu manusia dalam mendapatkan informasi. Dengan adanya internet ini manusia menjadi lebih produktif dalam melakukan aktivitas dan menghasilkan produk untuk kebutuhan hidupnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berupa internet juga terjadi di Indonesia dan Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia dengan menduduki peringkat 4 di dunia dengan 212 juta pengguna.



| Pangkat | Bangsa    | Wilayah       | Pengguna Internet | Populasi     | Tingkat Penetrasi Internet |
|---------|-----------|---------------|-------------------|--------------|----------------------------|
| 1       | Cina      | Asia          | 1,11 miliar       | 1,416 miliar | 78,17%                     |
| 2       | India     | Asia          | 806 juta          | 1,464 miliar | 55,1%                      |
| 3       | KITA      | Amerika Utara | 332 juta          | 347 juta     | 95,68%                     |
| 4       | Indonesia | Asia          | 212 juta          | 286 juta     | 74,13%                     |

*Gambar 1. 1 Pengguna internet di Indonesia*

(statista.com, 2025)

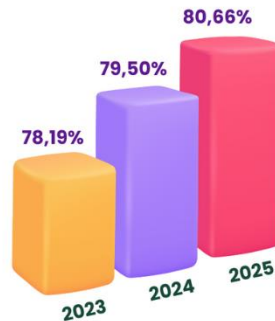
Dengan pengguna internet tertinggi di dunia, Indonesia menjadi negara di Asia Tenggara yang mengalami perkembangan teknologi internet. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) membuktikan bahwa adanya perkembangan

pengguna internet dalam kurun waktu 3 tahun yaitu dari 2023 – 2025, dengan angka di tahun 2023 sebanyak 215 juta jiwa, tahun 2024 sebanyak 221 juta jiwa, dan tahun 2025 sebanyak 229 juta jiwa.



Dengan perkembangan pengguna internet di Indonesia yang meningkat, penetrasi internet yang dilakukan juga berkembang. Penetrasi internet merupakan proporsi penduduk wilayah yang menggunakan atau memiliki akses internet, dimana semakin tinggi angka penetrasi internet semakin besar pula persentase penduduk yang terkoneksi dan berpartisipasi dalam ekonomi digital. Selaras dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pertumbuhan tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun 2023 sampai 2025, dimana pada tahun 2023 persentase penetrasi internet di angka 78,19%, pada tahun 2024 meningkat menjadi 79,50%, dan pada 2025 kembali meningkat di angkat 80,66%

**Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2023–2025**



*Gambar 1. 3 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia*

(Survei Internet APJII, 2025)

Dengan demikian perkembangan internet di Indonesia yang signifikan dan didukung oleh penetrasi internet yang meningkat menjadikan masyarakat Indonesia mudah untuk mengakses informasi dan menjadi peluang pertumbuhan industri yang berbasis teknologi di Indonesia. Salah satu industri yang sedang berkembang di Indonesia yang berbasis teknologi adalah industri *Education Technology* atau industri pendidikan berbasis teknologi, dimana dengan penetrasi dan pemerataan akses internet di Indonesia yang meningkat menjadikan peluang bagi pertumbuhan industri *Education Technology* karena industri ini memiliki peran penting untuk meningkatkan pemerataan pendidikan dan digitalisasi di Indonesia.

*Education Technology* atau edtech merupakan pendidikan yang berbasis teknologi dan mengubah cara belajar menjadi lebih fleksibel dan digital, pertumbuhan sektor industri ini meningkat pesat sejak adanya pandemi *Covid-19* yang menjadikan pembelajaran secara daring. Menurut East Venture, industri *Education Technology* merupakan industri yang bergerak secara dinamis dalam teknologi dan berfokus untuk mengembangkan kreativitas, inovasi, serta mengimplementasikan metode belajar yang efektif. Sedangkan menurut (Huang et al., 2019) *Education*

*Technology* merujuk pada penggunaan alat, teknologi, proses, prosedur, sumber daya, dan strategi untuk meningkatkan pengalaman belajar di berbagai lingkungan, seperti pembelajaran formal, informal, non-formal, pembelajaran seumur hidup, pembelajaran sesuai permintaan, pembelajaran di tempat kerja, dan pembelajaran tepat waktu. Educational Technology atau EdTech merupakan industri yang mengadopsi teknologi dalam proses pembelajaran sebagai produk yang ditawarkan, dalam hal ini bentuk dari perusahaan ini biasanya adalah Startup yang menawarkan platform pembelajaran digital (Learning Management System dan Elearning), Mobile Learning, Online Video Learning, cara pembelajarannya dilakukan secara daring atau online class dan hybrid atau kombinasi antara online class dan offline class.

Transformasi digital yang mendorong *industry Education Technology* dinilai memiliki manfaat dalam lanskap pendidikan Indonesia, hal ini dikarenakan dengan perkembangan *industry* ini dapat menjangkau seluruh pendidikan ditingkat regional sebagai strategi peningkatan pencapaian pendidikan dan mengurangi kesenjangan pendidikan di Indonesia. Di Indonesia layanan edtech baru mendapat perhatian yang lebih setelah pandemi covid 19 karena pandemi ini menyebabkan penutupan sekolah secara nasional di Indonesia dan menyebabkan kebutuhan untuk pembelajaran daring meningkat. Oleh karena ini, *industry* pendidikan berbasis teknologi dinilai penting dan meningkat dengan pesat karena dinilai lebih efektif dan fleksibel dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan anak-anak dan orang tua yang ingin melengkapi kekurangan dalam pendidikan sekolah tradisional, seperti les, kursus, dan pembelajaran daring.

Perkembangan sektor *industry Education Technology* di Indonesia setelah pandemi menjadi sektor industri yang berkembang pesat. Terbukti dari keputusan Kementerian Keuangan yang mengeluarkan anggaran dana sekitar Rp. 612 triliun untuk pendidikan pada tahun 2023, terlihat dari data

dibawah ini yang menunjukan naiknya anggaran pemerintah untuk pendidikan di Indonesia, hal ini dikarenakan pemerintah melihat bahwa peran teknologi dalam dunia pendidikan memiliki banyak manfaat seperti memperluas akses pendidikan di di Indonesia, meningkatkan efektivitas pendidikan, menciptakan variasi belajar, dan mengurangi kesenjangan dalam pendidikan di Indonesia.

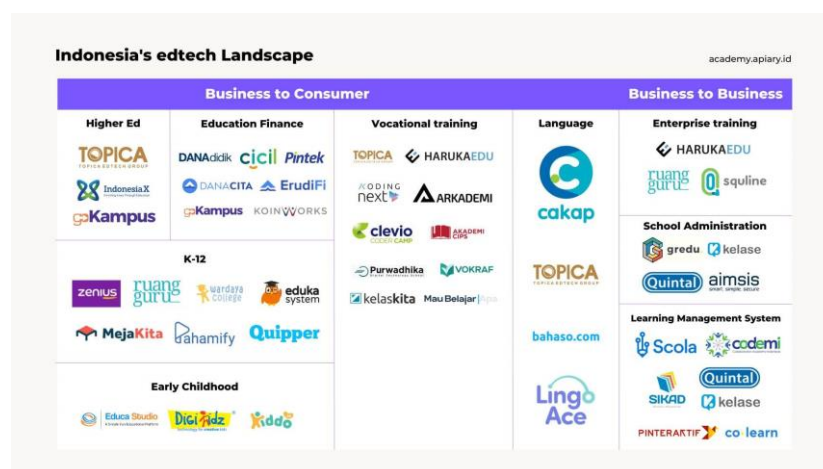


Gambar 1. 4 Anggaran Pendidikan tahun 2019 - 2023

(Kementrian Keuangan RI, 2023)

Selain itu, perkembangan industri Edtech didukung juga oleh aliran dana dari investor. Terbukti menurut data dari Tech Asia dimana sejak 2020 jumlah pendanaan ke startup edtech di Indonesia mencapai 18 kesepakatan investari untuk mendorong tren belajar secara daring akibat pandemi dan terlihat adanya peningkatan di sejak 2020. Dengan meningkatkan jumlah pendanaan dan jumlah investor, banyak perusahaan perusahaan yang berbasis *Education Technology* bermunculan dimana menurut Tech Asia Indonesia mengidentifikasi terdapat 59 perusahaan edtech yang beroperasi di Indonesia (Tech in Asia Indonesia, 2023)

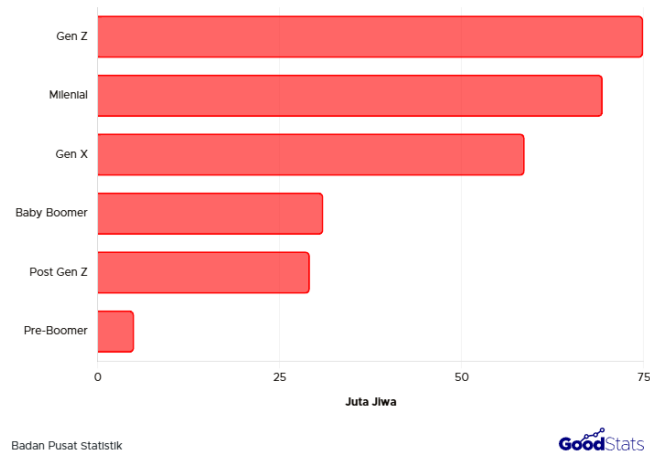
Dengan pertumbuhan sektor edtech di Indonesia dan banyaknya perusahaan berbasis *Education Technology* membuat banyaknya lapangan kerja yang buka. Berdasarkan landscape yang di publish oleh Apiary Academy, terdapat 2 kategori dari perusahaan Edtech yaitu ada *Business to Consumer (B2C)* dan *Business to Business (B2B)*. Hal ini menyebabkan beberapa perusahaan memiliki target market yang berbeda dalam produknya (apiary academy, 2025)



Gambar 1. 5 landscape Edtech di Indonesia

(apiary academy, 2025)

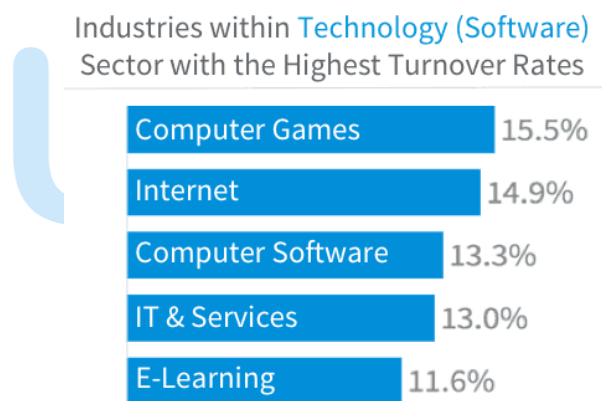
Industri digital berbasis edtech terus berkembang dengan pesat di Indonesia. Pertumbuhan sektor *Education Technology* menjadi pendorong utama meningkatnya investor yang menginvestasikan penghasilannya ke sektor industri ini. Terlihat dari gambar diatas terdapat dua bidang dari industri education technology yaitu *Business to Consumer (B2C)* dan *Business to Business (B2B)*, dari hal tersebut terlihat bahwa education technology di Indonesia didominasi oleh *Business to Consumer (B2C)*.



Gambar 1. 6 Raa Rata Penduduk Indonesia

(GoodStats, 2023)

Berdasarkan survei yang dilakukan Goodstats, rata rata penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z, dimana generasi z lahir di antara tahun 1997 sampai 2012 dengan jumlah populasi sekitar 74,93 juta jiwa (GoodStats, 2023). Berdasarkan chart atas menggambarkan bahwa generasi z menjadi populasi yang mendominasi di Indonesia sehingga generasi ini juga sedang dalam masa mendominasi dunia pekerjaan dan menjadi angkatan kerja yang produktif.



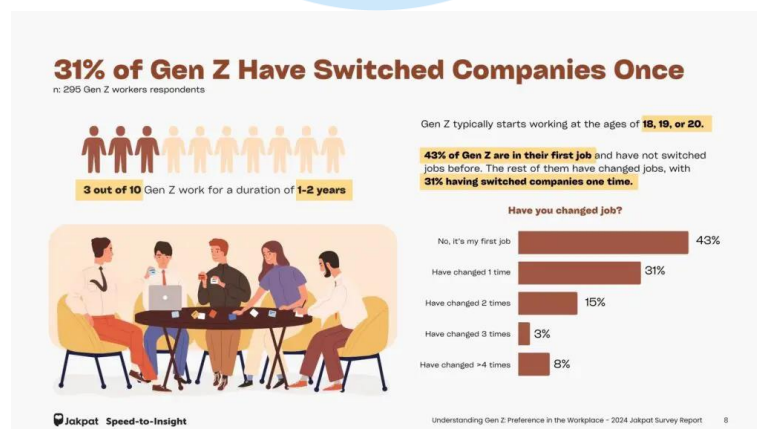
Gambar 1. 7 Tingkat Turnover di Tech Industry

(SkillPanel, 2020)

Perkembangan pesat industri yang berbasis teknologi menyebabkan tingkat pergantian karyawan ini cukup tinggi, termasuk juga industri

education technology. Terlihat dari gambar diatas, tingkat turnover intention karyawan pada industri berbasis teknologi cukup tinggi dan pada industri pendidikan cukup rendah dibanding industri lain yaitu diangka 11,6%. Meskipun rendah dibandingkan dengan industri lain, namun dalam perusahaan batas tingkat turnover intention yaitu di angka 10% atau kurang. Beberapa alasan perusahaan berbasis teknologi termasuk education technology antara lain yaitu terlalu banyak pekerjaan dimana beban kerja yang terlalu banyak menyebabkan kelelahan. Selain itu kurangnya pengakuan atau penghargaan juga menjadi faktor karyawan memiliki niat untuk meninggalkan pekerjaan (Owen Jones, 2025)

*Turnover Intention* adalah keinginan karyawan untuk keluar dari suatu organisasi atau perusahaan dengan periode tertentu (Ali, n.d.). Fenomena turnover ini merupakan fenomena yang sedang berkembang di kalangan karyawan generasi Z dimana berdasarkan survei yang dilakukan oleh JakPat menjelaskan bahwa durasi Gen Z bertahan dalam tempat kerja tidak lebih dari 2 tahun atau hanya sekitar 6 bulan sampai 1 tahun (Jakpat, 2024), berikut merupakan hasil survei dari JakPat:

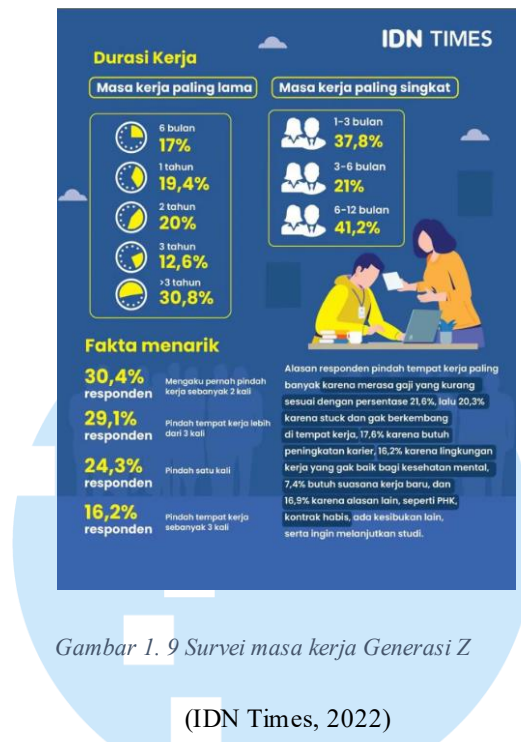


Gambar 1. 8 Survei generasi Z melakukan Perpindahan Perusahaan

(Jakpat, 2024)

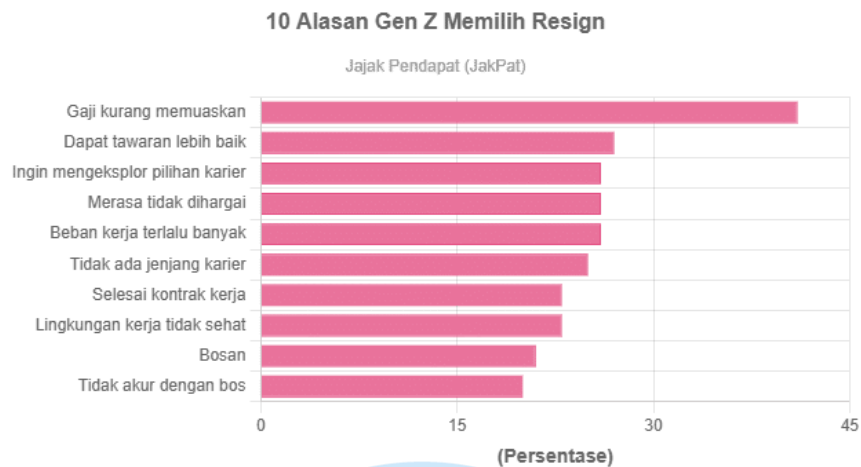
Survei lain dilakukan oleh IDN Times (2022) yang saling mendukung dimana fenomena *Turnover Intention* juga terjadi di

Indonesia. IDN Times melakukan survei terhadap 211 responden Generasi Z dan Generasi Milenial yang memberikan persepsi mereka tentang fenomena berpindah tempat kerja (IDN Times, 2022).



Gambar 1. 9 Survei masa kerja Generasi Z  
(IDN Times, 2022)

Dengan hasil survei di atas menjelaskan bahwa fenomena turnover menjadi topik yang cukup penting di Indonesia, dimana generasi Z sebagai generasi yang paling banyak melakukan perpindahan perusahaan kurang dari 2 tahun. Survei lain yang dilakukan oleh JakPat menjelaskan bahwa ada beberapa alasan dari gen z memilih keluar dari perusahaan, (JakPat)



Gambar 1. 10 Data 10 alasan gen Z memilih Resign

(Jakpat, 2024)

Berdasarkan survei diatas, persentase generasi Z memilih resign karena faktor gaji yang tidak sesuai harapan dan tidak seimbang dengan beban kerja yang meraka tanggung. Sehingga beban kerja dan gaji yang diterima tidak seimbang dan berpengaruh ke kepuasan karyawan dalam pekerjaan atau Job Satisfation. Selaras dengan penelitian terdahulu, menjelaskan bahwa kepuasan kerja (*Job Satisfaction*) berpengaruh signifikan terhadap pengunduran diri karyawan, pengaruh dari kedua variable ini bersifat gambaran dimana bila kepuasan kerja meningkat, maka pengunduran diri karyawan akan ikut turun, sebaliknya jika kepuasan kerja (*Job Satisfaction*) menurun, maka pengunduran diri akan meningkat (Amanda, 2016). *Job Satisfaction* adalah perasaan senang yang timbul karena pekerjaan seorang karyawan memenuhi atau memungkinkan terpenuhi dan nilai nilai penting dalam pekerjaan tersebut tercapai (R. A. Noe, 2010)

Selain itu terdapat juga faktor lainnya yang mempengaruhi generasi Z keluar dari pekerjaannya yaitu beban kerja yang terlalu banyak. Dengan beban kerja yang terlalu banyak menyebabkan tanggung jawab karyawan tersebut akan pekerjaannya meningkat, hal ini berpengaruh terhadap presentaaism karyawan tersebut. (Ning et al., 2023). Selaras dengan

gambar diatas, berdasarkan tinjauan dari jurnal (Webster et al., 2019) menyimpulkan bahwa jumlah kasus *Presenteeism* di kalangan karyawan sekitar 35 sampai 97 persen. Para peneliti juga mengatakan bahwa kondisi ini bisa mengurangi produktivitas kerja hingga sepertiganya atau lebih. Hal ini juga berdampak pada stress kerja secara keseluruhan.

Fenomena *Presenteeism* menjadi fenomena yang cukup banyak terjadi dikalangan karyawan, hal ini juga mempengaruhi tingkat *Turnover Intention* disuatu perusahaan. *Presenteeism* adalah keadaan yang mengacu pada situasi di mana seorang karyawan memilih untuk tetap bekerja dan menyelesaikan tugasnya meskipun sedang sakit atau kurang sehat dan dihari kerja. Salah satu penyebab *Presenteeism* karyawan tinggi adalah karena beban kerja yang tinggi, hal ini menyebabkan karyawan mengalami stress kerja yang tinggi. Penyebab lain fenomena ini juga akibat tuntutan dan harapan perusahaan yang tinggi sehingga karyawan merasa bahwa tanggung jawab tugasnya tinggi (hrlineup, 2023). Dengan tingkat *Presenteeism* yang tinggi menyebabkan tingkat *Turnover Intention* karyawan cukup tinggi dan *Job Satisfaction* karyawan tersebut menurun dikarenakan produktivitas karyawan menurun (He et al., 2025)

Selanjutnya teori yang mendukung adanya pengaruh *Job Stress* terhadap turnover adalah Job Demands-Resources (JD-R) model yaitu ketika tuntutan pekerjaan tinggi dan sumber daya atau hal positif pekerjaan rendah, stress akan meningkat (JD-R Journal). Pada model ini memiliki 2 yaitu pertama sumber daya pekerjaan seperti dukungan sosial, umpan balik, dan variasi keterampilan memicu motivasi yang meningkat serta keterlibatan karyawan dalam bekerja juga meningkat, sedangkan asumsi kedua adalah sumber daya pekerjaan memiliki pengaruh motivasi yang besar ketika karyawan dihadapi dengan tuntutan pekerjaan yang tinggi seperti beban kerja, tekanan emosional, dan tuntutan mental.

Dari penjelasan sebelumnya, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH *JOB STRESS* TERHADAP *TURNOVER*

*INTENTION KARYAWAN GENERASI Z INDUSTRI EDUCATION TECHNOLOGY DENGAN MEDIASI JOB SATISFACTION DAN PRESENTEEISM*". Dalam penelitian ini, peneliti lebih memfokusnya objek penelitian di bidang B2C yang merupakan bidang education technology yang dominan di Inonesia. Besar harapan peneliti dengan melakukan penelitian ini dapat memperluas literatur dengan memberikan pemahaman kontekstual tentang *Turnover Intention* di Indonesia.

### **1.2. Rumusan Masalah**

- Apakah *Job Stress* berpengaruh terhadap *Turnover Intention* karyawan generasi Z di industry *Education Technology*
- Apakah *Job Stress* berpengaruh terhadap *Presenteeism* karyawan generasi Z di industry *Education Technology*
- Apakah *Job Stress* berpengaruh terhadap *Job Satisfaction* karyawan generasi Z di industry *Education Technology*
- Apakah *Presenteeism* berpengaruh terhadap *Turnover Intention* karyawan generasi Z di industry *Education Technology*
- Apakah *Job Satisfaction* berpengaruh terhadap *Turnover Intention* karyawan generasi Z di industry *Education Technology*
- Apakah *Presenteeism* dan *Job Satissfaction* memediasi *Job Stress* terhadap *Turnover Intention* karyawan generasi Z di industry *Education Technology*

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *Job Stress* terhadap *Presenteeism* di industry *Education Technology*,
2. Untuk mengetahui pengaruh *Job Stress* terhadap *Job Satisfaction* di industry *Education Technology*,
3. Untuk mengetahui pengaruh *Job Stress* terhadap *Turnover Intention* di industry *Education Technology*,
4. Untuk mengetahui pengaruh *Presenteeism* terhadap *Turnover Intention* di industry *Education Technology*,
5. Untuk mengetahui pengaruh *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention* di industry *Education Technology*
6. Untuk mengetahui *Presenteeism* dan *Job Satisfaction* memediasi pengaruh *Job Stress* terhadap *Turnover Intention* industry *Education Technology*.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.1.1. Manfaat Akademis**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber acuan ataupun referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya di bidang Human Capital Management. Peneliti juga berharap penelitian ini mampu bermanfaat dan memberikan wawasan mengenai pengaruh *Job Stress* terhadap *Turnover Intention* dengan mediasi *Presenteeism* dan *Job Satisfaction* kepada penulis.

#### **1.1.2. Manfaat Praktis**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu acuan dalam upaya mengurangi *Turnover Intention* yang cukup tinggi di kalangan generasi Z dan di semua perusahaan.

### 1.5. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, Adapun batasan penelitian masalah dalam penelitian ini. Batasan penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi penelitian ini hanya pada variabel mediasi *Presenteeism* dan *Job Satisfaction*, *Job Stress* sebagai variabel independen, serta pengaruhnya terhadap *Turnover Intention* sebagai variabel dependen
2. Responden dalam penelitian ini merupakan karyawan generasi Z dengan rentang usia 20 – 40 tahun yang sudah kerja kurang lebih selama 6 bulan di perusahaan *Education Technology* di area Jabodetabek.
3. Penelitian ini dilakukan pada periode September – November 2025

### 1.6. Sistematika Penulisan

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang yang mendasari munculnya fenomena yang peneliti angkat. Selain itu, bab ini juga memuat rumusan masalah sebagai acuan studi, serta tujuan penelitian dijelaskan sebagai sasaran yang ingin peneliti capai untuk menjawab rumusan masalah sebelumnya. Pada bab 1 ini juga mencantumkan manfaat penelitian dalam sisi akademis dan praktis dan Batasan penelitian sebagai Batasan ruang lingkup penelitian. Dan terakhir pada bab 1 disajikan sistematika penulisan yang menjadi panduan peneliti dalam menyusun penelitian ini.

#### BAB 2 LANDASAN TEORI

Dalam bab 2 berisikan penjelasan mengenai teori teori yang terkait variabel dalam penelitian, yang dijelaskan dalam bab ini adalah hubungan antara variabel *Job Stress*, *Presenteeism*, *Job Satisfaction*, dan *Turnover Intention*. Pada bab ini juga berisikan model penelitian, pemaparan dan pengembangan hipotesis terkait penelitian, serta penelitian-penelitian terdahulu

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab 3 berisikan penjelasan mengenai gambaran umum dari objek penelitian, design penelitian, pemaparan terkait populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji hipotesis, serta operasional variabel yang digunakan untuk menentukan pertanyaan kuesioner dan menjawab tujuan penelitian.

### **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab 4 menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan beserta penjelasan analisis data dari peneliti terkait hasil dari hasil masing masing variabel. Hasil penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang sudah ditetapkan sebelumnya berdasarkan objek penelitian. Bab ini berisi karakteristik responden, analisis statistik, uji hipotesis, dan pembahasan.

### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini, berisikan penjelasan mengenai kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta saran yang membangun bagi perusahaan maupun pihak terkait lainnya, berdasarkan temuan dari hasil penelitian yang dilakukan.