

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Industri food and beverage (F&B) di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat serta memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, sektor makanan, minuman, dan akomodasi mencatat pertumbuhan sebesar 10,17 persen pada Triwulan II tahun 2024, sehingga menjadi salah satu sektor dengan kinerja terbaik dan memberikan kontribusi sekitar 2,64 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (AntaraneWS, 2024). Fakta tersebut menunjukkan bahwa sektor F&B semakin berperan dalam memperkuat perekonomian, termasuk di Kota Surabaya yang dikenal sebagai pusat kegiatan bisnis, pendidikan, dan gaya hidup di Jawa Timur. Sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia, Surabaya menjadi pasar yang menjanjikan bagi industri F&B, yang tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial, hiburan, serta bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Kafe dan restoran di Surabaya kini tidak hanya berperan sebagai tempat untuk menikmati hidangan, tetapi juga berkembang menjadi ruang sosial, area kerja bersama (*co-working space*), serta sarana rekreasi visual berkat konsep desain interior yang estetik. Perkembangan ini sejalan dengan pola konsumsi generasi muda, khususnya generasi Z, yang memanfaatkan kafe bukan sekadar untuk makan dan minum, melainkan juga sebagai tempat berjejaring, bekerja jarak jauh, hingga

membangun citra diri melalui media sosial. Berdasarkan data Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Surabaya, jumlah usaha hotel, restoran, dan kafe mengalami peningkatan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir, dengan ratusan izin usaha baru yang terdaftar. Fenomena tersebut mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap industri kuliner sekaligus menunjukkan tingkat persaingan yang semakin ketat di pasar lokal (DPM-PTSP, 2025)

Perubahan yang terjadi memberikan peluang besar bagi para pelaku usaha, namun sekaligus menimbulkan persaingan yang semakin intens. Oleh sebab itu, setiap perusahaan perlu berfokus tidak hanya pada peningkatan kualitas produk dan layanan, tetapi juga pada pengembangan inovasi secara berkelanjutan agar mampu menjaga keberlangsungan usaha serta membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Kemampuan untuk berinovasi pada dasarnya tidak hanya bergantung pada strategi perusahaan, tetapi juga pada peran dan kontribusi sumber daya manusia (SDM) yang berada di lini terdepan. Karyawan berperan sebagai motor penggerak yang memungkinkan munculnya ide-ide baru, mulai dari proses penciptaan, pengusulan, hingga penerapan gagasan tersebut menjadi solusi nyata bagi keberlangsungan organisasi. Aktivitas ini dikenal sebagai *Innovative Work Behavior* (IWB). Menurut Aliane *et al.* (2023), IWB merupakan bentuk konkret dari kemampuan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan melalui proses penciptaan, pengajuan, dan penerapan ide-ide baru yang memberikan dampak positif. Dalam konteks bisnis kafe, IWB dapat tercermin dari kreativitas karyawan

dalam mengembangkan menu baru, meningkatkan kualitas pelayanan, maupun memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan demikian, IWB menjadi indikator penting yang mencerminkan kemampuan organisasi dalam bertransformasi menghadapi dinamika persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Fenomena yang perlu mendapat perhatian khusus adalah meningkatnya dominasi Generasi Z sebagai tenaga kerja pada sektor jasa, termasuk industri kafe. Generasi ini didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai digital native yang tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan teknologi, internet, serta media sosial yang menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari (Slepian *et al.*, 2024 dalam Jihan Soraya Banun *et al.*, 2025). Kehidupan yang lekat dengan teknologi menjadikan Generasi Z memiliki karakteristik adaptif, terbuka terhadap perubahan, serta cepat dalam mengakses dan mengolah informasi. Menurut Anindita dan Rheinhard (2023), Generasi Z cenderung menyukai fleksibilitas kerja serta memiliki orientasi terhadap keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Ciri-ciri tersebut menjadikan mereka aset potensial dalam mendorong kreativitas dan inovasi di lingkungan kerja, termasuk pada industri kafe yang menuntut ide-ide segar dan interaksi sosial yang dinamis. Namun demikian, penelitian juga menunjukkan bahwa generasi ini memiliki tantangan psikologis yang khas, seperti kerentanan terhadap stres, kecemasan, dan ketidakpastian karier, yang sering kali dipicu oleh tekanan sosial dan ekspektasi lingkungan (Koenig *et al.*, 2025; Sudirman *et al.*, 2024 dalam Jihan Soraya Banun *et al.*, 2025). Kondisi tersebut semakin kompleks

ketika dikaitkan dengan karakteristik industri kafe yang umumnya menerapkan sistem kerja kontrak jangka pendek, jam kerja tidak menentu, dan tuntutan pelayanan pelanggan yang tinggi. Faktor-faktor ini dapat memicu rasa ketidakamanan kerja serta menurunkan loyalitas dan keterlibatan karyawan. Oleh karena itu, meskipun Generasi Z memiliki potensi besar sebagai penggerak inovasi dan perubahan positif di tempat kerja, mereka juga menghadapi tantangan emosional dan psikologis yang perlu dikelola secara efektif agar dapat mempertahankan keterlibatan kerja dan perilaku inovatif secara berkelanjutan.

Faktor psikologis internal merupakan aspek penting yang memengaruhi kesiapan karyawan untuk berpartisipasi aktif dan berinovasi dalam lingkungan kerja. Salah satu faktor tersebut adalah *Creative Self-Efficacy* (CSE), yakni keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menciptakan ide-ide kreatif. Candra (2022) menyatakan bahwa CSE dapat meningkatkan *Employee Engagement* (EE), karena karyawan dengan tingkat keyakinan diri yang tinggi cenderung lebih antusias, berdedikasi, dan fokus dalam melaksanakan tugasnya. Selain itu, CSE juga terbukti berperan dalam menumbuhkan kreativitas serta inovasi yang menjadi dasar terbentuknya perilaku kerja inovatif. Dalam konteks industri kafe, CSE mendorong generasi Z untuk lebih percaya diri dalam menyampaikan gagasan baru, seperti mengembangkan menu musiman yang unik, merancang konsep pelayanan yang menarik, atau memanfaatkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan tren konsumen muda. Dengan demikian, CSE berfungsi sebagai modal psikologis yang memberikan energi positif terhadap keterlibatan

kerja serta mendorong terciptanya inovasi secara berkelanjutan di lingkungan organisasi.

Sebaliknya, faktor eksternal seperti *Job Insecurity* (JI) dapat menjadi hambatan signifikan bagi karyawan untuk berkontribusi secara inovatif di tempat kerja. JI merupakan perasaan tidak aman atau kekhawatiran individu terhadap keberlangsungan pekerjaan serta ketidakpastian masa depan kariernya menurut Ida Ayu Diah Sri & Wayan Gede (2023). Pada industri kafe, tingginya tingkat turnover, sistem kerja kontrak sementara, dan fluktuasi pendapatan akibat perubahan permintaan pelanggan sering kali memperkuat munculnya rasa tidak aman tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Diah Sri & Wayan Gede (2023) menunjukkan bahwa JI berpengaruh negatif terhadap Work Engagement dan Innovative Work Behavior. Karyawan yang merasa pekerjaannya terancam cenderung kehilangan semangat, dedikasi, dan fokus kerja, sehingga enggan menyampaikan ide-ide baru atau berpartisipasi pada proses inovatif. Temuan serupa disampaikan oleh Aliane *et al.* (2023) yang menjelaskan bahwa JI tidak hanya menurunkan perilaku kerja inovatif, tetapi juga meningkatkan kecenderungan knowledge hiding (menyembunyikan pengetahuan) serta team anti-citizenship behavior yang merugikan organisasi. Pada situasi tersebut, karyawan lebih memilih mempertahankan rasa aman pribadi daripada berbagi ide atau solusi kreatif yang dapat meningkatkan kinerja tim. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat ketidakamanan kerja yang dirasakan, semakin rendah motivasi karyawan untuk terlibat aktif dan berinovasi, yang pada akhirnya menghambat produktivitas serta pertumbuhan organisasi pada industri kafe yang dinamis dan kompetitif.

Employee Engagement (EE) berperan sebagai variabel kunci yang menjembatani pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap perilaku inovatif. EE menggambarkan kondisi keterikatan emosional, kognitif, dan fisik yang tercermin melalui semangat (*vigor*), dedikasi, serta penyerapan (*absorption*) dalam bekerja. Anindita & Rheinhard (2023) menyatakan bahwa EE memiliki pengaruh positif terhadap kreativitas yang pada akhirnya mendorong peningkatan *Innovative Work Behavior* (IWB). Ali *et al.* (2022) juga menegaskan bahwa EE berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh positif *Creative Self-Efficacy* (CSE) terhadap IWB sekaligus mengurangi dampak negatif *Job Insecurity* (JI). Selain itu, penelitian Ida Ayu Diah Sri & Wayan Gede (2023) menunjukkan bahwa EE dapat berfungsi sebagai penyangga psikologis (*psychological buffer*) yang membantu karyawan tetap produktif dan inovatif meskipun menghadapi tekanan akibat ketidakamanan kerja. Oleh karena itu, EE dapat dipandang sebagai fondasi psikologis yang menjaga energi, dedikasi, dan fokus karyawan sehingga perilaku inovatif dapat terwujud secara konsisten.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa setiap variabel memiliki peran strategis yang saling terkait. CSE berfungsi sebagai pendorong motivasi internal, JI bertindak sebagai hambatan eksternal yang menekan kinerja inovatif, EE berperan sebagai mediator yang memperkuat dan melindungi karyawan, sedangkan IWB menjadi hasil nyata yang menggambarkan sejauh mana organisasi mampu beradaptasi serta bersaing melalui inovasi karyawannya. Hubungan keempat variabel tersebut sangat relevan dikaji pada generasi Z yang bekerja di sektor kafe,

mengingat karakteristik mereka yang unik serta tantangan besar yang melekat pada industri ini.

Meskipun berbagai penelitian telah menelaah hubungan antara *Creative Self-Efficacy* (CSE), *Job Insecurity* (JI), *Employee Engagement* (EE), dan *Innovative Work Behavior* (IWB), sebagian besar berfokus pada sektor perhotelan, teknologi informasi, serta industri kreatif lainnya. Kajian yang secara khusus membahas fenomena tersebut pada sektor *Food and Beverage* (F&B), terutama pada karyawan generasi Z di Kota Surabaya, masih tergolong terbatas. Padahal, karakteristik generasi Z yang adaptif, kreatif, namun sensitif terhadap ketidakamanan kerja menjadikan konteks ini menarik dan relevan untuk diteliti lebih lanjut. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara simultan pengaruh *Creative Self-Efficacy* dan *Job Insecurity* terhadap *Innovative Work Behavior* melalui mediasi *Employee Engagement* pada karyawan generasi Z yang bekerja di perusahaan F&B di Surabaya.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi perusahaan *Food and Beverage* (F&B) di Surabaya. Temuan yang diperoleh dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi pengelolaan sumber daya manusia yang lebih efektif. Perusahaan, misalnya, dapat menyelenggarakan program pelatihan untuk meningkatkan *Creative Self-Efficacy* karyawan, menerapkan sistem komunikasi yang terbuka dan transparan guna mengurangi rasa *Job Insecurity*, serta menumbuhkan budaya kerja yang memperkuat *Employee Engagement*. Melalui langkah tersebut, karyawan akan merasa lebih aman, percaya diri, dan terlibat aktif

dalam pekerjaannya, sehingga mendorong terciptanya inovasi yang berkelanjutan dan mendukung daya saing organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Job Insecurity*, *Creative Self-Efficacy*, dan *Employee Engagement* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku inovatif karyawan, khususnya pada industri (F&B) yang kompetitif di Surabaya. Namun, kajian empiris terkait topik ini masih terbatas, terutama dalam konteks generasi Z yang saat ini menjadi kelompok tenaga kerja dominan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menelusuri lebih mendalam melalui penelitian berjudul “Pengaruh *Job Insecurity* dan *Creative Self-Efficacy* terhadap *Innovative Work Behavior* dengan Mediasi *Employee Engagement* pada Karyawan Generasi Z Perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya.”

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Job Insecurity* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya?
2. Apakah *Job Insecurity* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *Employee Engagement* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya?
3. Apakah *Employee Engagement* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya?

4. Apakah *Job Insecurity* secara signifikan berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior* dengan mediasi *Employee Engagement* karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya?
5. Apakah *Creative Self-Efficacy* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *Employee Engagement* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya?
6. Apakah *Creative Self-Efficacy* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh negatif *Job Insecurity* terhadap *Innovative Work Behavior* karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh negatif *Job Insecurity* terhadap *Employee Engagement* karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif *Employee Engagement* terhadap *Innovative Work Behavior* karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya.

4. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh *Job Insecurity* terhadap *Innovative Work Behavior* melalui *Employee Engagement* sebagai mediasi karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya.
5. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif *Creative Self-Efficacy* terhadap *Employee Engagement* karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya.
6. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif *Creative Self-Efficacy* terhadap *Innovative Work Behavior* karyawan Generasi Z di perusahaan *Food and Beverage* di Surabaya

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis, terutama dalam memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara *Job Insecurity*, *Creative Self-Efficacy*, *Employee Engagement*, dan *Innovative Work Behavior* pada karyawan generasi Z. Adapun manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman empiris bagi peneliti dalam menganalisis hubungan antara *Job Insecurity*, *Creative Self-Efficacy*, dan perilaku kerja inovatif dengan *Employee Engagement* sebagai variabel mediasi. Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kepercayaan terhadap organisasi serta persepsi ketidakamanan kerja dapat memengaruhi tingkat keterlibatan dan

perilaku inovatif karyawan, khususnya pada generasi Z yang memiliki karakteristik dan dinamika kerja berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya pada sektor kafe, sebagai acuan dalam memahami karakteristik generasi Z sehingga strategi pengelolaan sumber daya manusia dapat disesuaikan secara lebih efektif. Selain itu, Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan *Food and Beverage* (F&B) dalam mengelola karyawan generasi Z secara lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan kinerja serta daya saing perusahaan di tengah intensitas persaingan bisnis yang semakin tinggi.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi, khususnya dalam konteks generasi kerja modern. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh universitas sebagai bahan ajar maupun referensi akademik bagi mahasiswa yang menaruh minat pada kajian mengenai keterlibatan karyawan, perilaku kerja inovatif, serta tantangan organisasi dalam menghadapi karakteristik Generasi Z. Selain itu, penelitian ini turut memperkuat peran universitas sebagai lembaga pendidikan yang mendukung penelitian berbasis isu kontemporer serta relevan dengan kebutuhan dunia industri.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji topik serupa. Peneliti berikutnya dapat memanfaatkan hasil temuan serta metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai dasar untuk pengembangan studi yang lebih luas, misalnya dengan melakukan penelitian pada wilayah yang berbeda, sektor industri lainnya, atau dengan menambahkan variabel baru yang belum tercakup dalam penelitian ini guna memperkaya pemahaman terhadap hubungan antar variabel yang diteliti.

1.5 Sistematika penulisan skripsi

Pembahasan pada penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab, dengan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang menguraikan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, dasar-dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan terkait rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi

sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi informasi mengenai subyek yang menjadi objek penelitian dan pemaparan hasil analisis data yang telah diperoleh. Data yang dikumpulkan akan dianalisis dan dibahas secara rinci untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan

BAB V PENUTUP

Bab ini Bab ini menyimpulkan hasil-hasil yang ditemukan dalam penelitian, membahas keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian, serta memberikan rekomendasi atau saran yang berguna untuk penelitian lebih lanjut atau penerapan praktis di bidang yang relevan.