

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi yang berkembang pesat pada saat ini sangat memudahkan seseorang dalam menjalankan segala aktivitas, terutama menjalankan aktivitas bisnis dimana pada saat ini sangat bergantung pada kecanggihan teknologi. Kemudahan dalam mengakses teknologi informasi dan komunikasi, membuat masyarakat Indonesia mengalami perubahan gaya hidup. Ada pergeseran arti kebahagiaan antara generasi milenial dengan generasi-generasi sebelumnya. Kebahagiaan tidak terfokus pada kepemilikan atau status karir. Hidup yang bermakna, dan bahagia adalah tentang menciptakan, berbagi, dan menangkap kenangan yang diperoleh melalui pengalaman kemudian dibagikan ke teman-teman dan orang lain (Everbrite-Harris Poll, 2014). Fenomena ini disebut dengan *leisure economy* yaitu dimana melakukan aktivitas ekonomi yang disertai dengan sesuatu yang menyenangkan dan membuat bahagia

Konsep *leisure economy* tersebut diterapkan oleh generasi angkatan kerja sekarang dimana mereka menggabungkan antara *business* dan *leisure (bleisure)* yaitu kesenangan dalam bekerja. Nazareth (2007) mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan pandangan dari tiga generasi, yaitu generasi baby boomers, generasi X dan generasi Y terhadap hidup, kerja dan kesenangan. Umumnya generasi baby boomers memiliki pandangan bahwa bekerja adalah hal utama dilakukan dalam hidup. Saat pensiun nanti maka hasil kerja baru akan dinikmati. Generasi X dan Y

yang memandang bahwa hidup harus dinikmati sembari kerja, contohnya bekerja dapat dilakukan di rumah, tidak harus di kantor. Menikmati hidup tidak perlu menunggu pensiun. Generasi Z (*millennial*) menjadi *key driver* bagi *leisure economy* di masa depan. Menikmati hidup dapat dilakukan bersamaan dengan melakukan aktivitas ekonomi produktif.

Kesenangan dalam bekerja dapat dalam berbagai aspek salah satunya yaitu *spiritual leisure activity*. Menurut Ward (1999) *spiritual leisure* adalah kapasitas waktu luang untuk menyegarkan dan memperbarui jiwa menyediakan ruang dan merasakan kebebasan untuk berkoneksi dengan Tuhan. Dengan kata lain *spiritual leisure* adalah keseimbangan antara religiusitas dan *leisure*. Seseorang yang merasakan *spiritual leisure* tentunya memiliki kesamaan nilai dengan organisasi (*value congruence*). Brown et al. (1998) menyatakan bahwa *value congruence* adalah tingkat kesesuaian antara nilai individu terhadap nilai organisasi. Semakin tinggi kesesuaian nilai individu terhadap nilai organisasi, maka akan terjadi keterlibatan individu tersebut dalam sebuah kelompok atau komunitas yang diikutinya (*community engagement*).

Community engagement akan meningkatkan *community social identity*. Niklas K et al. (2013) menyatakan bahwa anggota kelompok yang bekerja dan memiliki keterlibatan yang tinggi dengan organisasinya akan mengurangi kelelahan mereka dengan *job crafting*. *Job crafting* adalah perilaku proaktif, yang mungkin melibatkan *Owner* UMKM untuk membentuk pekerjaan mereka untuk meminimalkan tuntutan pekerjaan dan memaksimalkan sumber daya pekerjaan. Grant dan Ashrford (2008) menunjukkan bahwa para pemimpin mampu mendorong

keterlibatan dan mampu mencegah ketegangan di antara anggota kelompok dengan menciptakan perasaan khusus dengan organisasi. Semakin tinggi keterlibatan individu di sebuah organisasi, maka akan tercipta identitas sosial komunitas yang tinggi. *Community engagement* dipengaruhi *spiritual leisure* dan *job crafting* yang diindikasikan meningkatkan *Community social identity*. Semakin *Owner* UMKM proaktif maka semakin dia terlibat dalam organisasi (*Community engagement*) dan keterlibatan tersebut akan menciptakan suatu identitas komunitas social yang jelas (*Community social identity*)

Belum banyak penelitian yang dilakukan untuk mengkaji konsep *spleisure* dan *job crafting*, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *spleisure* dan *job crafting* untuk meningkatkan *community social identity* dan *organizational performance*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalahnya adalah **Bagaimana meningkatkan *community social identity* melalui *spleisure* dan *job crafting*?** Sedangkan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *value congruence* terhadap *community engagement* ?
2. Bagaimana *spiritual leisure* memoderasi pengaruh antara *value congruence* dan *community engagement* ?
3. Bagaimana *job crafting* memoderasi pengaruh antara *value congruence* dan *community engagement* ?

4. Bagaimana pengaruh *community engagement* terhadap *community social identity*?
5. Bagaimana pengaruh *community engagement* terhadap *organizational performance* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah maka diketahui tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *value congruence* terhadap *community engagement*
2. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *spiritual leisure* yang memoderasi hubungan antara *value congruence* dan *community engagement*.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *job crafting* yang memoderasi hubungan antara *value congruence* dan *community engagement*.
4. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *community engagement* terhadap *community social identity*.
5. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *community engagement* terhadap *organizational performance*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menjadi panduan bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan *value congruence, spiritual leisure, job crafting, community social identity, dan organizational performance*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan karyawan yang bekerja dengan *leisure*.