



Hubungan *Job Crafting* dengan Motivasi Kerja Karyawan *Food & Beverages* di Yogyakarta

Alina Puteriyani Syukur^{1*}, Agus Salim²

Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Indonesia

*Email: alinaputeriyani@gmail.com, agussalim@unisayogya.ac.id

*Correspondence: Alina Puteriyani Syukur

ABSTRAK

Article Info:

Submitted:

11-03-2025

Final Revised:

24-04-2025

Accepted:

26-04-2025

Published:

30-04-2025

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh job crafting terhadap motivasi kerja karyawan di industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia, khususnya di Yogyakarta. Dalam industri F&B yang sangat dinamis dan berorientasi pada pelayanan, job crafting memungkinkan karyawan untuk menyesuaikan tugas mereka dengan kemampuan dan minat pribadi, yang dapat meningkatkan motivasi dan kinerja mereka. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan karyawan F&B yang menerapkan job crafting dengan rentang usia 18-35 tahun yang berjumlah 150 karyawan. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus lameshow dengan Teknik pengolahan data menggunakan Uji non parametric korelasi spearman. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada manajer dan praktisi HR di sektor F&B tentang bagaimana job crafting dapat diterapkan untuk meningkatkan motivasi kerja, mengurangi tingkat turnover, dan meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, temuan ini juga memberikan kontribusi bagi literatur terkait job crafting dan motivasi kerja, khususnya dalam konteks industri yang sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dan keterlibatan karyawan. Penelitian ini juga menawarkan solusi praktis untuk meningkatkan efektivitas dan daya saing perusahaan di sektor F&B.

Kata kunci: *Job Crafting; Karyawan; Motivasi Kerja*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of job crafting on employee work motivation in the food and beverage (F&B) industry in Indonesia, especially in Yogyakarta. In the highly dynamic and service-oriented F&B industry, job crafting allows employees to adapt their tasks to their personal abilities and interests, which can increase their motivation and performance. Using a quantitative approach, data was collected through a survey involving 150 F&B employees who implement job crafting with an age range of 18-35 years. Sampling was carried out using the lameshow formula using data processing techniques. Spearman correlation non-parametric test. It is hoped that the results of this research will provide insight to managers and HR practitioners in the F&B sector about how job crafting can be applied to increase work motivation, reduce turnover rates, and improve service quality. In addition, these findings also contribute to the literature related to job crafting and work

motivation, especially in an industrial context that relies heavily on customer satisfaction and employee engagement. This research also offers practical solutions to increase the effectiveness and competitiveness of companies in the F&B sector.

Keywords: *Job Crafting; Employee; Work Motivation*

PENDAHULUAN

Industri *food and beverage* atau sering disingkat F&B merupakan sebuah usaha layanan yang menyajikan makanan dan minuman, usaha yang cukup menjanjikan dimana bisnis ini memiliki peran yang cukup penting dalam perekonomian negara, bisnis ini cukup fleksibel dengan modal yang terjangkau. Perkembangan bisnis F&B di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat. Berdasarkan catatan Kementerian Perindustrian selama periode 2016-2020 kinerja industri makanan dan minuman memiliki pertumbuhan 8,16 persen, angka ini berada di atas rata-rata pertumbuhan industri non-migas sejumlah 4,56 persen (Siahaan & Herijawati, 2023). Yogyakarta dikategorikan sebagai provinsi dengan pendapatan industri tertinggi di Indonesia pada tahun 2020, dengan pendapatan 583 miliar. Bisnis F&B merupakan sebuah bisnis yang menjanjikan, bisnis ini cukup fleksibel dengan modal yang terjangkau. Salah satu bisnis makanan yang mengalami peningkatan adalah bisnis eskrim yaitu *mixue* yang tercatat sebagai 5 waralaba terbanyak di dunia dengan jumlah gerai 21.582 di dunia semenjak ekspansi pertamanya (Nurizati & Manan, 2023).

Menurut Kurnia et al. (2021) F&B memiliki peran penting sebagai salah satu penghasil banyak keuntungan dengan beberapa point yang mempengaruhi, diantaranya adalah pelayanan karyawan, apabila pelayanan karyawan tidak maksimal akan berpengaruh pada ke-tidakpuasan pelanggan yang akan berdampak pada penilaian perusahaan. F&B juga merupakan bidang yang cukup penting dalam ranah pariwisata, dimana setelah berlibur pastinya tenaga kita akan habis, maka setelah itu secara tak langsung kita pasti mencari makanan dan minuman, F&B dibagi menjadi dua yaitu *F&B service* yang bertanggung jawab atas pelayanan, dan *F&B product* yang bertanggung jawab pada bagian makanan dan minuman. Menurut Putri (2023), karyawan merupakan sumber daya manusia yang memiliki peran penting pada keterlibatan bidang ini terutama pada aspek pelayanan, dengan implikasi sebagai sumber modal untuk mencapai tujuan perusahaan, pemilihan sumber daya yang baik dan produktif dapat meningkatkan mutu perusahaan, yang membantu tercapainya tujuan, serta kegiatan produksi perusahaan. Meskipun perusahaan sudah menyiapkan segala hal meliputi dana, perencanaan, dan aset teknologi yang baik, tetap perlu adanya sumber daya manusia untuk menjalankan semua itu, dilain sisi juga pelayanan yang baik kepada pelanggan belum dapat tergantikan oleh AI (*Artificial Intelligence*) dimana manusia lebih memiliki perasaan dan penyesuaian keadaan yang baik dari pada AI maupun robot. Oleh karena itu meskipun sumber daya manusia tetap lebih unggul dari pada kecanggihan AI, manusia juga memiliki titik lelah dan jenuhnya, maka perlu adanya motivasi kerja pada diri setiap karyawan agar dapat mendorong mewujudkan pelayanan yang optimal dengan bekerja secara tulus dan semangat. Agar karyawan dapat bergerak atau bekerja sesuai dengan kemauan perusahaan diperlukannya motivasi kerja, karena dengan motivasi kerja dapat mendorong karyawan untuk berperilaku sesuai dengan kehendak perusahaan.

Karyawan menjalankan tugas dan keterampilannya dalam melayani konsumen juga memiliki kontribusi mengembangkan perusahaan. Adanya faktor keinginan dan motivasi dalam kinerja karyawan untuk mencapai hal-hal baru dalam pekerjaan yang memberikan peningkatan kinerja dengan

pencapaian tujuan dan tanggung jawab karyawan Yulistia & Novi Yanti (2023), maka motivasi menjadi salah satu pengaruh penting agar karyawan dapat mencapai tujuan perusahaan. Motivasi diambil dari kata motif, yang memiliki arti sebagai kekuatan penggerak diri seseorang atau individu untuk melakukan kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan, dimana motivasi juga dapat diartikan sebagai sebuah persiapan (Zulkifli, 2022). Motivasi ialah keinginan yang muncul pada diri seseorang yang terinspirasi, menyemangati, dan mendorong untuk mencapai, melakukan, mengerjakan aktivitas atau sebuah kegiatan secara sukarela, senang hati, namun tetap bersungguh-sungguh, sehingga mendapatkan hasil yang maksimal.

Laporan yang disampaikan oleh Benny et al. (2021), pada seminar nasional bahwa motivasi kerja memiliki beberapa pendapat teori meliputi: Teori Kebutuhan yang memiliki definisi sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang melibatkan suatu kenyataan yang di dorong oleh sesuatu yang ada dalam diri, meliputi adanya kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan merasa memiliki, kebutuhan akan harga diri dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Selanjutnya teori ERG (*Existence, Relatedness, Growth*) dari Alderfer, Teori ERG merupakan perefleksian atas tiga nama kebutuhan dasar yaitu: Kebutuhan yang berhubungan dengan fisik dari eksistensi pegawai, seperti gaji, keamanan saat bekerja, makan, minum, pakaian, bernapas, serta *fringe benefits*. Kemudian kebutuhan interpersonal yaitu rasa puas atas interaksi di lingkungan kerja. Terakhir yaitu kebutuhan individu untuk meningkatkan dan pengembangan *value* diri. Hal-hal tersebut berhubungan langsung dengan kemampuan serta kesanggupan pegawai. Selanjutnya ada teori insting yang muncul karena didasarkan oleh teori evaluasi Charles Darwin. Darwin memiliki pendapat bahwa tindakan yang *intelligent* adalah suatu refleksi dan instingtif yang diwariskan, maka dari itu, tidak semua perilaku bisa direncanakan dan dikontrol oleh pikiran sebelumnya. Kemudian ada teori *Drive Konsep Drive* yang cukup terkenal sebagai konsep dalam bidang motivasi sampai dengan tahun 1918. Woodworth memakai konsep ini sebagai energi pendorong organisasi untuk melakukan suatu tindakan. Kata *drive* dijelaskan sebagai aspek motivasi dari bagian tubuh yang tidak seimbang. Misalnya, kekurangan makanan mengakibatkan berjuang untuk memuaskan kebutuhannya agar kembali menjadi seimbang. Motivasi didefinisikan sebagai dorongan untuk bangkit keluar dari keseimbangan atau tekanan. Teori selanjutnya adalah teori lapangan yang merupakan konsep oleh Kurt Lewin. Teori ini merupakan pendekatan salah satu kognitif untuk mempelajari perilaku dan motivasi. Teori lapangan lebih berfokus kepada pikiran nyata seorang pegawai dari pada insting maupun perilaku. Kurt Lewin berpendapat bahwa perilaku adalah bagaian dari suatu fungsi lapangan pada momen waktu. Kurt Lewin juga percaya dengan pendapat para ahli psikologi salah satunya Gestalt yang mengatakan bahwa perilaku adalah fungsi dari seorang pegawai dengan lingkungannya.

Motivasi kerja menurut Pamela & Oloko (2015) dalam Setiawan (2021) Motivasi merupakan kunci sukses dari organisasi untuk kelangsungan pekerjaan dengan cara dan bantuan yang kuat dalam bertahan hidup. Sutrisno (2013) dalam Harapan (2021) menyatakan motivasi memiliki dua faktor yang mempengaruhi meliputi faktor dari luar dan faktor dari dalam. Faktor luar meliputi: Pemimpin serta gaya kepemimpinannya, tuntutan untuk pengembangan organisasi dan tugas, dorongan atau bimbingan dari atasan, kompensasi, serta lingkungan pekerjaan. Sedangkan faktor dalam atau internal meliputi: pengetahuan atau pendidikan individu, pembawaan diri individu, pengalaman, serta keingintahuan dan harapan untuk masa depan, motivasi diterapkan untuk mendapatkan perilaku dalam pemenuhan keperluan. sedangkan faktor motivasi kerja oleh Rivai (2009) dalam Bahri dan Nisa (2017) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi meliputi: kemungkinan berkembang, jenis pekerjaan, dan ada atau tidaknya rasa bangga menjadi bagian dari perusahaan,

sedangkan aspek yang mempengaruhi meliputi: adanya rasa aman saat bekerja, gaji yang sesuai dan kompetitif, lingkungan yang menyenangkan, penghargaan atas kerja yang berarti, serta adanya perlakuan yang adil dari manajemen.

Salah satu fungsi dari motivasi kerja adalah dapat meningkatkan prestasi kerja karyawan untuk mendapatkan hasil dan peningkatan kualitas perusahaan. Motivasi kerja merupakan gabungan dari kedua faktor tersebut sehingga karyawan dapat memiliki pemikiran bagaimana akan bertindak secara sukarela sesuai dengan keinginan tercapainya tujuan dari perusahaan yang dipengaruhi oleh usaha agar dapat memuaskan permintaan dari beberapa individu.

Menurut Jufrizen & Sitorus (2021) motivasi kerja menjadi salah satu pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja kerja pada PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. motivasi kerja yang positif juga dipengaruhi disiplin kerja dan fasilitas kerja, dimana ketika ada peningkatan dari dua aspek ini maka motivasi kerja juga akan meningkat sehingga terjadi juga peningkatan positif pada kinerja kerja. Pada penelitian sebelumnya oleh Setiawan (2021) mengenai motivasi kerja bahwa motivasi kerja dipengaruhi atau berhubungan dengan gaya kepemimpinan dimana ketika gaya kepemimpinan seorang pemimpin meningkat maka motivasi kerja juga akan meningkat sehingga diperoleh kinerja yang baik untuk menjalankan tugas yang diberikan oleh perusahaan.

Namun pada penelitian Wirati (2020), menunjukkan adanya penurunan motivasi kerja apabila perusahaan tidak memperhatikan burnout yang dirasakan oleh karyawan, penelitian oleh C. I. A. S. Dewi & Wibawa (2016), sehingga kinerja karyawan tidak maksimal, Qustolani (2017) menyatakan apabila motivasi kerja menurun maka kinerja karyawan juga akan menurun sehingga berimbas negatif pada perusahaan, bahkan mengakibatkan mogok kerja. Penelitian lain oleh Benny et al. (2021) menjelaskan bahwa penurunan motivasi kerja dipengaruhi karena upah gaji. Sebuah *survey* dari Qualtrics (2022) menangkap tren mengkhawatirnya yang berupa berhenti secara diam-diam, dimana karyawan menunjukkan penurunan motivasi dan inspirasi untuk melampaui ekspektasi tempatnya bekerja, data yang dikumpulkan dari seluruh dunia yang dilakukan pada tahun 2022, menemukan dampak dari pengaruh pandemi terhadap dinamika tempat kerja, dimana salah satunya adalah menurunnya motivasi kerja dikarenakan adanya potensi krisis dalam keterikatan dan kepuasan karyawan, data yang berasal dari Benchmark milik Qualtrics ini melibatkan 19 juta tanggapan karyawan dari berbagai industri, menunjukkan dari yang sebelumnya 75 persen turun sampai dengan 71 persen mengenai pekerja merasa terinspirasi oleh organisasi untuk melakukan pekerjaan yang terbaik, dan dari 75 persen orang yang melapor mengenai adanya peluang pembelajaran, nyatanya hanya ada 61 persen yang memahami jelas mengenai langkah peningkatan karier. diketahui bahwa hal ini akan berimbas pada pertumbuhan dan perkembangan perusahaan sehingga *survey* ini menggaris bawahi agar perusahaan mengatasi penurunan motivasi dan keterlibatan karyawan agar dinamika tempat kerja dapat berkembang dengan pesat, serta mengadaptasi strategi untuk mempertahankan tenaga kerja yang termotivasi dan puas sangatlah penting.

Survey lain oleh Gallup Worldwide yang merupakan lembaga riset internasional mengenai motivasi kerja terhadap 73 ribu responden dari 141 negara di dunia juga menunjukkan hanya ada 8 persen karyawan di Indonesia yang benar-benar memiliki level *engagement* yang tinggi, komitmen dan motivasi kuat dengan pekerjaannya. Sisanya atau 92 persen itu hanya menjalankan pekerjaan tanpa adanya pola peningkatan atau hanya berangkat, pulang, menerima gaji, dan menjalani liburan di akhir bulan. Survey ini mengungkap adanya tiga kunci yang membuat data menjadi sangat rendah. Pertama adalah masalah gaji, dengan gaji yang rendah membuat motivasi karyawan juga meleleh atau rendah, kedua adalah pekerjaan yang monoton sehingga membuat motivasi layu karena membosankan, ketiga

adalah *sense of progress* atau rasa untuk maju yang menghilang sehingga harapan seseorang juga perlahan akan pudar. Dari penelitian yang telah ada menunjukkan bahwa penurunan motivasi kerja amat sangat merugikan perusahaan, sehingga perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan karyawan serta memberi dorongan agar karyawan dapat memiliki motivasi kerja. Hasil serupa juga ditunjukkan pada penelitian Abtila dan Rahayu, (2023) yang mengatakan permasalahan penurunan motivasi kerja pada karyawan mengakibatkan dampak buruk serta menghambat kinerja suatu pekerjaan.

Hasil wawancara dengan beberapa karyawan F&B mengenai perlunya motivasi kerja untuk bisa tetap bertahan pada pekerjaannya sekarang, menunjukkan bahwa hal tersebut menjadi tuntutan agar dapat memenuhi kebutuhan dan tetap bekerja secara *profesional*, selain itu hasil wawancara juga menunjukkan, meskipun bekerja di bidang F&B tidak serumit seperti di kantoran, namun dalam pelaksanaan pekerjaan tetap membutuhkan sesuatu yang membuat para karyawan lebih nyaman, seperti lingkungan kerja, rekan kerja, dan atasan, maupun usaha agar pekerjaan tersebut menjadi menyenangkan, sehingga beban kerja yang diperoleh dalam melaksanakan pekerjaan akan menjadi lebih ringan karena mengerjakan dengan dorongan dari diri sendiri, hal ini dapat mendorong karyawan untuk meningkatkan kemampuannya, hasil tersebut menunjukkan bahwa karyawan memerlukan *job crafting* yang merupakan dorongan memodifikasi pekerjaan dan motivasi kerja untuk meningkatkan kualitas diri, kuantitas, bahkan kepuasan kerja. Disisi lain perusahaan juga berupaya untuk meningkatkan *job crafting* yang dimiliki karyawan dengan diadakannya diskusi setiap bulan mengenai kebutuhan dan keinginan karyawan, serta ide-ide yang ingin diungkapkan agar meningkatkan kemampuan dalam bekerja, selain itu perusahaan juga memberikan penghargaan setiap bulannya untuk karyawan terbaik, dan juga pada bulan-bulan tertentu mengadakan pengembangan atau pelatihan untuk lebih mengasah skill karyawan, seperti pelatihan dalam menggunakan alat baru maupun pelatihan pelayanan yang lebih seru untuk menarik minat pelanggan dan karyawan dapat lebih enjoy dalam melaksanakannya.

faktor-faktor motivasi kerja oleh Sutrisno, (2013) dalam Harapan (2021) meliputi faktor luar dan faktor dalam, faktor luar meliputi; pemimpin serta gaya kepemimpinannya, tuntutan untuk pengembangan organisasi dan tugas, dorongan atau bimbingan dari atasan, kompensasi kerja, serta lingkungan pekerjaan. sedangkan faktor dalam atau internal meliputi; pengetahuan atau pendidikan individu, pembawaan diri individu, pengalaman, serta keingintahuan dan harapan untuk masa depan, motivasi diterapkan untuk mendapatkan perilaku dalam pemenuhan keperluan untuk memodifikasi pekerjaan, pemodifikasian yang dilakukan dengan inisiatifnya sendiri adalah arti dari *job crafting*, yang merupakan dorongan untuk memodifikasi pekerjaan agar lebih menciptakan suasana kerja yang kondisional. *Job crafting* menangkap bagaimana karyawan mendesain ulang pekerjaan mereka sehingga menumbuhkan kepuasan kerja, hubungan yang baik, ketahanan, dan keberhasilan kerja. Hal tersebut merupakan pengalaman nyata karyawan dalam menghadapi perencanaan pekerjaan mereka. Pekerjaan sendiri merupakan kumpulan tugas dan hubungan interpersonal yang diberikan kepada satu orang dalam suatu organisasi, dalam pekerjaan yang serius, karyawan sering dituntut untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan maupun pekerjaan, sehingga sesuai dengan motif, hasrat, dan kekuatan mereka. *Job crafting* menjadi sarana untuk memberikan gambaran bagaimana karyawan memanfaatkan peluang untuk menyesuaikan pekerjaan dengan aktif menesain ulang tugas dan interaksi(Justin, Jane, Amy, 2008).

Job crafting mampu meningkat beberapa hal positif lain yaitu OCB (*organizational citizenship behavior*) hal ini berpengaruh terhadap perilaku karyawan untuk sukarela melakukan pekerjaan, dengan cara perusahaan lebih memperhatikan lagi mengenai minat dan kesenangan karyawan (K. D. C. Dewi & Riana, 2019; Kusuma, 2019; Rulianti & Nurpribadi, 2023), menurunkan burnout, dengan pelatihan

job crafting membuat individu termotivasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dan mendesain ulang pekerjaan agar sesuai dengan diri individu (Salim & Prihartanti, 2020), hampir sama dengan penelitian *job crafting* oleh Hardani Dwi Jayanti (2022) dimana *job crafting* merupakan inisiatif serta kerelaan karyawan dalam merekonstruksi suatu pekerjaan dengan tujuan meningkatkan *value* pekerjaan. *Job crafting* ialah keahlian yang berada dalam diri karyawan untuk bisa mendesain ulang pekerjaan yang ada atas inisiatif diri sendiri tanpa adanya keterlibatan manajemen untuk menyeimbangkan sumber daya pekerjaan yang terhubung dengan kemampuan individu *job crafting* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, yang selaras dengan penelitian (Lestari & Rojuaniah, 2023). Menunjukkan bahwa *job crafting* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, artinya bahwa semakin baik pengelolaan kesempatan dan kapasitas kerja karyawan yang dilakukan maka kuantitas pekerjaan yang dilakukan karyawan akan optimal. Hasil lain menunjukkan bahwa *job crafting* juga berpengaruh positif pada kepuasan kerja yang dimana apabila pengelolaan *job crafting*.

Job crafting adalah usaha proaktif karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya, hal ini selaras dengan makna dari motivasi kerja yang di sampaikan oleh Gagne, dimana tindakan proaktif penting untuk diambil dalam menangani tugas. *Job crafting* merupakan perubahan yang dilakukan individu untuk merubah beban kerja dan semangat, untuk menyesuaikan preference, pekerjaan dengan bakat, dan keinginan individu dalam berorganisasi.

Bakker (dalam Hardani, 2022) menyatakan *Job crafting* memiliki potensi dalam peningkatan keseimbangan karyawan melalui *job demand* dengan *job resource*, *job crafting* juga membantu karyawan saat masa penyesuaian diri terhadap pekerjaannya, yaitu sebagai proses mendesain ulang pekerjaan yang dilakukan baik dalam bentuk fisik maupun psikologis, sehingga karyawan tau bagaimana menentukan skala prioritas tugas, mana yang akan diselesaikan dan lebih penting terlebih dahulu, yang kemudian mendorong dinamika karyawan dan kinerja perusahaan. selain itu *job crafting* juga berpengaruh pada pelatihan terhadap pengurangan Tingkat kebosanan pada karyawan di tempat kerja, dimana nantinya *job crafting* berperan memberikan kesempatan pada karyawan untuk memodifikasi dan berkreasi terhadap pekerjaan yang dimiliki, agar pekerjaan tersebut dapat dikerjakan dengan baik dan kondusif, dengan pemberian pekerjaan yang berbeda atau bahkan menantang akan sangat berguna dalam mengatasi kebosanan pada karyawan (Umayu, Maulina, Budiharto, 2020). sedangkan pada penelitian oleh Fatmawati (2020) *job crafting* secara tidak langsung mempengaruhi tuntutan pekerjaan para perawat dan ahli bedah, serta adanya peningkatan permintaan sumber daya pekerjaan dan peningkatan objektif kinerja pekerjaan serta secara konseptual menemukan bahwa kepribadian proaktif menunjukkan kinerja melalui *job crafting* dan keterlibatan kerja menunjukkan bahwa kinerja bertahan setelah pengendalian proaktif, yang berarti bahwa secara tidak langsung *job crafting* memang berkaitan namun berbeda dari kepribadian proaktif.

Meskipun terdapat banyak penelitian mengenai hubungan antara *job crafting* dan motivasi di berbagai sektor, masih sangat sedikit penelitian yang membahas aplikasi *job crafting* dalam industri F&B, khususnya di Indonesia. Sebagian besar penelitian dilakukan di lingkungan perkotaan atau sektor dengan infrastruktur yang lebih baik, sementara tantangan yang dihadapi oleh karyawan di industri F&B, yang memiliki lingkungan kerja yang sangat dinamis dan berorientasi pada pelayanan, belum banyak diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana *job crafting* dapat diterapkan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan F&B, serta dampaknya terhadap kinerja dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan mengkaji pengaruh *job crafting* terhadap motivasi kerja secara spesifik dalam industri F&B. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih

banyak dilakukan di sektor lain, penelitian ini meneliti bagaimana job crafting dapat diterapkan untuk meningkatkan motivasi di lingkungan yang sangat dinamis seperti F&B, yang sangat bergantung pada interaksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memperkenalkan pendekatan berbasis kolaborasi untuk menciptakan solusi berbasis proyek yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keterlibatan karyawan dalam pekerjaan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana job crafting dapat mempengaruhi motivasi kerja di kalangan karyawan industri F&B. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana perubahan dalam cara karyawan mengelola tugas pekerjaan mereka dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja, kepuasan kerja, dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi para manajer dan praktisi HR di industri F&B dengan memberikan wawasan tentang bagaimana job crafting dapat diterapkan untuk meningkatkan motivasi kerja dan kinerja karyawan. Selain itu, temuan ini dapat digunakan untuk merancang strategi yang lebih efektif untuk mengurangi tingkat turnover karyawan, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat daya saing perusahaan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang perilaku organisasi, khususnya dalam konteks industri yang sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dan keterlibatan karyawan.

METODE

Dalam penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian korelasional bertujuan untuk melihat hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel (Dr. R. N. Indah, 2021; R. N. Indah, 2021; Issabella, 2021). Seperti tujuan penelitian ini untuk melihat hubungan antara motivasi kerja (Y) terhadap Job crafting (X) pada karyawan F&B. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang karyawan yang tersebar diberbagai perusahaan F&B di Daerah Istimewa Yogyakarta, dari hasil yang diketahui dengan menggunakan rumus Lemeshow yaitu 96,04 sehingga dibulatkan menjadi 100. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket). Pada tahap terakhir setelah data terkumpul akan dilakukan pengolahan data menggunakan program komputer IBM SPSS Statistics 23.0 for Windows.

Skala yang digunakan untuk mengukur motivasi kerja merupakan skala yang diadaptasi modifikasi dari Multidimensional Work Motivation Scale yang dibuat Lurdes Neves dan Joaquim Luis Coimbra (2018). Skala ini dibuat dari adaptasi dan memvalidasi skala motivasi kerja multidimensi oleh Gagne yang aspek-aspeknya disusun berdasarkan pada teori Gagne (2015) dengan 5 aspek yang meliputi demotivation (demotivasi), extrinsic regulation (regulasi ekstrinsik), introjected regulation (regulasi yang diintrojeksi), intrinsic motivation (motivasi intrinsik), dengan 19 aitem pertanyaan. dengan nilai reabilitas 0.765 dengan 11 aitem gugur dan 2 aitem dengan reabilitas dibawah 0.3 meliputi aitem no.9 dengan reabilitas 0.1 dan aitem no.11 dengan reabilitas 0.01, kedua aitem tidak dapat dihapus dikarenakan dipakai untuk mewakili aspek Demotivasi dan aspek regulasi yang diidentifikasi.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur Job crafting adalah dengan adaptasi modifikasi Skala Job crafting oleh Tim, et al (2012) dengan hasil reliabilitas Alpha Cronbach diatas 0.70 dan berkisar antara 0.75 hingga 0.82. Skala ini dibuat menggunakan teori Bakker dan Demerouti (2008) yakni workload, emotional demands, dan mental demands. setelah penelitian diperoleh hasil uji dari 21 aitem pertanyaan gugur sebanyak 8 aitem dengan nilai reabilitas sebesar 0.802.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada karyawan F&B di Yogyakarta yang masuk dalam 10 kategori provinsi dengan pendapatan industri F&B tertinggi di Indonesia pada tahun 2020, dengan pendapatan utama sebesar Rp 580 miliar. Penelitian yang telah dilakukan memperoleh subjek sebanyak 150 karyawan. Jumlah tersebut diperoleh dengan pengisian kuisioner penelitian yang disebarakan melalui media sosial mulai dari 16 oktober sampai dengan 30 oktober 2024.

Tabel 1. Sebaran Data Subjek

		Jumlah karyawan	%
Jenis kelamin	Laki-laki	69	46%
	Perempuan	81	54%
	Total	150	100%
Umur	18-25	101	67,4%
	26-35	49	32,6%
	Total	150	100%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui data subjek penelitian dikelompokkan menurut jenis kelamin dan umur yang menunjukkan, laki-laki dengan presentase 46% (69 karyawan) dan Perempuan dengan presentase 54% (81 karyawan). kemudian data umur yang menunjukkan presentasi 67,4% untuk rentang umur 18-24 tahun (101 karyawan) dan 32,6% untuk rentang umur 25-31 (49 karyawan). selanjutnya analisis statistik deskriptif:

Tabel 2. Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Motivasi Kerja	150	43	63	55.03	4.617
<i>Job Crafting</i>	150	56	81	70.85	4.702
Valid N	150				

Pada variabel motivasi kerja dengan jumlah *aitem* 19, diketahui skor minimum yang diperoleh adalah 43, dengan rata-rata 55,03 dan standar deviasi 4.617. sedangkan *Job Crafting* dengan jumlah *aitem* 21, dengan rata-rata 70.85 dan standar deviasi 4.702. hasil tersebut dilakukan tiga pengkategorian tinggi, sedang, dan rendah pada variabel.

Table 3. Kategorisasi

	Kategori	Frekuensi	%
Motivasi Kerja	Tinggi	31	20.7
	Sedang	97	64.7
	Rendah	22	14.7
Total		150	100
<i>Job Crafting</i>	Tinggi	3	2
	Sedang	123	82
	rendah	24	16
total		150	100

Berdasarkan tabel 3 diketahui variabel motivasi kerja memiliki frekuensi subjek terbanyak ada di tingkat sedang dengan 97 subjek dan total presentase 64.7%, pada tingkat tinggi sebanyak 31 subjek dengan presentase 20.7% dan frekuensi rendah dengan 22 subjek dengan presentase 14.7%.

Hasil deskriptif untuk skala 2 *job crafting* menunjukkan nilai *mean* 70.85 dengan *standard deviation* 4.702. Selanjutnya peneliti membuat kriteria tingkatan dari *job crafting*.

Berdasarkan tabel 3 diketahui variabel *job crafting* memiliki frekuensi subjek terbanyak ada di tingkat sedang dengan 123 subjek dan total presentase 82%, pada tingkat tinggi sebanyak 3 subjek dengan presentase 2% dan frekuensi rendah dengan 24 subjek dengan presentase 16%.

Tabel 4. Uji Normalitas

Variabel	Indeks Normalitas	Sig(p)	Keterangan
<i>Job Crafting</i>	0.256	0.000	Terdistribusi tidak normal
* Motivasi kerja	0.095	0.112	Terdistribusi normal

Hasil uji Normalitas dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov dengan hasil nilai p value < 0.05 sehingga dapat disimpulkan distribusi data tidak normal. Selanjutnya dilakukan uji linieritas.

Table 5. Linieritas

variabel	Linierity		keterangan
	F	Sig (p)	
<i>Job Crafting</i> * Motivasi kerja	4.348	0.039	Linier

Hasil uji linearitas pada table 5 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Linierity* sebesar 0.039 ($p < 0.05$) dengan $F=4.348$ yang menunjukkan hubungan kedua variabel merupakan hubungan yang linier. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analissi data dengan uji korelasi *spearman* yaitu dengan menguji hubungan dari kerdua variabel yang diteliti, yaitu hubungan *job crafting* (variabel X) dengan motivasi kerja (variabel Y). uji ini menggunakan program *SPSS 23 for windows*.

Tabel 6 Uji Korelasi Spearman’S

Variabel	<i>Job Crafting, dan Motivasi Kerja</i>		N
	r	p	
<i>Job Crafting, dan Motivasi Kerja</i>	-0.196	0.029	124

Dikarenakan uji normalitas data menunjukkan data tidak normal, Oleh karena itu pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji non parametric korelasi Spearman. Hasil yang diperoleh dengan 150 subjek dengan menggunakan penghilangan *outlier* sebanyak 3x dengan total 26 subjek yang dihilangkan, mendapatkan nilai p berada pada sig(2-tailed) = 0.029 dengan nilai $p < 0.05$ yang berarti ada hubungan antara *job crafting* dengan motivasi kerja. nilai kekuatan hubungan (-0.196) menunjukkan tingkat hubungan sedang dan arah hubungan bersifat negatif, artinya hubungan berbanding terbalik apabila *job crafting* meningkat maka motivasi kerja akan rendah.

Tabel 7. Sumbangsih efektif

Variabel	Koefisien korelasi (r)	Koef. Determinan (r ²)
<i>Job Crafting- Motivasi Kerja</i>	0.164	0.027

Rumus Sumbangsih Efektif (SE)

$$SE = r^2 \times 100\%$$

Sumbangsih Efektif Variabel *job crafting* terhadap Variabel motivasi kerja :

$$SE = 0.027^2 \times 100\%$$

$$= 0.027 \times 100\%$$

$$= 2.7\%$$

Dari hasil uji sumbangsih efektif menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) 0.164 dan nilai koefisien determinan (r^2) 0.027 pada variabel *job crafting* memberikan kontribusi 2.7% terhadap variabel motivasi kerja, sedangkan 97.3% lainnya disumbangkan oleh variabel selain *job crafting* diluar penelitian,

Data yang diperoleh setelah melakukan penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara *Job crafting* dengan motivasi kerja pada karyawan F&B. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji kategorisasi bahwa 82% karyawan mampu mengaplikasikan *job crafting* dengan kategori sedang, yang searah dengan motivasi kerja dengan presentase 64.7% karyawan mengaplikasikannya dengan kategorisasi sedang. Sedangkan pada uji korelasi spearman menunjukkan bahwa hasil kekuatan hubungan adalah sedang bersifat negatif, artinya hubungan berbanding terbalik apabila *job crafting* meningkat maka motivasi kerja akan menurun.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Lichtenthaler & Fischbach (2016) menunjukkan penyusunan pekerjaan yang berfokus pada pengurangi tuntutan yang menghambat berhubungan negatif dengan motivasi untuk terus bekerja di usia pensiun. Menurut Tims. Et all dalam Jayanti (2022) *Job crafting* merupakan perubahan yang dilakukan individu untuk merubah beban kerja dan semangat, untuk mengurangi hambatan dan menyesuaikan *preference* pekerjaandengan bakat dan keinginan individu dalam berorganisasi dan bekerja. Sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian Niessen et al. (2016) menunjukkan hasil konkret bahwa *job crafting* berhubungan positif dan mampu menyusun pekerjaan mereka. Selain itu, kebutuhan untuk mempertahankan atau menciptakan motivasi kerja yang positif adalah alasan untuk terlibat dalam pembuatan kerja, singkatnya *job crafting* berhubungan dengan motivasi kebutuhan akan citra yang positif dan terkait dengan pengalaman kerja, namun dalam relasi kecocokan tidak sepenuhnya dibawah kendali *job crafting*, seperti pada penelitian oleh Berg et al dalam Niessen et al. (2016) *job crafting* tidak akan meningkatkan kesesuaian kebutuhan, hubungan mungkin akan lebih dipengaruhi oleh faktor lain, sebaliknya pembentukan kognitif dan konsekuensinya akan berada di bawah kendali masing-masing individu, sehingga mereka dapat menyesuaikan dengan fitur kebutuhan yang diperlukan.

SIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian hubungan antara *job crafting* dengan motivasi kerja pada karyawan F&B di Yogyakarta menunjukkan hasil uji adanya hubungan kedua variabel rendah dan arah negatif. Namun pada uji sumbangsih terdapat adanya hubungan rendah. Pengaruh negative tersebut berarti semakin tinggi tingkat pengaplikasian *job crafting* maka motivasi kerja pada karyawan akan rendah, namun hal ini memiliki pengaruh rendah. Untuk penelitian selanjutnya mengenai fenomena ini disarankan untuk menguji kembali skala yang diterjemahkan sehingga lebih sesuai dengan kondisi yang ada di Indonesia, selain itu juga disarankan untuk menambah variabel terkait dengan *Job Crafting* seperti, *reward*, Tindakan proaktif, penyesuaian diri, serta hal yang berpengaruh lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Benny, B., Nugroho, N., Akbar, F., Hutabarat, M., & Arwin, A. (2021). Motivasi Kerja Karyawan PT Abdi Wibawa Press Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI) SENSASI 2021*.
- Dewi, C. I. A. S., & Wibawa, I. M. A. (2016). Pengaruh Stres Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank BPD Bali Cabang Ubud. *E-Jurnal Manajemen Ubud*, 5(12).

- Dewi, K. D. C., & Riana, I. G. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Komitmen Organisasional Dan Kepuasan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 7(2). <https://doi.org/10.29303/distribusi.v7i2.86>
- Harapan, E. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Profesionalitas Guru Sekolah Dasar di Pedesaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan: Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen Dan Kepemimpinan Pendidikan*, 1(2). <https://doi.org/10.21831/jump.v1i2.42351>
- Hardani Dwi Jayanti. (2022). Hubungan Efikasi Diri Dan Job Crafting Dengan Work Engagement Pada Karyawan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(6). <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i6.1499>
- Indah, Dr. R. N. (2021). Desain Penelitian Korelasional Kebahasaan. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Semester 5*.
- Indah, R. N. (2021). Desain Penelitian Korelasional. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Semester 5*.
- Issabella, C. M. (2021). Desain Penelitian Korelasional. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Semester 5*.
- Jayanti, H. dwi. (2022). JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah Hubungan Efikasi Diri Dan Job Crafting Dengan Work Engagement Pada Karyawan Oleh. *γ7κ7*, 1(8.5.2017).
- Jufrizen, J., & Sitorus, T. S. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1).
- Kurnia, H., Sriyogani, I. A., & Nuryati, N. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila dalam Food And Beverage Departemen di Restoran Hotel New Saphir Yogyakarta. *Jurnal Basicedu*, 5(5). <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1473>
- Kusuma, L. S. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pegawai RRI Yogyakarta. In *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Lestari, R. A., & Rojuaniah. (2023). Pengaruh Job Crafting terhadap Kinerja Karyawan dan Employee Engagement Melalui Kepuasan Kerja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3).
- Lichtenthaler, P. W., & Fischbach, A. (2016). Job crafting and motivation to continue working beyond retirement age. *Career Development International*, 21(5). <https://doi.org/10.1108/CDI-01-2016-0009>
- Niessen, C., Weseler, D., & Kostova, P. (2016). When and why do individuals craft their jobs? The role of individual motivation and work characteristics for job crafting. *Human Relations*, 69(6). <https://doi.org/10.1177/0018726715610642>
- Nurizati, A., & Manan, A. (2023). Peran Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Mixue. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan ...*, 2 (6).
- Putri, E. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan di Departemen Food dan Beverage Service Banquet Section Hotel Novotel Tangerang. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(03). <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i03.870>
- Rulianti, E., & Nurpribadi, G. (2023). Pengaruh motivasi kerja, lingkungan kerja, dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jesya*, 6(1), 849–858. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1011>
- Salim, A., & Prihartanti, N. (2020). Pelatihan job crafting sebagai solusi burnout pada karyawan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(2). <https://doi.org/10.22219/jipt.v8i2.13557>
- Setiawan, N. (2021). Determinasi motivasi kerja dan kinerja pegawai: total quality management dan gaya kepemimpinan (literature review manajemen sumberdaya manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(3), 372–389.
- Siahaan, D., & Herijawati, E. (2023). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4).
-

Yulistia, & Novi Yanti. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1). <https://doi.org/10.54783/jser.v5i1.90>

Zulkifli, Z. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai: Kepemimpinan, Motivasi Dan Kepuasan Kerja (Studi Literature Review Msdm). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.886>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).