

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital telah membawa transformasi besar dalam industri *e-commerce* di Indonesia. Menurut (Katadata, 2024), nilai transaksi *e-commerce* diproyeksikan mencapai Rp726 triliun pada tahun 2025, seiring meningkatnya penetrasi internet dan perubahan perilaku belanja generasi muda. Laporan (CNBC Indonesia, 2025) juga mencatat bahwa volume transaksi *e-commerce* nasional pada kuartal III tahun 2025 mencapai 1,44 miliar transaksi, tumbuh sebesar 7,72% dibandingkan periode sebelumnya. Bahkan, (Bank Indonesia, 2025) melaporkan bahwa transaksi digital di Indonesia terus meningkat dan diprediksi akan menyentuh nilai Rp1.500 triliun hingga akhir tahun 2025, menjadikan Indonesia sebagai pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara.

Namun, perkembangan pesat industri *e-commerce* tersebut juga menimbulkan tantangan besar bagi perusahaan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang berubah cepat. Persaingan yang semakin ketat mendorong banyak perusahaan digital melakukan efisiensi dan transformasi bisnis. Sebagai contohnya, pada awal tahun 2025 Bukalapak mengumumkan penghentian penjualan produk fisik untuk beralih ke model bisnis digital yang lebih berfokus akibat tekanan kompetisi dari pemain besar seperti Tokopedia dan Shopee (Reuters, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan *e-commerce* tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan.

Sejalan dengan kondisi tersebut, industri *e-commerce* sangat bergantung pada *innovative work behavior*, yang tercermin dari kemampuan individu dalam menciptakan, mempromosikan, dan mengimplementasikan ide-ide baru serta memperbaiki proses kerja secara berkelanjutan (De Jong & Den Hartog, 2010; Janssen, 2000b). Tingginya dinamika dan persaingan di sektor *e-commerce* menuntut karyawan untuk tidak hanya menjalankan tugas rutin, tetapi juga berperan aktif sebagai sumber inovasi yang adaptif terhadap perubahan pasar dan tuntutan kerja digital (Bakker & Demerouti, 2017).

Dalam konteks perusahaan *e-commerce*, karakteristik kerja karyawan bersifat lintas fungsi, yaitu melibatkan kolaborasi antar berbagai departemen dalam satu alur kerja yang terintegrasi, serta sangat bergantung pada sistem digital dalam menjalankan aktivitas operasional sehari-hari. Hampir seluruh fungsi organisasi, seperti operasional, pemasaran, layanan pelanggan, dan teknologi informasi, terhubung melalui platform yang sama dan menghadapi dinamika kerja yang serupa. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi berperan dalam mengintegrasikan proses kerja dan memengaruhi cara karyawan berinteraksi serta menyelesaikan tugas (Susanti & Aisyah, 2022), sementara transformasi digital mendorong pola kerja yang lebih fleksibel dan adaptif (Prasetyo & Trisyanti, 2018). Oleh karena itu, penelitian ini tidak membatasi responden berdasarkan departemen tertentu, karena perilaku inovatif dan kondisi psikologis positif dalam perusahaan *e-commerce* bersifat lintas fungsi organisasi.

Selain itu, industri *e-commerce* memiliki keunikan berupa lingkungan kerja yang sangat dinamis, berbasis teknologi, dan dituntut untuk merespons perubahan

pasar secara cepat (*real-time*), sehingga menciptakan tekanan kerja sekaligus tuntutan inovasi yang tinggi dibandingkan sektor lainnya. Kondisi ini secara langsung menempatkan *innovative work behavior* sebagai kebutuhan utama, bukan sekadar nilai tambah, karena karyawan dituntut untuk terus menghasilkan ide baru, menyesuaikan strategi, serta mengimplementasikan solusi secara cepat dalam menghadapi perubahan pasar (Bakker & Demerouti, 2017; Verhoef et al., 2021). Karakteristik kerja yang terintegrasi dan berbasis digital juga mendorong karyawan untuk mampu mengidentifikasi peluang dari data dan tren konsumen, mengembangkan inovasi seperti strategi pemasaran digital, peningkatan user experience, hingga efisiensi operasional. Namun, tingginya tuntutan tersebut juga disertai dengan tekanan dan ketidakpastian, sehingga kemampuan untuk menunjukkan *innovative work behavior* sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis karyawan. Dalam hal ini, *psychological well-being* berperan menjaga stabilitas mental agar individu tetap mampu berpikir kreatif (Ryff & Singer, 2008), *psychological capital* mendorong sikap optimis, percaya diri, dan tangguh dalam menghadapi tantangan inovasi (Luthans & Youssef-Morgan, 2017) sementara *joy at work* mengubah tekanan kerja menjadi pengalaman positif yang meningkatkan keterlibatan dan motivasi (Pradhan et al., 2017). Dengan demikian, keunikan industri *e-commerce* memperkuat pentingnya faktor psikologis sebagai determinan utama dalam mendorong munculnya *innovative work behavior* karyawan.

Di sisi lain, komposisi tenaga kerja di industri digital kini didominasi oleh Generasi Z, yaitu individu yang terlahir antara tahun 1997–2008. Berdasarkan laporan *We Are Social* (2025), Generasi Z mendominasi hingga 32% tenaga kerja

di sektor digital Indonesia. Generasi ini dikenal kreatif, melek teknologi, dan cepat beradaptasi, namun juga menunjukkan kecenderungan lebih rentan mengalami stres, kelelahan emosional, dan burnout akibat tekanan kerja tinggi serta lingkungan kerja yang sangat dinamis (Kompas, 2024). Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi *psychological well-being* karyawan dan pada akhirnya berdampak pada kemampuan serta semangat berinovasi.

Dalam menghadapi dinamika dunia kerja digital yang cepat berubah, faktor psikologis karyawan menjadi salah satu kunci utama dalam menjaga produktivitas dan inovasi. *Psychological well-being* menurut (Ryff & Singer, 2008) merupakan kondisi individu yang berfungsi secara optimal, mencakup enam dimensi utama, yaitu penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, otonomi, penguasaan lingkungan, tujuan hidup, serta pertumbuhan pribadi. Dalam konteks kerja, *psychological well-being* berperan penting dalam menciptakan ketahanan mental, kepuasan kerja, serta rasa bermakna dalam menjalankan aktivitas pekerjaan sehari-hari.

Selain *psychological well-being*, *psychological capital* (*PsyCap*) sebagaimana dijelaskan oleh (Luthans & Youssef-Morgan, 2017) merupakan kondisi psikologis positif individu yang ditandai oleh empat dimensi utama, yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resilience*. *PsyCap* berfungsi sebagai modal psikologis yang membantu karyawan menghadapi tekanan kerja, mempertahankan motivasi, serta meningkatkan kapasitas individu untuk memberikan kontribusi yang lebih besar bagi organisasi.

Joy at work, menurut (Pradhan et al., 2017), merupakan perasaan bahagia yang timbul ketika individu merasa diberdayakan, memiliki keterikatan emosional dengan pekerjaannya, serta memperoleh kepuasan dari aktivitas kerja yang dijalankan. *Joy at work* tidak sekadar mencerminkan emosi positif, tetapi juga menjadi indikator penting yang menunjukkan sejauh mana karyawan merasa termotivasi dan bersemangat untuk memberikan kontribusi yang bermakna.

Sementara itu, *innovative work behavior* sebagaimana dijelaskan oleh (Janssen, 2000a) mencakup seluruh tahapan perilaku yang berhubungan dengan inovasi, mulai dari eksplorasi ide, pengembangan, promosi, hingga implementasi gagasan baru yang bermanfaat bagi organisasi. *Innovative work behavior* tidak hanya berfokus pada penciptaan ide kreatif, tetapi juga melibatkan upaya aktif karyawan dalam mewujudkan ide tersebut dalam praktik kerja sehari-hari.

Karyawan dengan *psychological well-being* yang tinggi cenderung lebih stabil secara emosional, mampu memandang pekerjaannya secara positif, serta memiliki tujuan hidup yang jelas. Kondisi ini memungkinkan individu untuk lebih terbuka terhadap ide-ide baru dan berani mengambil langkah kreatif dalam pekerjaannya. Dengan demikian, *psychological well-being* dapat menjadi landasan penting bagi munculnya perilaku kerja inovatif.

Di sisi lain, karyawan dengan *psychological capital* yang kuat cenderung lebih optimis dalam menghadapi tantangan, memiliki daya tahan terhadap kegagalan, serta yakin terhadap kemampuan yang dimiliki. Karakteristik tersebut membuat karyawan tidak mudah menyerah ketika menghadapi hambatan dalam proses inovasi. Semakin tinggi *psychological capital* yang dimiliki individu,

semakin besar pula kemungkinan individu tersebut menunjukkan perilaku kerja inovatif.

Joy at work memiliki peran penting sebagai mediator dalam hubungan antara faktor psikologis dan *innovative work behavior*. Ketika karyawan merasa bahagia dalam bekerja, mereka cenderung lebih berenergi, terlibat secara penuh, serta terdorong untuk mencoba cara-cara baru yang lebih efektif. Pengalaman afektif positif yang muncul melalui *joy at work* membuat individu lebih kreatif dan berani mengemukakan ide-ide inovatif.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan hasil yang konsisten mengenai pengaruh positif antara faktor-faktor psikologis dan perilaku inovatif. (Jabid et al., 2025) menemukan bahwa *psychological well-being* dan *psychological capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovative work behavior* pada karyawan UMKM di Indonesia. (Islam & Zulfiqar, 2024) menyatakan bahwa *psychological well-being* berperan positif sebagai mediator antara *ethical leadership* dan *innovative work behavior* pada sektor publik. (Koroglu & Ozmen, 2021) juga menemukan bahwa *psychological well-being* berhubungan positif dengan *work engagement* dan *innovative work behavior*.

Penelitian lain memperkuat peran kebahagiaan kerja. (Iqbal et al., 2024) menunjukkan bahwa *psychological well-being* berpengaruh positif terhadap *joy at work*, sementara *psychological capital* berperan sebagai mediator. (Kawalya et al., 2019) menemukan bahwa *psychological capital* berpengaruh positif terhadap *joy at work*. (Indrayani & Sari, 2025) membuktikan bahwa *joy at work* secara penuh memediasi hubungan antara *psychological capital* dan *innovative work behavior*.

Sejalan dengan temuan tersebut, (Al-Shami *et al.*, 2023) juga menemukan bahwa *joy at work* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovative work behavior*, di mana karyawan yang merasa bahagia dalam bekerja cenderung lebih kreatif serta aktif dalam mengembangkan dan mengimplementasikan ide-ide baru. Selain itu, (Bak *et al.*, 2021) dan (Kotb *et al.*, 2024) mengonfirmasi bahwa *psychological capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *innovative work behavior*.

Meskipun hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang relatif konsisten, masih terdapat kesenjangan penelitian. Sebagian besar studi berfokus pada sektor perhotelan, pendidikan, atau sektor publik, sementara penelitian pada konteks industri *e-commerce* di Indonesia masih terbatas. Selain itu, mayoritas penelitian menggunakan responden generasi milenial, sedangkan Generasi Z yang kini mendominasi tenaga kerja digital relatif belum banyak dieksplorasi. Beberapa penelitian juga hanya menguji hubungan langsung tanpa mempertimbangkan peran *joy at work* sebagai variabel mediasi.

Dengan mempertimbangkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menyoroti karyawan Generasi Z di sektor *e-commerce* Indonesia serta mengintegrasikan *psychological well-being* dan *psychological capital* dengan *joy at work* sebagai variabel mediasi dalam mendorong *innovative work behavior*. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian manajemen sumber daya manusia dan psikologi organisasi, serta kontribusi praktis bagi perusahaan *e-commerce* dalam merancang strategi pengelolaan karyawan yang berfokus pada kesejahteraan, kebahagiaan, dan inovasi.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan pesat industri *e-commerce* di Indonesia menuntut karyawan, khususnya generasi Z, untuk mampu berinovasi di tengah persaingan yang semakin ketat. Namun, realitas menunjukkan bahwa karyawan Gen Z sering menghadapi tekanan psikologis akibat ekspektasi kerja yang tinggi serta dinamika lingkungan digital yang cepat berubah. Dalam kondisi tersebut, faktor psikologis seperti *psychological well-being* dan *psychological capital* menjadi penting karena dapat memengaruhi *joy at work* sekaligus mendorong perilaku *innovative work behavior*. Selain itu, *joy at work* diduga tidak hanya berperan sebagai faktor langsung, tetapi juga sebagai mediator yang menjembatani pengaruh *psychological well-being* dan *psychological capital* terhadap perilaku *innovative work behavior*. (Jabid et al., 2025)

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *psychological well-being* berpengaruh terhadap *innovative work behavior* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?
2. Apakah *psychological capital* berpengaruh terhadap *innovative work behavior* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?
3. Apakah *psychological well-being* berpengaruh terhadap *joy at work* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?
4. Apakah *psychological capital* berpengaruh terhadap *joy at work* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?

5. Apakah *joy at work* berpengaruh terhadap *innovative work behavior* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?
6. Apakah *joy at work* memediasi pengaruh *psychological well-being* terhadap *innovative work behavior* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?
7. Apakah *joy at work* memediasi pengaruh *psychological capital* terhadap *innovative work behavior* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *psychological well-being* dan *psychological capital* terhadap *joy at work* serta *innovative work behavior* pada karyawan Gen Z di perusahaan *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk menguji peran *joy at work* sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *psychological well-being* dan *psychological capital* terhadap *innovative work behavior*, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran faktor psikologis dalam mendorong perilaku kerja inovatif karyawan.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada berbagai pihak, yaitu:

1. Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *Job Demands–Resources (JD-R) Theory* dan *Psychological Capital Theory* dengan mengintegrasikan dua faktor psikologis utama, yaitu *psychological well-being* dan *psychological capital*, dalam

mempengaruhi *innovative work behaviour* melalui *joy at work* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan perspektif psikologi positif (*positive psychology*), penelitian ini memperluas pemahaman mengenai bagaimana sumber daya psikologis internal yang dimiliki individu tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme koping terhadap tekanan kerja, tetapi juga sebagai pendorong munculnya kebahagiaan dan perilaku inovatif di tempat kerja. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur empiris mengenai peran kesejahteraan psikologis, modal psikologis, dan kebahagiaan kerja dalam mendorong perilaku inovatif, khususnya pada konteks karyawan Generasi Z di industri *e-commerce* yang masih jarang diteliti, sekaligus memberikan dasar teoretis yang lebih komprehensif dalam menjelaskan mekanisme hubungan antara faktor psikologis dan inovasi di lingkungan kerja digital yang dinamis.

2. Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi perusahaan *e-commerce* dalam memahami pentingnya pengelolaan *psychological well-being* dan *psychological capital* untuk meningkatkan *joy at work* serta mendorong perilaku kerja inovatif karyawan. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi manajemen dalam merancang program pengembangan sumber daya manusia, seperti pelatihan penguatan modal psikologis, strategi peningkatan kesejahteraan psikologis, serta penciptaan lingkungan kerja yang mampu menumbuhkan kebahagiaan, sehingga karyawan Gen Z dapat lebih produktif, kreatif, dan inovatif.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka ditetapkan beberapa batasan penelitian sebagai berikut; Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada karyawan generasi Z yang bekerja di perusahaan *e-commerce*, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2008 dengan rentang usia sekitar 18–28 tahun pada saat penelitian ini dilakukan. Variabel yang diteliti terbatas pada *psychological well-being*, *psychological capital*, *joy at work*, dan *innovative work behavior*, sehingga faktor-faktor lain di luar variabel tersebut tidak dibahas secara mendalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner, sehingga hasil penelitian didasarkan pada persepsi responden yang mungkin berbeda dari kondisi nyata di lapangan. Dan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan desain potong lintang (*cross-sectional*), sehingga tidak membahas perubahan variabel dalam jangka panjang.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah para pembaca untuk mengetahui pembahasan yang ada di dalam tesis ini maka dibuatlah sistematika penulisan yang dapat dikatakan sebagai kerangka serta pedoman dalam penulisan tesis. Sistematika dalam tesis ini dibagi menjadi beberapa bagian, di antaranya sebagai berikut:

1. BAB – PENDAHULUAN

Bab ini memberikan uraian terkait dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan tesis.

2. BAB II – LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka penelitian.

3. BAB III – METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisi desain penelitian, sampel penelitian, teknik pengumpulan data, operasionalisasi dan pengukuran variabel penelitian, model *statitic*, dan metode analisis data.

4. BAB 4 – ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab empat ini berisi hasil analisis data penelitian yang diperoleh dari pengelolaan data.

5. BAB 5 – PENUTUP

Bab lima ini berisi kumpulan dari hasil penelitian, implikasi menejerial, serta keterbatasan dan saran penelitian.